

# Reporte de Sustentabilidad 2019

Banco Itaú Paraguay





# Índice

## 01

### Contexto

- Sobre este reporte
- Contexto global y local
- Mensaje del Presidente

## 02

### Perfil

- Perfil general
- Visión, cultura y marca
- Nuestros negocios, productos y servicios
- Destacues y reconocimientos



## 03

### Gobierno corporativo

## 04

### Sustentabilidad

- Estrategia y gobierno de sustentabilidad
- Materialidad de los temas
- Relacionamiento con grupos de interés



- Integridad y ética
- Gestión de riesgos
- Desempeño económico y financiero
- Experiencia del colaborador
- Satisfacción del cliente
- Transformación digital
- Educación financiera
- Gestión de proveedores
- Ciudadanía Corporativa
- Gestión ambiental

## 05

### Índice de Contenidos GRI y ODS





# 1. Contexto



## Sobre este reporte

Nuestro Reporte de Sustentabilidad es la herramienta que nos permite brindar, cada año, informaciones sobre el desempeño social, ambiental y económico de Banco Itaú Paraguay, y ponerla a disposición de los grupos de interés con los que interactuamos en las distintas iniciativas comerciales e institucionales. También, incluimos dentro de la sección “Ciudadanía Corporativa” de este Reporte, una síntesis representativa de las acciones desarrolladas por la Fundación Itaú, en sus ejes de actuación; educación y cultura.

Este Reporte corresponde a la novena edición que venimos publicando, de forma continuada, desde el año 2011; para su estructuración utilizamos la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 2016, aplicando el nivel de “Conformidad Esencial”. Al mismo tiempo, este documento constituye una nueva Comunicación de Progreso al Pacto Global de las Naciones Unidas, lo que nos mantiene como Participantes Activos de este acuerdo mundial de ciudadanía corporativa. (GRI 102-54).

A lo largo del documento, están señalados los códigos que indican el Objetivo de Desarrollo Sostenible y la meta de éste al que se vincula la información referida.

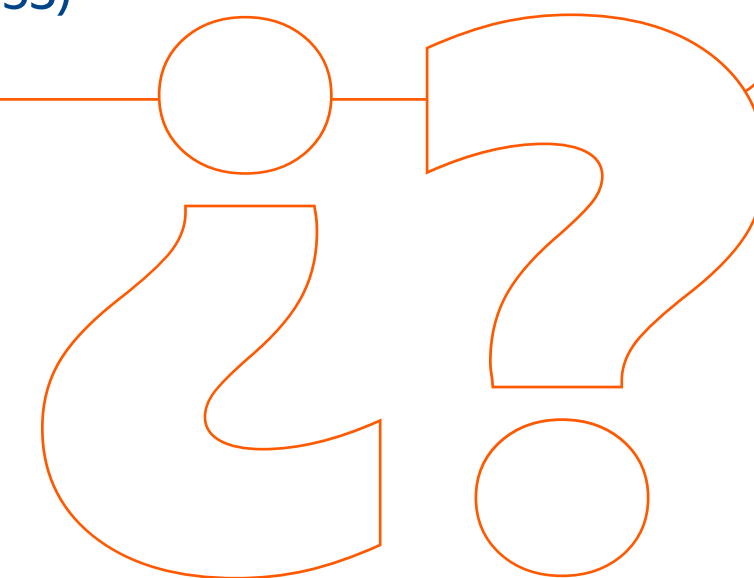
Para realizar el ejercicio de identificación de los vínculos entre las iniciativas de Itaú con los ODS, tomamos en consideración los documentos “SDG GRI Linkage” y “Mapping G4 to the GRI Standards” (desarrollados por el GRI y las Naciones Unidas); además, consideramos un mapeo de iniciativas del Banco que se relacionan a los ODS y que no son identificadas directamente bajo la metodología del GRI. En el apartado “Índice de contenidos GRI y ODS” se resumen todos los indicadores atendidos.

Este año, la información se presenta reorganizada en los 10 temas materiales de Itaú, es decir, en los temas identificados como más relevantes para la gestión sostenible del Banco.

Nuestro Reporte de Sustentabilidad 2019, junto con las ediciones de años anteriores, se encuentran disponibles en [www.itaubank.com.py/Paginas/sobreitau\\_informes](http://www.itaubank.com.py/Paginas/sobreitau_informes).

### ¿Qué opinás del Reporte?

Queremos conocer tu opinión sobre nuestro Reporte. Todos los comentarios o consultas respecto a su contenido, pueden ser enviados a la dirección de correo electrónico [sustentabilidad@itau.com.py](mailto:sustentabilidad@itau.com.py). (GRI 102-53)





## Contexto global y local

### Contexto global

En 2019, la economía mundial se caracterizó por una desaceleración sincronizada. Se estima que el crecimiento fue del 3,0 %, el ritmo más lento desde la crisis financiera internacional de 2008. La atenuación del crecimiento fue una consecuencia de las mayores barreras comerciales, la aguda incertidumbre en torno al comercio internacional y a la situación geopolítica; factores idiosincráticos que provocaron tensiones macroeconómicas en varias economías de mercados emergentes; y, factores estructurales como el escaso aumento de la productividad y el envejecimiento de la población en las economías avanzadas.

El Producto Interno Bruto (PIB) real de los Estados Unidos, en 2019, creció 2,3%, luego de una expansión de 2,9% en 2018. Por otro lado, en la Zona Euro, en Japón, China y en otras economías emergentes, el PIB se desaceleró gradualmente.

Por su parte, el crecimiento en América Latina y el Caribe tuvo una desaceleración de 1,0%, en 2018, a 0,2%, en 2019; se prevé

un repunte tentativo a 1,8% en 2020. Hay factores externos que continúan perjudicando las perspectivas de la región, y entre ellos cabe mencionar el lento crecimiento mundial, los precios moderados de las materias primas y los flujos de capital volátiles. Por otro lado, las condiciones financieras globales más favorables son un aliento.

La perspectiva de crecimiento mundial se estima en 3,1% para el 2020 y de 3,3% para el 2021.

### Contexto local

Según las estimaciones del Banco Central del Paraguay (BCP), la economía paraguaya creció 0,2% en 2019, cifra menor al crecimiento de 3,4% registrado en el año 2018.

El 2019 fue un año atípico en términos de la acumulación de factores incidentes en la economía paraguaya. El bajo resultado del PIB de 2019, se debió principalmente al factor climático que afectó a la producción de soja, como así también las inundaciones afectaron al sector ganadero. A esto se sumó también el débil desempeño de sus principales socios comerciales, especialmente Argentina.

### Sectores económicos

El desempeño del sector de la agricultura en el año, fue de -6,2%, inferior en 8,0 puntos porcentuales a las cifras de 2018. El menor crecimiento se debió a menores rendimientos en la cosecha por la prolongada sequía y por los bajos precios de la soja en el mercado global. El sector ganadero también sufrió una contracción del -0,5%. La generación de energía eléctrica, por su parte, sufrió una contracción del 8% por el menor caudal del Río Paraná. Por último, el sector comercial registró un decrecimiento de 2,3%.

Contrastando a los sectores en contracción, se destacan los sectores de los servicios a los hogares y gubernamentales, con un crecimiento de 7,5% y 6,5%, respectivamente. Las telecomunicaciones, los restaurantes y hoteles y la intermediación financiera con 5,9%, 6,0% y 5,5%, cada uno.

### Inflación

La inflación se ubicó dentro del rango meta, de acuerdo a lo establecido por el BCP, con una tasa de 2,8%, la más baja de los últimos diez años y por debajo del 3,2% registrado el año anterior. El moderado y consistente comportamiento de la inflación sugiere que

el BCP podría revisar el objetivo inflacionario hacia abajo.

### Tipo de cambio

El tipo de cambio, en 2019, inició cotizando en el mercado minorista a Gs. 6.080 por dólar americano, valor superior al promedio de Gs. 5.732, registrado en 2018. En el transcurso del año, el tipo de cambio tuvo una marcada tendencia alcista, frente a lo que se destacaron los esfuerzos del BCP para controlarlo al vender un total de USD 1,3 billones. El dólar americano registró el nivel máximo de cotización de Gs. 6.550 en octubre, lo que representó el pico más elevado desde 2004.

### Balanza comercial

El superávit de 2019 cayó a USD 135,2 millones (cifra sujeta a variación) del superávit de USD 812,9 millones al cierre de 2018. Las exportaciones totalizaron USD 12.386 millones, cayendo 10% en comparación a 2018, debido principalmente a la disminución de la producción local de soja y a la disminución del precio del commodity en el mercado global. Así también, la exportación de energía eléctrica registró una caída del 26%.



Con respecto a las importaciones totales, estas cayeron 5% principalmente por las importaciones de bienes de consumo como alimentos no duraderos, automóviles y bienes intermediarios como combustibles. Las importaciones totalizaron USD 11.755 millones.

#### **Depósitos, créditos y morosidad en el sistema financiero**

Al cierre de 2019, el saldo de los depósitos en el sistema financiero fue de Gs. 100,1 billones, lo que representó un aumento de 12%, en términos nominales. Mientras que el saldo de los créditos otorgados en el sistema presentó un crecimiento de 11% en términos nominales. Por otro lado, los bancos registraron una morosidad promedio de 2,5%, menor al 3,0% de 2018.

#### **Tasas de interés**

Sobre las tasas de interés, en diciembre de 2019, el promedio ponderado de las tasas activas en guaraníes fue de 15,5%, levemente menor a la cifra de 2018 (15,7%). La reducción se explica principalmente por las tasas personales de consumo.

Por otro lado, también en diciembre, el promedio ponderado de las tasas pasivas

en guaraníes fue de 4,75 %, en comparación al 4,28% registrado el año anterior. La suba está explicada por el aumento de las tasas de depósitos a plazo. En cuanto a las tasas en moneda extranjera, el promedio de las tasas activas de ese mismo mes fue de 8,21% (7,42% en 2018) y para las tasas pasivas fue de 2,7%, (2,3% en 2018).

#### **Perspectivas para 2020**

La normalización de la cosecha de soja, tras la sequía, y un ambiente regional más favorable serían los impulsores de la actividad en 2020. Se espera que la economía se expanda en 3,5%, luego de un crecimiento nulo en 2019, básicamente impulsado por el sector agrícola tras la normalización de la cosecha.

En cuanto a la inflación, para 2020, se espera un alza de precios de 3,5%, en un contexto de demanda interna con un mayor dinamismo. Bajo estas condiciones, se prevé una suba de la tasa de interés a 4,25%.

Se estima un superávit comercial de 1 mil millones de dólares y un superávit de cuenta corriente de 1% del PIB. Por otro lado, se espera que el tipo de cambio se mantenga

estable en términos reales, lo que implica una cotización de Gs. 6.560 por dólar a fin de año.

Para el 2020, un año que parecía comenzar con menores riesgos, la propagación del COVID 19, con epicentro en China (iniciado en diciembre de 2019), representa una nueva fuente de gran incertidumbre para la actividad económica global que podría desestabilizar todas las proyecciones en el comportamiento de la economía local, regional y del mundo.





## Mensaje del Presidente

(GRI 102-14) (GRI 102-15)



A través de nuestro Reporte de Sustentabilidad 2019 compartimos las prácticas, resultados e iniciativas que movilizaron a todo el equipo de Itaú para llevar adelante nuestros frentes estratégicos de Centralidad del Cliente, Transformación Digital, Gestión de Personas, Gestión de Riesgos y Rentabilidad Sustentable.

La divulgación anual de este Reporte refleja nuestro compromiso con una gestión transparente y que permita estimular el poder de transformación de las personas, impulsando e incentivando a que cada vez más empresas trabajen en una gestión sostenible, la cual no solo busca transmitir qué hacemos sino cómo lo hacemos.

El desafío de centralidad en el cliente, llevó a toda la organización a una nueva manera de pensar, partiendo siempre desde la mirada del cliente, buscando cómo mejorar su experiencia desde el inicio al final. Para esto fue fundamental ampliar nuestros espacios para escuchar al cliente. Así llegamos a más de 18.000 personas; con espacios de diálogo con el cliente que comprometen al equipo, al conocer sus necesidades para poder así transformar sus experiencias. Nuestras encuestas anuales demostraron que el camino fue acertado, logrando un índice de satisfacción de 9,10 para personas físicas y de 7,78 para personas jurídicas.

Los avances tecnológicos, impactan en los hábitos de las personas, volviéndolas más

exigentes y criteriosas a la hora de buscar soluciones financieras. Esto nos exige también una rápida evolución en nuestros procesos y soluciones ofrecidas, por lo cual incentivamos la formación de distintos grupos de trabajo, los cuales siguiendo diferentes metodologías de procesos, trabajan en una agenda prioritaria de mejora de 14 procesos que impactan en las experiencias de nuestros clientes.

La transformación digital es uno de los principales instrumentos para la evolución en la jornada de nuestros clientes y para atender sus nuevas expectativas. Nuestro compromiso es brindarles la mejor experiencia y también total seguridad en las plataformas digitales del Banco. Durante 2019, se realizaron más de 11 millones de transacciones a través de nuestros canales digitales, siendo digitales el 53% de nuestros clientes personas físicas y el 81% de los clientes personas jurídicas.

Somos conscientes de que todos los desafíos son logrados a través de un gran equipo, es por esto que la gestión de personas

se mantiene como un pilar estratégico a partir del cual se abrieron distintos frentes de trabajo que permiten el desarrollo de los colaboradores, la promoción de la meritocracia y la generación de un buen ambiente de trabajo que valora la diversidad y el cuidado por la calidad de vida.

Fueron destinadas más de 14.500 horas de entrenamiento, se realizaron encuestas de diagnóstico sobre diversidad que luego impulsaron distintas jornadas y charlas, se llevó a cabo una agenda de distintas actividades bajo el Programa de Calidad de Vida, y otras iniciativas que nos permitieron ser reconocidos -por cuarto año consecutivo- como la Mejor Empresa para Trabajar en Paraguay por Great Place to Work, dentro de la categoría de empresas internacionales con más de 150 colaboradores.

En el frente de gestión de riesgos, cada año se fortalece nuestra cultura de riesgos, con entrenamientos, e-learning y otras acciones que alcanzan al 100% de nuestros colaboradores. Reconocemos la importancia



de gestionar los riesgos, siendo todos protagonistas en esta tarea.

Nuestra actuación busca generar impactos sociales y ambientales, reconociendo el potencial que tiene el Banco como un agente de transformación de la sociedad. A través de la Fundación Itaú trabajamos en alianza con 45 instituciones que nos permitieron llegar a más de 243.000 personas en el año. Trabajamos en la revisión de nuestra Estrategia de Sustentabilidad en conjunto con el área de Sustentabilidad y Negocios Inclusivos de Itaú Unibanco Holding, manteniendo el compromiso en educación financiera, con la que ya hemos impactado a más de 55.000 personas a lo largo de todos estos años. Así también, hemos logrado ahorros significativos en el uso de recursos.

Como miembros del Pacto Global de las Naciones Unidas reafirmamos nuestro compromiso para seguir aportando al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde nuestro negocio, y para participar

activamente en las mesas temáticas conformadas dentro del mismo.

El 2019 ha sido un año desafiante donde sin lugar a dudas, el foco del equipo en nuestros frentes estratégicos nos ha permitido recibir varios reconocimientos, entre ellos el de Mejor Banco en Paraguay y Mejor Banca Privada por la Revista Latin Finance, también Mejor Banco en Paraguay y Best Digital Bank por la Revista Global Finance, entre otros premios.

Todos estos logros y aprendizajes nos permitieron estar aún más preparados para los desafíos con que inició el 2020 a partir de la declaración de emergencia sanitaria. En este contexto, hemos tenido que adaptar rápidamente nuestra forma de trabajo, manteniendo nuestras operaciones desde la modalidad de trabajo home office; nuestros canales 24 horas pudieron atender las necesidades de nuestros clientes y nuestro enfoque de centralidad nos permitió ágilmente generar opciones adecuadas a las

necesidades del cliente en este momento.

Estamos seguros que juntos podremos salir más fortalecidos de esta pandemia, apostando siempre a la gente, a su cuidado y a mejorar su experiencia.

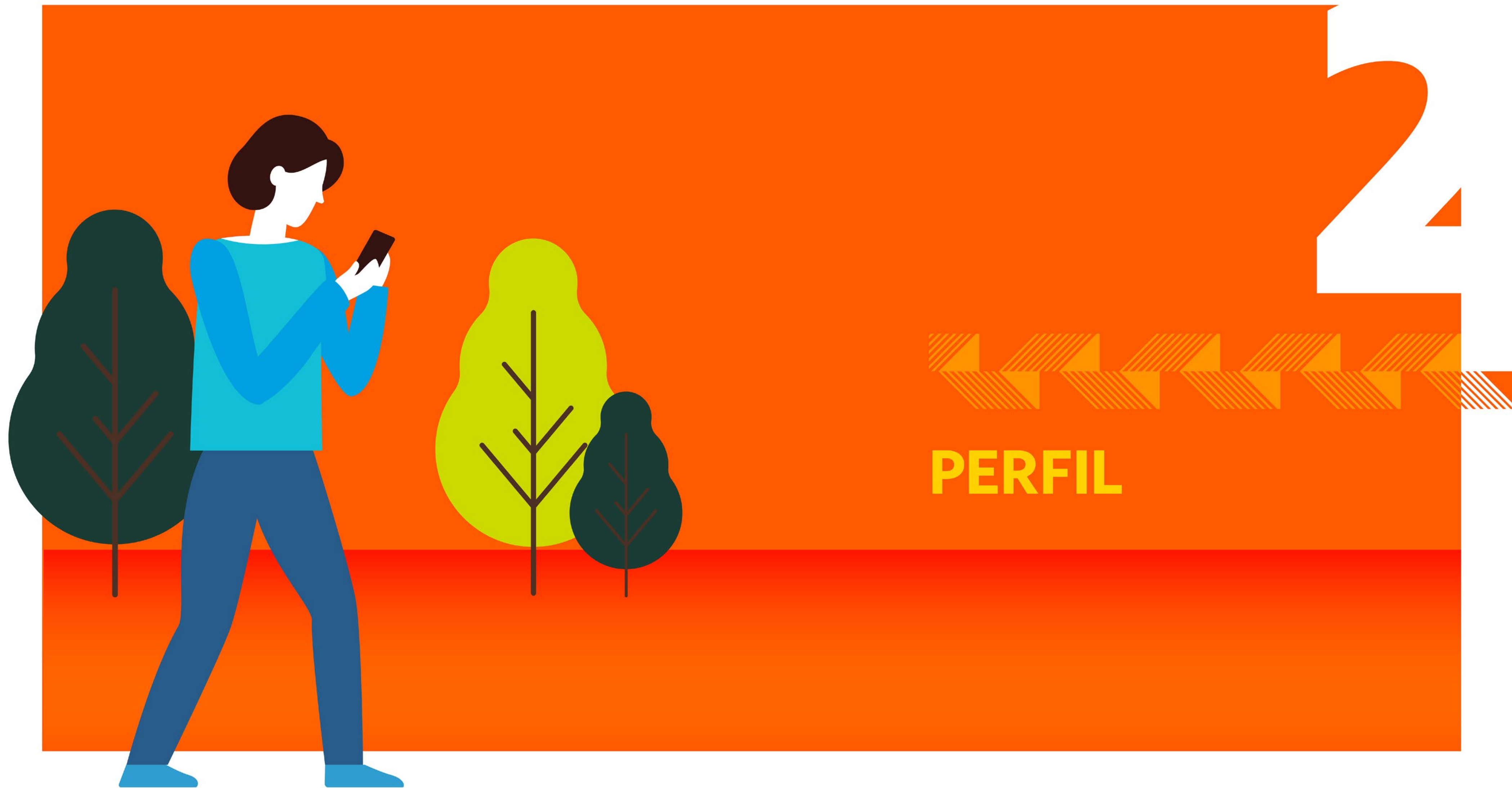
A través de este Reporte, conocerás más detalles del gran trabajo realizado por un grupo de personas que mueve personas. Esperamos lo disfrutes.

**André Gailey**

Presidente

Banco Itaú Paraguay S.A.







## 2. Perfil

### Perfil general

#### Itaú Unibanco Holding

La historia del Banco comienza en 1924, cuando la unidad bancaria de la Casa Moreira Salles, comenzó a funcionar como corresponsal bancario de los principales bancos del estado de Minas Gerais, transformándose luego en la Unión de Bancos Brasileiros (conocida más adelante como Unibanco). Por otro lado, los orígenes de Itaú se remontan a 1943 con la fundación del Banco Central de Crédito en la ciudad de São Paulo.

La fusión de 2008, entre Itaú y Unibanco, no se limitó a una unión de negocios, se proyectó a una combinación de dos compañías que complementan sus filosofías y comparten características e historias marcadas por fusiones, adquisiciones e incorporaciones, por la ética y transparencia en los negocios, el respeto por las leyes, la valoración de las personas, la satisfacción de

los clientes y el desarrollo social.







De esta forma Itaú Unibanco Holding S.A. se establece como un conglomerado financiero de capital abierto que, en conjunto con empresas asociadas y controladas, actúa en la actividad bancaria priorizando operaciones de crédito, servicios, seguros e inversiones.

#### Actuación internacional

Itaú Unibanco actúa desde unidades estratégicamente localizadas en 19 países del mundo, en tres continentes; América, Europa y Asia.

En particular, América Latina representa una prioridad en la estrategia de expansión del Holding debido a la proximidad geográfica y cultural con Brasil; su objetivo es ser considerado en la región como el “Banco Latinoamericano” de referencia para todos los servicios financieros ofrecidos.

[\(GRI 102-4\)](#) [\(GRI 102-6\)](#)

Principales países	 Argentina	 Chile	 Colombia	 Paraguay	 Uruguay	 Brasil	Otros Países	Total
Colaboradores	1.613	5.755	3.326	952	1.101	81.691	526	94.964
Agencias y PAB	87	194	128	44	26	4.025	-	4.504
Cajeros Electrónicos	176	424	147	292	62	45.164	-	46.271

Además de su presencia en los países señalados, Itaú Unibanco posee operaciones en México, Panamá, Estados Unidos, Bahamas, Islas Caimán, Portugal, España, Francia, Inglaterra, Suiza, y Alemania.

#### Itaú Paraguay

Nuestra historia en Paraguay inicia en 1978, año en que se instala en el sector financiero del país la empresa Interbanco S.A., la cual en 1995, se convirtió en una empresa de Unibanco al integrarse al Grupo Unibanco União de Bancos Brasileiros S.A.

Luego de la fusión entre Itaú y Unibanco, en 2010, adoptamos la marca Itaú y pasamos a denominarnos Banco Itaú Paraguay S.A., operando con dos bancas comerciales -Personal y Empresas- desde las que atendemos a nuestros clientes

concentrándonos en la concesión de crédito, en el ofrecimiento de seguros y servicios de pagos y manejo de flujos. [\(GRI 102-2\)](#)

Brindamos atención personal en 31 sucursales de servicios completos, 6 espacios Personal Bank, 12 Centros de Atención al Cliente y 57 puestos Itaú Express (corresponsales no bancarios); esto nos permite estar presentes en 30 localidades del país (9 departamentos).

Igualmente, ofrecemos servicios 24 horas para consultas, transacciones y contratación de productos; a través del sitio web, de aplicaciones para celulares, del servicio de atención telefónica y de las zonas 24 horas para auto-gestión en sucursales.



### Itaú en un vistazo (GRI 102-7)



**952**  
colaboradores

**12.574**

horas de  
entrenamiento para  
colaboradores



**Mejor Empresa  
para Trabajar 2019  
por GPTW**



**489.778**  
clientes

**100**

puestos de atención

**292**

cajeros automáticos

**10 M**

clientes en Agencia  
Digital

**129 M**

clientes personas  
físicas digitalizados

**6,8 M**

clientes personas  
jurídicas  
digitalizados



**Gs. 1.625.196MM**

Valor económico generado

**Gs. 774.387 MM**

Valor económico distribuido

**Gs. 778.862 MM**

Lucro líquido

**Gs. 20.386.108 MM**

Activos totales

**Gs. 11.213.938 MM**

Préstamos totales

**2,3%**

de índice de morosidad

**Gs. 457.159 MM**

de pagos a proveedores  
locales

**250.376**

personas alcanzadas por  
iniciativas sociales

**Más de 6.500**

horas de voluntariado  
corporativo

**55**

organizaciones aliadas en  
proyectos sociales

**5.700 kg**

de materiales reciclados





## Visión, cultura y propósito

Nuestros valores y cultura, orientan la forma en que hacemos negocios en el Banco y cumplen una función clave para alcanzar la Visión y Propósito de Itaú. Estas declaraciones institucionales están presentes en el día a día, guiando el comportamiento de nuestros equipos y dando claridad a las estructuras de gobierno en sus decisiones, tanto en la gestión de las personas como de los negocios, para garantizar que sean realizadas de manera eficiente, ética y transparente. (GRI 102-16) (ODS 16.6)

### Visión

Nuestra Visión es “Ser el Banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes”. Este desafío solo puede ser alcanzado a través de un trabajo colaborativo que involucre a los principales grupos de interés con los que nos relacionamos. Para nosotros, un desarrollo sustentable significa crear valor para colaboradores, clientes, accionistas y la sociedad en general para asegurar la continuidad de nuestros negocios y atender debidamente el impacto de nuestras operaciones.

### Cultura

“Nuestra manera” es la denominación que damos a la cultura organizacional impulsada por Itaú entre sus colaboradores. Esta cultura define las actitudes que debemos aplicar en los negocios y el estilo de trabajo que nos permitirán alcanzar nuestra Visión.

Los Valores incluidos dentro de “Nuestra Manera” son difundidos entre el público interno a través de diferentes herramientas y medios, como la inducción corporativa de nuevos colaboradores, campañas y materiales (impresos y digitales).

“  
**Nuestra visión es ser el Banco líder en performance sustentable y satisfacción de los clientes**  
”

## Nuestra Manera

### 1. Solo es bueno para nosotros si es bueno para el cliente

Somos personas al servicio de las personas con pasión y excelencia. Trabajamos con y para el cliente porque es la razón mayor de todo lo que hacemos.

### 2. Fanáticos de la performance

La generación de resultados sustentables está en nuestro ADN. El desafío constante de lograr el liderazgo en performance nos hizo llegar a dónde estamos y seguirá guiando nuestra empresa en dirección a nuestros objetivos.

### 3. Las personas son todo para nosotros

Todo lo que realizamos lo hacemos por medio de personas. Personas de talento a quienes les gusta trabajar en un ambiente de colaboración, meritocracia y alta performance.

### 4. El mejor argumento es lo que vale

Cultivamos un ambiente desafiante, abierto al cuestionamiento y al debate constructivo. Para nosotros, la única jerarquía que importa es la de la mejor idea.

### 5. Simple siempre

Creemos que la simplicidad es el mejor camino para la eficiencia. Por eso luchamos para que la profundidad no se confunda con la complejidad y la simplicidad no se transforme en simplismo.

### 6. Pensamos y actuamos como dueños

Pensamos siempre como dueños de la empresa, liderando por medio del ejemplo y poniendo los objetivos colectivos por encima de la ambición personal.

### 7. La ética es innegociable

Hacemos lo correcto, sin trampas, sin atajos. Ejercemos nuestro liderazgo de forma transparente y responsable, totalmente comprometidos con la sociedad y con las mejores prácticas de gobernanza y gestión.



## Propósito

El sentido de la labor que llevamos a cabo todos los días está definido por nuestro propósito de “Estimular el poder de transformación de las personas”. Esto significa, que generemos y ayudemos a generar las transformaciones que queremos ver en nuestro país.

Tras nuestro propósito, buscamos potenciar el poder que cada persona tiene para crear y reinventar, porque creemos que somos personas que mueven a otras personas.

Los productos y servicios que ofrecemos persiguen atender las necesidades de los clientes, lo que se evidencia en nuestro esfuerzo continuo por proporcionar las mejores experiencias.

Queremos contribuir con el desarrollo del país más allá del impacto que generamos desde nuestros negocios. Es por esto que adoptamos a la promoción de la cultura y la educación, como causas de nuestra marca en las que invertimos y con las cuales trabajamos en alianza con diferentes organizaciones.

“  
**Nuestro propósito es estimular el poder de transformación de las personas**  
”

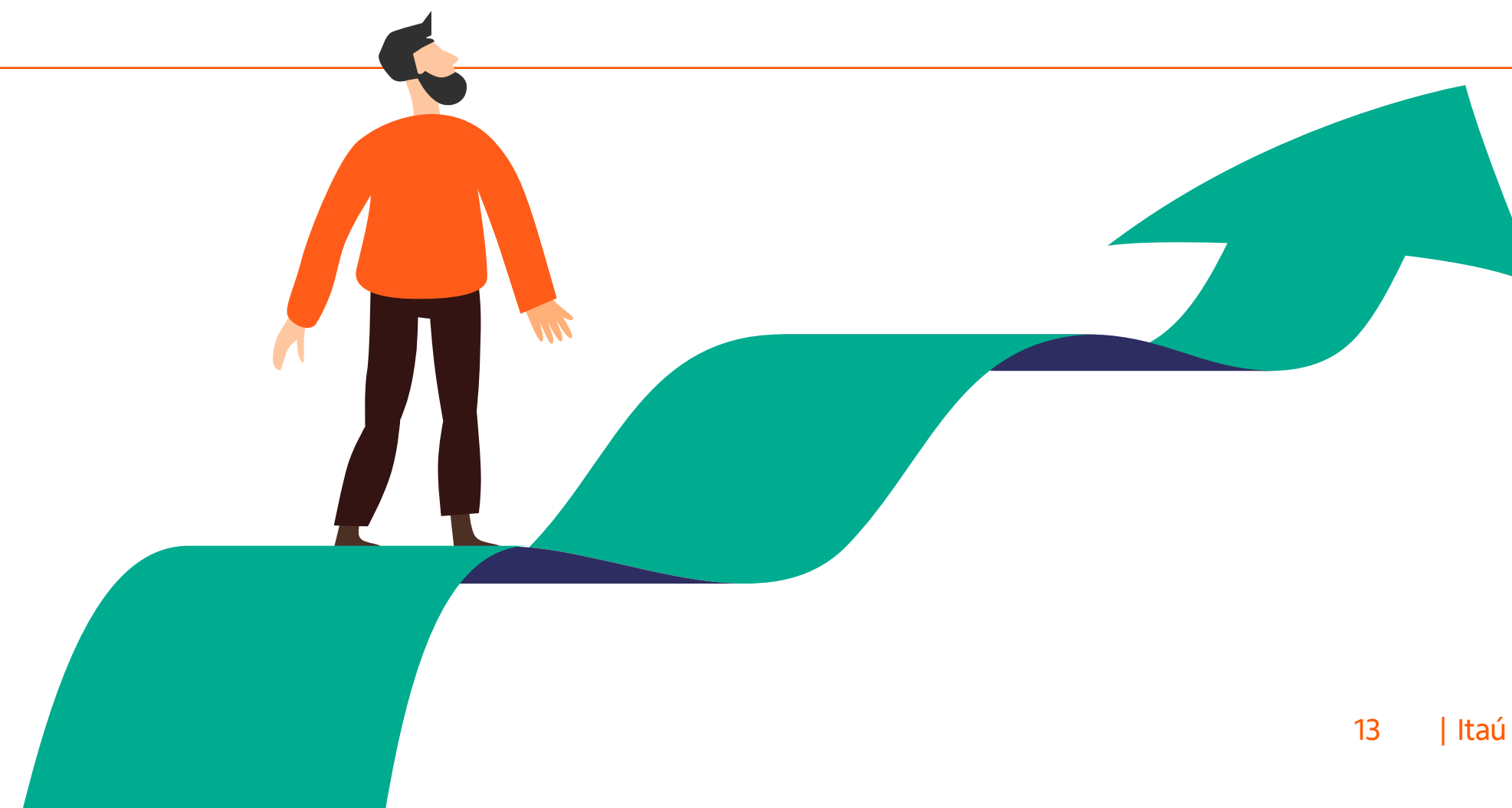
### Pilares de actuación de nuestro propósito

La **ética** se encuentra por encima de los resultados y es ella quien direcciona nuestro crecimiento de manera sólida y sin atajos. Para nosotros, la ética es innegociable.

Detrás de todo lo que hacemos están las **personas**. Son estas personas quienes están en el centro de nuestro negocio, dan sentido a nuestro propósito y nos inspiran a cambiar nuestro entorno todos los días.

Hacerlo mejor día a día, con **excelencia**. Es con este objetivo que cuidamos a nuestros clientes, que creamos y nos reinventamos para ofrecer mejores experiencias a las personas que nos hacen ser un banco diferente.

Creer también tiene que ver con la **actualización** y con la capacidad de adaptarnos a los desafíos del presente y a los del futuro, manteniendo la esencia y visión que nos inspiró a comenzar nuestra historia. Trabajamos para innovar y estar siempre a un paso al frente.





## Nuestros negocios, productos y servicios

### Estrategia de negocios

Los negocios de Itaú Paraguay, son conducidos con base a frentes prioritarios definidos a nivel del Holding; segmentados en dos grupos: i) transformación y ii) mejora continua.

Los aspectos relacionados a la gobernanza y sustentabilidad son componentes fundamentales y transversales a estos frentes prioritarios. Por un lado, la gobernanza tiene un papel esencial para garantizar los intereses de los diferentes públicos con los que se relaciona la empresa y es clave para el crecimiento sostenible en el largo plazo y, por el otro, la sustentabilidad debe estar integrada a los negocios tanto en cuestiones operacionales como comerciales, haciendo que los asuntos socio- ambientales formen parte de nuestra gestión de riesgos y oportunidades.

A continuación, describimos el alcance de cada frente:

### Transformación

1

**Centralidad en el cliente:** es entender el proceso de cambios por el cual está pasando la sociedad y adaptarse al mismo, entregando lo que los clientes realmente necesitan, al desarrollar productos y servicios con ellos y para ellos.

2

**Transformación digital:** es ser un Banco digital desde adentro para fuera que proporcione experiencias aún más digitales a nuestros clientes, reforzando el aprendizaje de los colaboradores en metodologías como Lean, Ágil y Design Thinking. La transformación digital posibilita un mayor volumen de proyectos experimentales, intensificando el uso de datos de los negocios y evolucionando la plataforma de tecnología para una arquitectura moderna, que permita automatizar nuestras actividades de backoffice.

3

**Gestión de personas:** es proporcionar la mejor experiencia al colaborador, para que sea capaz de desarrollarse, sintiéndose cada vez más dueño del negocio y de su propia carrera. Es profundizar la experiencia del público interno y apoyar los frentes de diversidad. Se trata de discutir nuevos modelos de incentivos y, de revisar y perfeccionar nuestra capacidad de atraer y retener talentos en esta nueva realidad digital.

### Mejora continua

4

**Gestión de riesgos:** es reconocer, mapear y mitigar riesgos en toda la organización y estimular a los colaboradores para que se conviertan en co-participantes de este proceso, creando una red de protección que permita al Banco avanzar con tranquilidad en dirección a los objetivos de cada negocio. Es así que actuamos sobre los riesgos relacionados a nuestros negocios, identificando oportunidades y optimizando las iniciativas existentes para que trabajen de forma sinérgica.



5

**Rentabilidad sustentable:** es optimizar la asignación y gestión de los recursos financieros, esenciales para soñar en grande, realizarlos, crecer y lograr la superación en todos los sentidos. Es revisar los modelos de fijación de precios de productos y servicios, mapear procesos internos y garantizar índices de eficiencia que nos lleven a una actuación aún más diferenciada, considerando la experiencia del cliente como punto crucial de esta ecuación.

### Segmentos de negocios

Nuestro negocio se estructura en dos grandes bancas comerciales y siete segmentos creados para atender diferentes perfiles de clientes, lo que contribuye a estar más cerca de ellos para comprender sus necesidades y poder ofrecerles opciones de productos y servicios financieros adecuados a sus expectativas.

- **Banca Personal:** para clientes Personas Físicas y Jurídicas e incluye los segmentos Consumo, Personal Bank, Empresas y Private Banking.

- **Banca Empresas:** para clientes según su actividad, en los segmentos Itaú Campo, Grandes Empresas y, Corporate Investment Banking (CIB).

### Banca Personal

#### Itaú Agencias

Dentro de este segmento, son atendidos clientes personas físicas asalariadas o profesionales independientes, siempre que no estén constituidos como unipersonales. No existen mínimos de renta percibida como requerimiento dentro del segmento, siendo los ingresos considerados sólo para la concesión de productos específicos.





### **Itaú Personal Bank**

Este es el segmento de personas físicas asalariadas o profesionales independientes, con una renta mensual igual o mayor a Gs. 20.000.000 o con créditos (promedio semestral) por valor igual o mayor a los USD 50.000. Los clientes Personal Bank tienen a su disposición espacios diferenciales para su atención y tienen acceso a productos premium, paquetes de servicios de cuentas y a otros beneficios desarrollados exclusivamente para el segmento.

### **Empresas (ODS 8.3) (ODS 9.3)**

En este segmento están incluidos tres perfiles de clientes, con diferentes actividades y niveles de facturación.

- Personas físicas (unipersonales) o jurídicas dedicadas a la actividad comercial, industrial, de servicios, agrícola o ganadera, siempre que los ingresos provenientes de estas actividades sean mayores al 70% del total de sus ingresos y, con una facturación anual igual o menor a USD 500.000. (Micro y pequeñas empresas)
- Personas físicas (unipersonales) o jurídicas dedicadas a la actividad comercial, industrial, de servicios, agrícola o ganadera; incluye

a todas las organizaciones públicas, multinacionales o grupo multinacional dedicadas a la actividad comercial y de servicios, así como también a entidades financieras locales, cooperativas de ahorro y crédito, compañías de seguro, y otras organizaciones que facturen entre USD 500.000 y USD 10.000.000 al año. (Medianas empresas).

- Personas jurídicas privadas sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales, colegios y universidades públicas, con una facturación anual de hasta USD 10.000.000. (Instituciones).

En todas las sucursales del país, se cuenta con oficiales de cuenta Empresas para asesorar y acompañar a los clientes del segmento con soluciones de crédito y servicios de manejo de flujos de efectivo (cash management).

### **Private Banking**

Este segmento atiende clientes con alto nivel de patrimonio. Los servicios prestados incluyen productos de entidades financieras de primera línea del exterior, sobre los cuales se ofrece orientación e información desde el departamento de Asesoría

Financiera del Banco conforme a lo que establece el Art. 40 de la Ley 861/96.

### **Banca Empresas**

#### **Itaú Campo**

En 2019, fusionamos nuestros segmentos de actividad agropecuaria bajo la denominación Itaú Campo. De esta forma, convergen las actividades de agricultura y ganadería con la visión de que los sectores se complementan y se necesitan mutuamente con miras a lograr inversiones más rentables. Dada la división geográfica del territorio y debido a cómo se encuentran instaladas las actividades agrícolas y ganaderas, la gestión del segmento Itaú Campo se divide en dos Regiones. En la Región 1, que abarca los departamentos del Este y Sur del país, se concentran mayormente actividades de agricultura; y en la Región 2, conformada por los departamentos Central y los del Norte del país, se concentran las actividades de ganadería con interesantes inicios de desarrollo agrícola.

El segmento atiende a productores ganaderos (personas físicas y jurídicas) y a empresas vinculadas al sector, con un hato mayor o igual a 500 animales y/o con

facturación mayor o igual a USD 2.000.000, y a productores agrícolas (PF y PJ) y empresas vinculadas, con una superficie igual o mayor a 150 hectáreas y/o con facturación mayor o igual a USD 2.000.000.

Itaú Campo financia, principalmente, ciclos de producción de soja y arroz, stock de maíz y trigo, ciclos productivos de cría, invernada y retención de vientres. Así también, apuesta fuertemente al financiamiento para compras de maquinarias, y compra de tierras y mejoras de infraestructura en los establecimientos productivos.

Para brindar una atención especializada, se cuenta con equipo de gerentes alocados en Asunción, Santa Rita, Filadelfia, Katueté, Ciudad del Este y Encarnación.

#### **Grandes Empresas**

Desde este segmento corporativo son atendidos clientes personas jurídicas, en su gran mayoría grupos empresariales, con nivel de facturación anual entre USD 11.000.000 y USD 80.000.000. Se ocupa de todos los sectores económicos salvo los relacionados a agricultura y ganadería, que son incluidos dentro del segmento Itaú Campo.





El segmento Grandes Empresas, pone a disposición de los clientes una amplia oferta de soluciones de financiamiento que incluye desde tarjetas de crédito corporativas, préstamos para inversiones, hasta líneas de créditos ajustadas al giro de los negocios. También brinda servicios de cash management que abarcan aperturas de cuentas, pagos de salarios, pagos de servicios, pagos a proveedores y otras facilidades para el flujo monetario de las compañías. Además, ofrece servicios en operaciones de comercio exterior, como cartas de crédito, cobranzas, transferencias; y servicios de asesoramiento en la estructuración de deudas en mercados de capitales locales.

### Corporate Investment Banking

El segmento atiende a clientes personas jurídicas y a grupos empresariales locales e internacionales con niveles anuales de facturación superiores a USD 80.000.000; también a empresas internacionales establecidas en Paraguay que además operan en otros países de la región en los que Itaú está presente.

Dentro de su ofrecimiento de productos y servicios, se destacan los créditos

bilaterales y sindicados, los servicios de cash management, las operaciones de derivados de monedas, financiación de proyectos de inversión y la estructuración de deuda en el mercado de capitales local e internacional. Además, brinda asesoría en operaciones de renta fija, equities, fusiones y adquisiciones.

### Mapa de Clientes

**47**

#### Private Banking

Por encima de USD 1 MM en inversiones

**11.418**

#### Personal Bank

Ingreso mensual igual o mayor a Gs. 20 MM

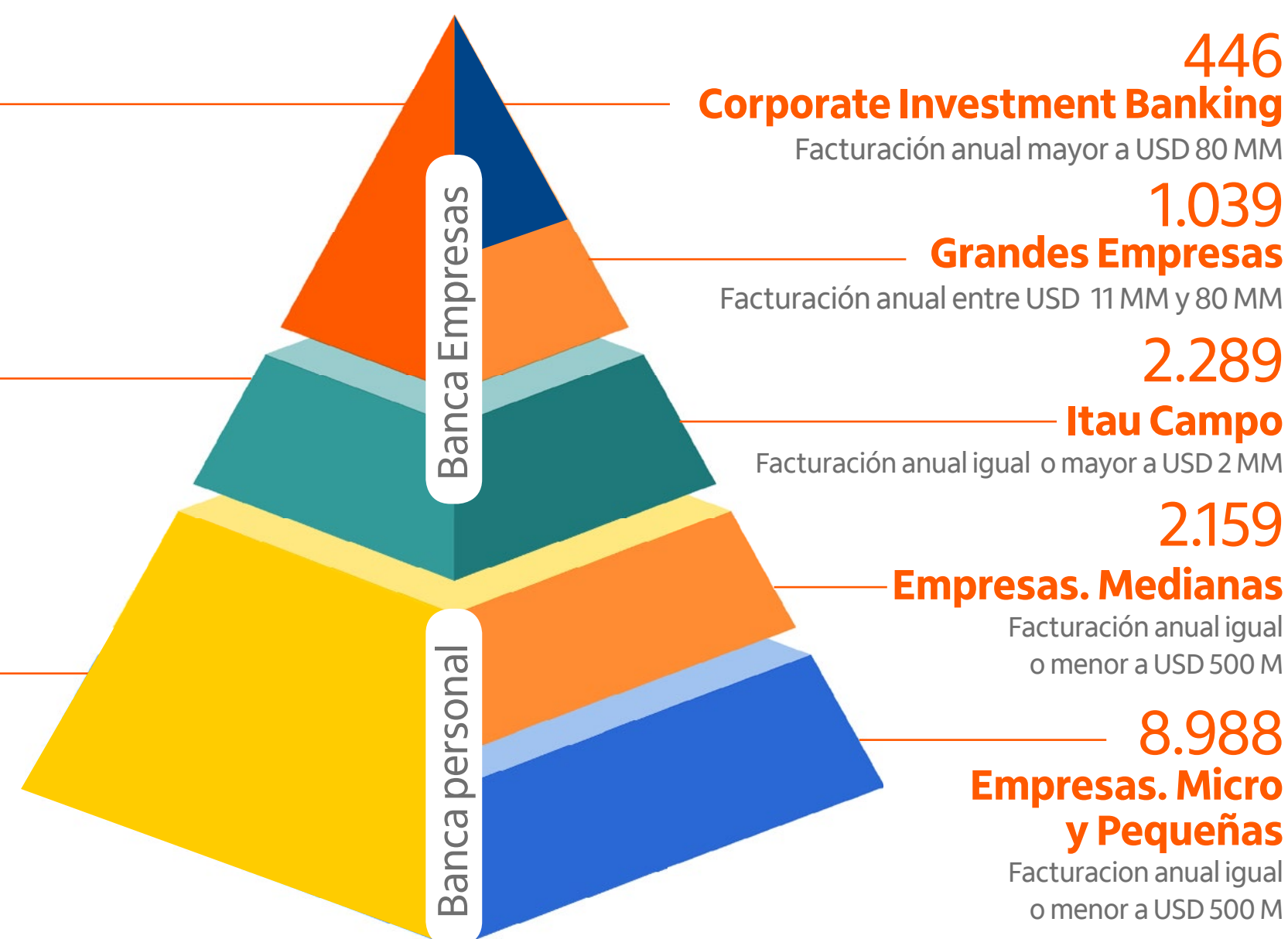
**463.392**

#### Itaú Agencias

Ingreso mensual igual o menor a Gs. 6 MM

### Personas físicas

(No incluye unipersonales)



### Personas jurídicas

(Incluye unipersonales)

### Tesorería Institucional

A nuestras dos bancas comerciales, se suma la unidad de Tesorería Institucional dando soporte a los diferentes negocios del Banco. Esta área tiene cuatro grandes propósitos: i) gestionar los riesgos de mercado (incluido el riesgo de tasas de interés e inflación) y de liquidez del Banco; ii) optimizar la estructura de fondeo y asignar precios de transferencia en los productos que gestiona para los canales de negocios; iii) gestionar la relación con contrapartes de instituciones financieras nacionales e internacionales, y; iv) distribuir la venta de productos financieros, tales como operaciones de cambio de monedas, derivados e intermediación financiera, a todos los segmentos de clientes del Banco. Para lograr sus objetivos nuestra Tesorería Institucional se encuentra conformada por las dependencias de Banking, Trading, Sales y Banca Corresponsal.



## Productos y servicios (GRI 102-2)

### • Préstamos

Dependiendo del proyecto al que sean dirigidos los fondos, existen varias opciones de préstamos. Los clientes de la Banca Personal disponen de préstamos para la compra de vehículos, inmuebles, financiación de viajes, entre otros. Por su parte, los clientes de la Banca Empresas pueden contratar préstamos para expandir sus negocios, acceder a líneas de sobregiro en sus cuentas y descontar cheques; lo que facilita el dinamismo de sus operaciones. Para pequeñas y grandes empresas de diferentes rubros, se ofrecen préstamos de capital con condiciones que se adecuen al giro de los negocios.

### Préstamo hipotecario

Desde 2008, lideramos el mercado en la concesión de créditos hipotecarios para la vivienda, con tasas más accesibles, gracias al fondeo de la Agencia Financiera de Desarrollo (AFD). Al cierre de 2019, alcanzamos una participación del 45% del mercado dentro del sector financiero (préstamos PF). Además de los fondos AFD, el Banco cuenta con fondos propios con tasas fijas para préstamos para la vivienda.

Contamos con un equipo de colaboradores especializados en el producto hipotecario de vivienda, lo que nos permite centralizar las

# 1.882

préstamos hipotecarios concedidos por **Gs. 305.966 MMM**

operaciones y dar un seguimiento cercano a las mismas, logrando desembolsos en 30 días.

Establecemos alianzas estratégicas con las principales desarrolladoras, constructoras e inmobiliarias del mercado, y acercamos a nuestros clientes las mejores ofertas a través de nuestro sitio web [www.micasa.itaú.com.py](http://www.micasa.itaú.com.py), lanzado en 2019. Así también, nuestro simulador de crédito está disponible en los sitios web de desarrolladores y socios inmobiliarios, facilitando a las personas el acceso a opciones de financiamiento.

Como resultado del año, se otorgaron 1.882 préstamos hipotecarios para la vivienda a 1.821 clientes personas físicas por un valor de Gs. 305.966 miles de millones.

### Préstamo Mi Auto

Este préstamo está diseñado para ofrecer financiamiento para clientes personas físicas que quieran adquirir vehículos 0 km. o usados para diferentes fines. Mi Auto cuenta con tasas diferenciadas con relación a los créditos personales habituales, lo que lo constituye como una atractiva fuente de financiación para la compra no solo de vehículos sino también productos relacionados, tales como equipamiento, cobertura de seguros y escrituración.

# 768

préstamos Mi Auto otorgados por **Gs. 63.827 MMM**

Para mejorar la experiencia de nuestros clientes, ajustamos las formas de pago para clientes que se dedican a la actividad agrícola. Además, hemos lanzado el nuevo modelo de financiamiento “Siempre Cero” con el cual el cliente puede realizar la renovación de su vehículo 0 km. cada cierto tiempo.

En el esfuerzo de brindar ofertas convenientes, establecimos convenios con distintas marcas tales como BMW, Mercedes,

Ford, Honda, Chevrolet, Kia, Land Rover, Suzuki, Nissan, Hyundai, Volkswagen, Brilliance, BYD, Haval, y JAC. El financiamiento mediante estos acuerdos, extiende varios beneficios al cliente como mejores costos de escrituración, mantenimientos gratuitos y mayores descuentos en la compra del vehículo.

Durante el año, se otorgaron 768 préstamos Mi Auto, para 707 clientes personas físicas, por un valor de Gs. 63.827 miles de millones.

### Préstamo pre-aprobado

Los clientes de los segmentos Itaú Agencias y Personal Bank, pueden acceder a líneas de crédito pre-aprobadas, las cuales pueden ser contratadas en distintos canales habilitados (Cajeros automáticos, SAC, Sucursales, puestos Itaú Express, sitio web y aplicaciones).

# 49 mil

préstamos pre- aprobados concedidos por **Gs. 429.159 MMM**

Cerramos el año con 45.155 clientes que contrataron 49.342 préstamos pre aprobados por alrededor de Gs. 429.159



miles de millones en forma automática, en el momento y sin ningún trámite adicional.

#### • **Tarjetas de crédito y prepagas**

Somos líderes en el mercado de tarjetas de crédito con una participación, al cierre de 2019, de 50% en la cartera de consumo.

Concluimos el año con un volumen total de Gs. 1.064.983 millones (en línea de crédito) lo que representa un crecimiento anual del 1,14%. En cuanto a la cantidad de tarjetas emitidas, mantuvimos el primer lugar con 318.395 cuentas de tarjetas de crédito activas (0,66% más que en 2018).

## 318 mil

cuentas de tarjetas de crédito activas.

Alcanzamos esta posición, principalmente, a través de nuestras operaciones como únicos emisores de la marca American Express en el país y por nuestras tarjetas Interventajas; así como a través de tarjetas de asociación y acuerdos comerciales con importantes comercios, clubes y aerolíneas establecidas en Paraguay.

Contamos con 21 tipos de tarjetas, de

las marcas Visa, MasterCard y American Express. También, con opciones de tarjetas de crédito Premium, que aseguran experiencias y beneficios diferenciales.

Entre los beneficios de las tarjetas de crédito Itaú se destacan las compras en cuotas, los programas de recompensas por acumulación de puntos, el acceso a salas de espera en aeropuertos locales e internacionales, las coberturas de asistencia en el exterior y el acceso a beneficios y promociones de ahorro.

Nuestros principales objetivos en el segmento de tarjetas de crédito son mantenernos como líder del mercado, incrementar la rentabilidad y fidelidad de nuestros clientes, otorgar productos premium, y, sobre todo, brindar mayores y mejores beneficios a nuestros clientes buscando siempre su satisfacción.

#### • **Cuentas corrientes y cajas de ahorro**

Las cuentas son convenientes al momento de manejar dinero; permiten realizar transacciones a través del sitio web del Banco, desde teléfonos móviles, en cajeros automáticos y comercios.

Al cierre de 2019, contábamos con 77.142 cuentas corrientes activas por un volumen de Gs. 2,4 billones y 302.246 cajas de ahorro a la vista por un volumen de Gs. 2,6 billones, para clientes personas físicas. Por otro lado, dentro del grupo de clientes personas jurídicas, contábamos con 4.800 cuentas corrientes activas en moneda local, 2.560 cuentas corrientes en moneda extranjera y 780 cajas de ahorro, por un volumen de Gs 4,9 billones.

## 77,1 mil

cuentas corrientes y **303 mil** cajas de ahorro activas.

#### • **Ahorro programado**

Este producto permite nominar proyectos u objetivos de clientes, bajo fondos de ahorro, que reciben aportes por débitos automáticos (en cuentas de ahorro o corrientes) que se hayan programado en montos y plazos. Ahorro programado desarrolla el hábito del ahorro para cumplir con propósitos particulares con ahorros desde Gs. 10.000 y con plazos que van desde 3 hasta 60 meses.

Al cierre de 2019, se encontraban activos 49.437 ahorros programados

correspondientes a 41.380 clientes por un valor de Gs. 137.758 MM. El 43% de los ahorros, fue programado en un plazo de entre 3 a 6 meses.

## 49 mil

ahorros programados activos por **Gs. 137.758 MM**

#### • **Certificados de depósitos de ahorro**

Estos instrumentos son una forma segura de invertir dinero. Se encuentran disponibles para clientes de ambas bancas y pueden ser de diferentes montos en guaraníes y dólares con diferentes tasas con plazos de hasta 10 años. Todos los fondos que el cliente posee en el Banco se encuentran protegidos por la Ley N° 2.334 de Garantía de Depósitos.

## 4.421

certificados de depósito de ahorro por **Gs. 1.634.402 MM**

En 2019, se encontraban activos 4.421 certificados de depósito de ahorro pertenecientes a 2.280 clientes por un valor de Gs. 1.634.402 millones. El 36% de los certificados fueron fijados entre 3 y 6 años.



### **Seguros**

Banco Itaú Corredores de Seguros, brinda la tranquilidad de estar protegidos a través de coberturas, con el respaldo de prestigiosas compañías de seguros como Mapfre Paraguay, Seguridad Seguros, Aseguradora del Este y La Consolidada.

Los seguros de vida, de accidentes personales, para el hogar y vehículos se encuentran disponibles para clientes personas físicas. Para la Banca Corporativa se han desarrollado seguros de cobertura para accidentes personales para empleados, para flotas de vehículos y para las instalaciones de la empresa.

La corredora ofrece servicios diferenciales para el segmento corporativo y empresarial, al realizar una consultoría integral de la empresa, evaluando los riesgos y sugiriendo las coberturas que deberían ser contratadas para minimizar riesgos y proteger su patrimonio. Asimismo, se ofrece acompañamiento en situaciones de siniestros, brindando asesoramiento hasta culminar el proceso de indemnización. En 2019, incorporamos especialistas de Seguros en determinadas sucursales del Banco con el fin de proporcionar mejor

asesoramiento para la contratación de seguros.

Nuestra cartera de seguros se encuentra constituida de la siguiente manera: 40% en seguros de vehículos, 26% en seguros de vida, 21% en seguros de accidentes personales, 12% en seguros para el hogar y 1% en otros tipos de seguros.

### **Cash management**

El Banco pone a disposición de sus clientes, una completa oferta de soluciones para servicios de pagos, transferencias y cobranzas permitiendo a las compañías un manejo eficiente de su flujo de efectivo. Estas soluciones acompañan el día a día de los negocios, en la toma de decisiones oportunas y en la disminución de costos y tiempo invertido en las gestiones bancarias. Entre los servicios de chash management, se destacan los siguientes:

#### **Pago de salarios**

Este servicio permite procesar el pago de salarios a empleados a través de nuestro sitio web de forma segura y ágil, sin necesidad de enviar documentación al Banco. Al mismo tiempo, la empresa puede realizar consultas sobre acreditaciones, apertura de cuentas y

programar anticipadamente la acreditación de salarios. Los empleados, por su parte, acceden a todos los canales de atención, servicios y productos de crédito de acuerdo a las políticas establecidas. A través de este servicio, además, se consigue incluir dentro del sector bancario a más personas. En 2019, se procesaron más de 142.000 transacciones de pago de salarios, por parte de 1.360 empresas clientes que contaban con el servicio por un valor de Gs. 9,9 billones.

#### **Pago a proveedores**

El servicio consiste en el procesamiento automatizado de pagos a proveedores del cliente, de acuerdo a las indicaciones dadas al Banco. Estos pagos pueden ser al día (online), como también, programados para ser efectivos hasta en 180 días luego de la instrucción. Los proveedores reciben los pagos, a través de acreditaciones en cuentas y tarjetas, o mediante cheques con costos diferenciados. En 2019, se procesaron más de 32.500 transacciones de pago a proveedores, por parte de 338 clientes (personas físicas y jurídicas), que ascendieron a un valor total de Gs. 1 billón.

#### **Pago de servicios**

Tanto desde el servicio 24 horas en Internet

como desde las aplicaciones, los clientes empresas tienen la posibilidad de realizar pagos de servicios públicos y privados a más de 100 entidades de manera totalmente gratuita. El servicio, además, ofrece el acceso en línea a comprobantes de pagos y permite configurar alertas de avisos de pagos para el cliente. En el año, 1.351 clientes empresas utilizaron esta funcionalidad.

#### **Operaciones aduaneras**

Esta solución se encuentra disponible en el servicio 24 horas en Internet, y permite a los clientes realizar pagos relacionados a operaciones aduaneras tales como: declaraciones de despacho, IVA de despachante, centro de despachantes y expedientes. Los pagos se realizan en línea y en conexión directa con el Sistema Sofía. En el año, se concretaron 1.100 operaciones aduaneras, por parte de 112 clientes, por un valor de 100.022 millones de guaraníes.

#### **Transferencias locales**

Este servicio se constituye en una herramienta eficaz para la gestión de las empresas, al posibilitar la transferencia de fondos a cuentas propias o de terceros, de Itaú o de otros bancos, utilizando 24 horas en Internet o las aplicaciones. Para



garantizar la seguridad en las operaciones las transferencias requieren de autorizaciones vía dispositivos de clave (token). Las transferencias se realizan sin costo y pueden ser individuales o masivas. Al cierre de 2019, 1.521 clientes empresas realizaron 23.162 transferencias por un valor de 2,6 billones de guaraníes.

#### **Transferencias al exterior**

El servicio de transferencias al exterior, disponible en el servicio 24 horas en Internet, ofrece la comodidad de realizar transferencias bancarias a otros países, desde el hogar u oficina sin necesidad de presentar documentaciones en el Banco y accediendo a cotizaciones especiales en las operaciones de cambio. De la misma manera que con las transferencias locales, éstas pueden ser autorizadas utilizando tokens y se disponibiliza un histórico de las operaciones de hasta 12 meses. En 2019, se realizaron 1.428 transferencias al exterior, por parte de 200 clientes, ascendiendo a un total de 635.601 millones de guaraníes.

#### **Cobro electrónico**

Este servicio facilita el cobro de facturas para clientes emisores de facturas y el pago de las mismas para clientes pagadores a

través del servicio 24 horas en Internet. Las operaciones son en línea una vez realizados los pagos, se emiten avisos de cobros y el servicio ofrece un panel de conciliación de cobros y la disponibilidad de comprobantes.

#### **Custodia de cheques**

El servicio consiste en la custodia, depósito e información de la gestión de cheques diferidos y post- datados en guaraníes, recibidos por nuestros clientes como resultado de sus operaciones comerciales. La custodia de cheques posibilita al cliente la tercerización de la gestión operativa de cheques, ofreciendo puntualidad en los depósitos y un control automatizado de los mismos.

#### **Débitos comandados en cuenta**

El servicio está diseñado como una gestión de cobros a clientes de empresas clientes del Banco. De esta forma, el servicio permite realizar débitos en cuenta con créditos en cuenta de clientes de Itaú, programando montos y plazos, con lo que se consigue ahorrar en costos de gestión de cobro y tiempo. El cliente puede revisar información en línea sobre el estado de los débitos comandados.

#### **Productos de Tesorería**

Desde la Tesorería Institucional ofrecemos los siguientes productos y servicios:

- **Transacciones Forex Spot:** para la compra y venta de divisas. En 2019 mantuvimos el primer lugar en el mercado, por octavo año consecutivo, con una participación del 23,1%.
- **Transacciones Forex Derivados:** para la compra y venta de divisas. En el año también mantuvimos el primer lugar en el mercado, por sexto año consecutivo, con una participación de 50.40%.
- **Descuentos de Certificados de Créditos Tributarios:** se refiere a las operaciones de compra de Certificados de Créditos Tributarios, que emite el Ministerio de Hacienda a favor de los clientes de Banca Empresas.

Todos se distribuyen a través de tres canales: mesa de cambios, sucursales y sitio web.



## **Destacues y Reconocimientos** (GRI 102-15)

### **Destacues por frente estratégico**

En este apartado mostramos las principales iniciativas desarrolladas en frentes estratégicos de acuerdo a los desafíos que establecimos para 2019.

### **Centralidad en el cliente**

#### **• Mejora en tiempos de respuesta para el cliente**

A partir de un proceso de escucha de los dolores de clientes en los comentarios de encuestas y la verificación de contactos de clientes, se trabajó en 14 procesos que impactan en la experiencia del cliente estableciendo una agenda prioritaria que involucró a distintas áreas.

El resultado fue mejor tiempo de respuesta, disminución de reclamos y mayor satisfacción de clientes en las experiencias.

#### **• Herramientas para escuchar al cliente**

Además de realizar las encuestas sobre experiencias en sucursales, en el SAC y en espacios del segmento Personal

Bank, incorporamos otras evaluaciones como las que miden experiencias con el pago de servicios en canales digitales, las transferencias para clientes personas jurídicas, la atención en la Agencia Digital y el proceso de apertura de cuenta digital.

Así también, se incluyó una nueva metodología de evaluación de NPS (Net Promotor Score), a través de la cual se estableció no solo una medición sino todo un sistema para que a partir de la misma se realice un proceso de escucha a los clientes y consecuentemente mejoras en procesos.

#### **• Nuevos flujos para mejorar la atención de solicitudes y reclamos**

A través de la metodología Agil, se conformaron equipos multidisciplinarios para diseñar nuevas formas de atención de reclamos y solicitudes como para procesos relacionados a apertura de cuentas, situaciones de contracargo y transferencias bancarias.

[\(Ver más sobre Centralidad en el Cliente\)](#)

## **Transformación Digital**

### **• Expansión Agencia Digital**

Con base en los resultados de la primera Agencia Digital (abierta en 2018), en diciembre de 2019 se inauguró la expansión de la Agencia, la cual atiende a 5.000 clientes más de forma conveniente y personalizada, facilitando su experiencia con los productos y servicios de Itaú. En total suman así, 10.000 clientes atendidos en la Agencia Digital.

# 10.000

**clientes** atendidos en la **Agencia Digital**

### **• Rediseños en aplicaciones Itaú PY y Personal Bank**

En el año se realizó un rediseño de las aplicaciones ItaúPY y Personal Bank con el objetivo de mejorar la experiencia digital al cliente, para ofrecer una navegación más rápida y sencilla. Esto incluyó, la sección de pago de servicios en estas aplicaciones, con nuevas funcionalidades como el buscador de servicios y la opción favoritos, y el pago con tarjetas de crédito.

### **• Control de gastos aplicación Tarjetas PY**

En el año, fue incorporada dentro de la aplicación de tarjetas de crédito, una funcionalidad de control de gastos, para ayudar a los clientes a llevar un control y clasificación de sus egresos mensuales, mostrando el consumo total del periodo y el porcentaje que representa cada gasto en el total. Esta función permite una visión clara del uso de tarjetas, planificar los gastos y tener unas finanzas más saludables.

### **• Códigos QR en aplicación Itaú Pagos**

Acompañando las tendencias del mercado y la demanda de clientes, se desarrolló una opción para realizar transferencias a través de códigos QR (Quick Response Code). Este código es único para cada cliente, y permite transferir sin necesidad de registrar números de celular o números de cuenta del destinatario.

### **• Actualización de datos catastrales por medios digitales**

En cumplimiento con los requerimientos de nuestro regulador, sobre actualización de datos de nuestros clientes y en línea con nuestro proceso "Conozca a su cliente", desde la Banca Digital y en conjunto con el área de Prevención de Lavado de Dinero,



desarrollamos el proyecto de actualización de datos catastrales a través del home banking. Esta acción permite la edición de datos para que cada cliente pueda mantener al día sus informaciones personales. En total, al cierre del año 15.600 clientes actualizaron sus datos por este canal.

# 15.600

**clientes** actualizaron datos catastrales por medios digitales.

### • Digitalización de clientes y contratación de productos en medios digitales

A diciembre de 2019, del total de clientes personas físicas, con cuenta corriente o caja de ahorro, el 53% se encontraba digitalizado. Para clientes personas jurídicas, esta porción fue aún mayor, con un 81% de digitalización.

Sobre las transacciones, se realizaron más de 11.600.000 en nuestros canales digitales lo que significó un aumento de 5% en transacciones en relación al 2018.

Cabe destacar, igualmente, que el 33% de los préstamos pre-aprobados fueron contratados a través de canales digitales, lo que representó un total de Gs. 118.000

millones. Por otra parte, el 59% de los ahorros programados fueron contratados a través de los canales digitales, lo que ascendió a un valor total de Gs.20.000 millones.

Del total de cuentas que pudieron haberse abierto por el flujo digital (cumplían con las condiciones) el 45% efectivamente fue abierto a través del flujo de cuenta digital. Con esto se alcanzó un total de 2.400 cuentas digitales. Además, como consecuencia de la apertura de cuentas digitales, se contrataron 751 tarjetas de crédito.

[\(Ver más sobre Transformación Digital\)](#)

### Gestión de personas

#### • Experiencia del colaborador e identificación de dolores

En el año exploramos el concepto “Experiencia del Colaborador” con la intención de conocer los momentos que definen la experiencia de nuestros empleados en su relación con la empresa. Este ejercicio nos llevó a identificar las mayores inquietudes que tienen los colaboradores como profesionales y personas trabajando en una organización. De esta forma, encontramos ocho

momentos fundamentales para nuestros colaboradores relacionados a la selección, admisión, cuidado, entrenamiento, evaluación, remuneración y desarrollo. Los dolores, como llamamos a las inquietudes, juntos con los momentos de la experiencia, fueron combinados para planificar acciones para el año y los siguientes años.

#### • Frente Diversidad e Inclusión

En el año, el frente de Diversidad e Inclusión fue consolidado en el Banco mediante la realización de una encuesta aplicada a colaboradores para conocer su percepción sobre temas de diversidad desde la perspectiva de género, raza, LGBTI+, edad y condición de discapacidad. Asimismo, el Banco emitió internamente comunicados sobre su posicionamiento en términos de la valoración de la diversidad y su disposición para establecer ambientes seguros y con igualdad de condiciones para todos. Por otro lado, tuvieron lugar en el año tres semanas sobre temas específicos de diversidad, de las que participaron colaboradores y proveedores del Banco. Estas fueron las Semana de la Diversidad de Género, LGBTI+ y de Personas con Discapacidad.

#### • Salud y seguridad ocupacional

Aun cuando el diagnóstico de salud y

seguridad ocupacional desarrollado en 2018, indicó el cumplimiento adecuado de las disposiciones de la Ley 5804/17, en 2019 continuamos implementando adecuaciones de infraestructura para mejorar las condiciones físicas y de ambiente en nuestras oficinas. Esto incluyó, ajustes de iluminación, del caudal del aire de refrigeración y en el sistema de drenaje de ciertas oficinas. También, se llevaron a cabo estudios oculares de retinografía digital, considerando la alta exposición de los colaboradores a pantallas y se ofrecieron espacios sobre el manejo de stress, el buen descanso y el balance personal.

[\(Ver más sobre Experiencia del Colaborador\)](#)

# 53%

de clientes PF y

# 81%

de clientes PJ están digitalizados

# 11,6 MM

de transacciones realizadas por clientes en canales digitales.



## Sustentabilidad e impacto en la sociedad

### • Revisión de la Estrategia de Sustentabilidad

En 2019, iniciamos -en coordinación con 28 departamentos del Banco- un trabajo para analizar mayores oportunidades de generación de impactos positivos en nuestro entorno desde el negocio, en línea con los Principios de Banca Responsable de la ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Como resultado de este análisis serán definidos nuevos frentes de acción para 2020, con miras a la sostenibilidad de nuestras operaciones. Entre los temas principales, se encuentran la inversión en sectores de la economía que generan un impacto positivo en el medioambiente, la orientación e inclusión financiera, y la gestión inclusiva. •

### Expansión de iniciativas sobre Educación Financiera

En el año ampliamos el alcance del Programa de Educación Financiera para Colegios “Banco de Elecciones”, llegando a más de 700 estudiantes de Educación Media de 30 instituciones educativas de Asunción y Gran Asunción. Así también, el programa incorporó un componente de voluntariado

corporativo del que participaron colaboradores del Banco.

Por otro lado, se desarrolló un ciclo de charlas dedicadas a empresas clientes sobre temas relacionados a la gestión de finanzas personales entre colaboradores, y liderazgo.

En cuanto a las charlas sobre uso consciente del dinero, las mismas alcanzaron a más de 4.600 empleados de empresas clientes que contratan el servicio de pago de salario.

# 4.600

**clientes** alcanzados con **charlas sobre uso consciente del dinero** en el año.

### • Programa Leé para un Niño

Este programa fue diseñado e implementado por la Fundación Itaú con la intención de incidir en el desarrollo lingüístico, cognitivo y afectivo de niños y niñas a través de la mediación de lectura de libros de cuentos. De esta forma, 26 colaboradores voluntarios del Banco fueron entrenados como mediadores de lectura y visitaron la Fundación Casa Cuna para leer cuentos a 68 niños y niñas, de 5 y 6 años. “Leé para un Niño”, es un programa regional de Itaú y se encuentra vigente en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y Uruguay.

[\(Ver más sobre iniciativas con la Sociedad\)](#)

## Reconocimientos recibidos en 2019

Estos son los principales premios y reconocimientos que recibimos en el año:

- **Mejor Banco en Paraguay** por la Revista Latin Finance.
- **Mejor Banca Privada** por la Revista Latin Finance.
- **Mejor Banco en Paraguay** por la Revista Global Finance.

- **Best Foreign Exchange Providers** por la Revista Global Finance.

- **Best Digital Bank** por la Revista Global Finance.

- **Empresa más Prestigiosa** en la categoría Banco por Premios Prestigio.

- **“Mejor Empresa para Trabajar en Paraguay”** en la categoría de empresas con más de 150 colaboradores, por Great Place to Work.

- **“Empresa de los Sueños para Trabajar”**. Tercer puesto por el Grupo Compañía de Talentos.

- **Marca Empleadora**. Rubro Bancos.

- **Mejor Anunciante** por el “Paseo del Recuerdo”. Premios Tatakú.

- **Mejor idea 2019** por el “Paseo del Recuerdo”. El Ojo de Iberoamérica.





# GOBIERNO CORPORATIVO



## 3. Gobierno Corporativo

### Estructuras y prácticas de Gobierno

La Política de Gobierno Corporativo con que cuenta el Holding Itaú Unibanco, propicia una gestión integrada y alineada a principios comunes entre todas las empresas que lo integran. Para su puesta en práctica contamos con Reglamentos Internos y con un Código de Ética, principalmente. También cumplimos con los lineamientos del Banco Central del Paraguay (BCP), denominados “Estándares Mínimos para un Buen Gobierno Corporativo”. (Resolución N° 65, Acta 72/10 y Circular SB.SG. N°679/2012).

#### Principales estructuras

##### **Itaú Unibanco Holding S.A.**

La administración del Holding está organizada 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 de Accionistas, el Consejo de Administración, la Dirección Ejecutiva y el Consejo Fiscal. Así también, forman parte del gobierno los comités de Auditoría, de Personas, de Partes Relacionadas, Nominación y Gobernanza Corporativa, de Gestión de Riesgo y Capital, de Estrategia, de Remuneración, Divulgación y Negociación y el Consejo Consultivo Internacional.

Los procesos de desarrollo, aprobación y actualización del propósito, de los valores, la visión, estrategias del conglomerado, políticas y objetivos del Banco, son llevados a cabo al nivel de las estructuras de gobierno del Holding. A su vez, los órganos de gobierno de Itaú Paraguay se encuentran involucrados en la definición de la estrategia local, en adaptaciones de

políticas corporativas y en el establecimiento de objetivos de la unidad.

(GRI 102-26)

##### **Itaú Paraguay (GRI 102-18) (ODS 16.6)**

Nuestras estructuras de gobierno atienden procesos de selección, remuneración y definición de funciones; los cuales se sustentan en criterios éticos y transparentes y en la valoración de la diversidad y la participación inclusiva en las instancias de gestión. (ODS 5.5) (ODS 16.6)

El Gobierno Corporativo de Banco Itaú Paraguay está conformado por la Asamblea General de Accionistas, el Directorio, el Comité Ejecutivo, las Gerencias, el área de Auditoría Interna, los Comités y los Síndicos.

• **Asamblea General<sup>1</sup>**: Es el órgano soberano de la empresa y se encuentra integrado

por los accionistas. Se reúne anualmente, en convocatoria ordinaria, dentro de los primeros cuatro meses posteriores al cierre del ejercicio financiero anual. Puede, además, reunirse en convocatorias extraordinarias según necesidad por propia iniciativa y a petición del Síndico o de un número de accionistas que representen por lo menos el 5% (cinco por ciento) del capital integrado. (ODS 16.6)

Sus atribuciones, adicionales, a las establecidas en el Código Civil son: aprobar la distribución y aplicación de utilidades; fijar la remuneración de miembros del Directorio; fijar bonificaciones para el Directorio y demás empleados; designar y remover directores y definir sus responsabilidades y atribuciones; elegir y remover a auditores independientes o externos; avocarse a la discusión y decisión acerca de asuntos específicos de interés del Banco y; aprobar

<sup>1</sup> Los accionistas corporativos pueden direccionar sus recomendaciones, expresar inquietudes y realizar consultas a Itaú Paraguay de forma directa y a través de los departamentos de la Casa Matriz que tienen a su cargo el cuidado del gobierno corporativo. Las Asambleas Generales de Accionistas también son un canal efectivo mediante el cual, los representantes legales de los accionistas manifiestan sus intereses.



el presupuesto anual.

**Directorio:** Es el máximo órgano administrador y tiene a su cargo la representación, dirección y supervisión de la empresa así como la ejecución de los planes necesarios para lograr los objetivos de la compañía los cuales se encuentran alineados con los adoptados por nuestra Casa Matriz. Sus integrantes son electos por la Asamblea General, con base en su idoneidad, trayectoria, capacidad y profesionalismo y permanecen en sus funciones por dos años con la posibilidad de ser reelectos. El desempeño de los miembros de Directorio es evaluado anualmente con base en herramientas del Programa de Gestión de la Performance. (GRI 102-22)(GRI 102-24) (ODS 16.7).

(Ver más información sobre “Evaluación de desempeño”)

Todas las atribuciones del Directorio, así como aquellas que precisan una validación previa del accionista mayoritario, se encuentran inscriptas en los Estatutos Sociales del Banco. Si bien los miembros del Directorio 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<sup>2</sup>.

El Directorio puede convocar reuniones para tratar temas del día a día en encuentros en los que deben estar presentes como mínimo la mayoría de los directores designados en asamblea. Por otro lado, en el año se realizan cuatro reuniones de Gobernanza Corporativa en donde es obligatoria la participación tanto de los directores que cumplen funciones en el país como en Brasil. En estos encuentros se trata una pauta fija que propone: temas jurídicos, cambios en la estructura, asuntos relacionados a la prevención del lavado de dinero, auditorías internas, externas y de organismos reguladores y un espacio para temas varios que deban ser tratados. (ODS 16.6)

**Comité Ejecutivo:** Se encuentra conformado por el presidente, directores y superintendentes de las distintas áreas del Banco. Son responsables por la toma de decisiones estratégicas de la institución; se encargan de la implementación de políticas, procedimientos y procesos y de aplicar los controles necesarios para gestionar operaciones y riesgos en forma prudente. De esta manera velan por el

cumplimiento de los objetivos estratégicos fijados por el Directorio y se aseguraran que éste reciba información relevante, íntegra y oportuna, que les permita evaluar la gestión y analizar si las responsabilidades delegadas son cumplidas efectivamente.

La persona que preside el Comité Ejecutivo, es además miembro del Directorio, conforme las definiciones realizadas por el Holding. Las funciones del presidente de la empresa quedan definidas por las atribuciones mencionadas para los miembros del Directorio y del Comité Ejecutivo. (GRI 102-23) (ODS 16.6)

Los ejecutivos del Banco, en su totalidad, rinden cuenta de su accionar al Directorio, tanto en cuestiones económicas, ambientales y sociales (y de cualquier otra índole). La selección de los mismos (al igual que la de todo el personal) atiende nuestras políticas corporativas de reclutamiento y selección de talentos.

Adicionalmente, la Política de Sustentabilidad de Itaú Paraguay 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. (GRI 102-24) (ODS 5.5) (ODS 16.7)

Tal como sucede con los miembros del Directorio, los integrantes del Comité Ejecutivo son evaluados en su desempeño a través del Programa de Gestión de la Performance. (GRI 102-28)

**Gerencias:** De las tres direcciones y cuatro superintendencias del Banco, se derivan 33 gerencias y 4 coordinaciones asumidas por funcionarios con facultades de resolver cuestiones operativas en la empresa. Además, el perfil del gerente o coordinador requiere habilidades de liderazgo, gestión de procesos, visión estratégica y competencias específicas de acuerdo a las posiciones.

**Auditoría Interna:** El área promueve la evaluación de las actividades desarrolladas por Itaú Paraguay y permite a la administración apreciar la adecuación de los controles, la efectividad del gerenciamiento de riesgos, la confiabilidad de demostraciones financieras y el cumplimiento de normas y reglamentos.

**Comités:** Son órganos colegiados que mantienen relaciones con el Comité Ejecutivo, gestores y líneas de reporte de

<sup>2</sup> Itaú Paraguay no cuenta con directores independientes. (GRI 102-22)



Itaú Unibanco Holding, con el objetivo de crear condiciones de tratamiento uniforme y sistematizado sobre asuntos de relevancia estratégica y de control, por sobre todo manteniendo el criterio de tomas de decisiones colegiadas.

Cada uno de ellos, está integrado por miembros del Comité Ejecutivo y Gerencias. Todos los comités pueden tomar decisiones que tengan implicancias en cuestiones económicas y socio-ambientales. (GRI 102-20)

## Directorio y Síndicos

### Presidente

André Gailey

### Directores Titulares

Carlos Eduardo de Castro, César Blaquier, Fabiana Pascon, Gustavo Spranger, Nicolás García del Puerto, José Britez Infante.

### Síndicos

Mario Durán y Carlos Amaral

### Comité Ejecutivo (GRI 202-2) (GRI 405-1)



**André Gailey**  
Presidente



**Nicolás García Del Puerto**  
Director de Banca Empresas



**Gustavo Spranger**  
Director de Riesgos, Créditos y Compliance



**José Britez**  
Director de Banca Personal



**Norma Prante**  
Superintendente de Personas, Calidad de Servicio, Sustentabilidad y Marketing



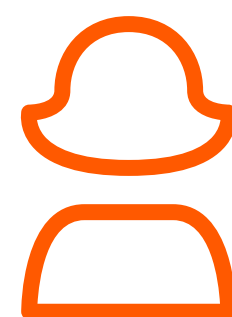
**Alfredo Palacios**  
Superintendente de Administración y Finanzas



**Mario Sangenis**  
Superintendente de Tecnología, Operaciones y Productos



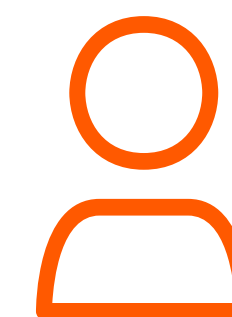
**Raúl Luraghi**  
Superintendente de Tesorería Institucional



**12,5%**  
de miembros mujeres



**44%**  
de miembros locales

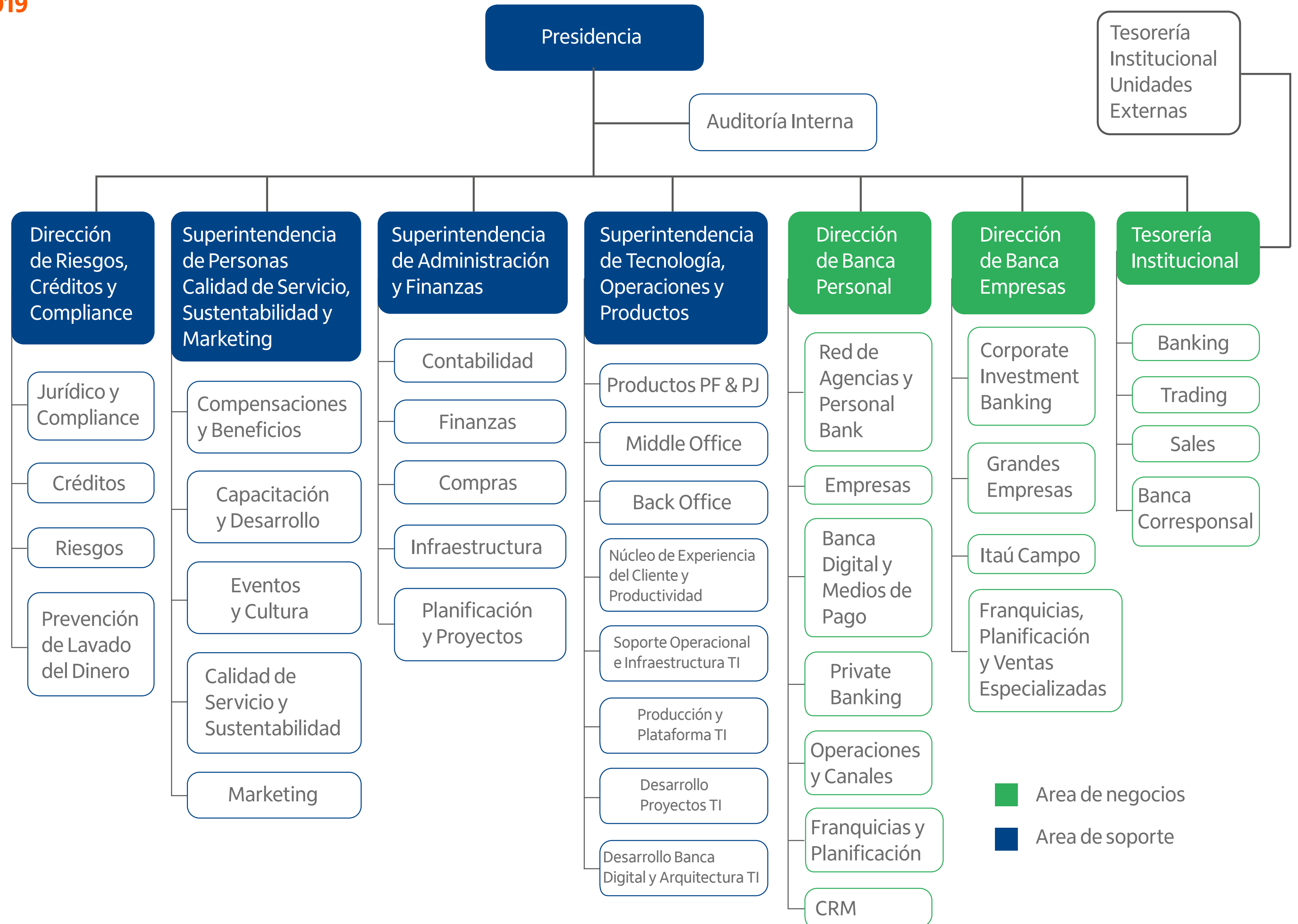


**100%**  
de los miembros entre 30 y 50 años de edad



**Comités: (GRI 102-22)**

Nombre del Colegiado	Objetivo	Nombre del Colegiado	Objetivo
<b>Comité de Auditoría</b> (Itaú Unibanco Holding)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar procesos de controles internos y de administración de riesgos; y</li> <li>• Supervisar actividades de auditoría interna, y actividades de empresas de auditoría externa del Conglomerado Itaú Unibanco.</li> </ul>	<b>Comité de Prevención de Fraudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir y tratar temas referentes a prevención de fraudes internos y externos.</li> </ul>
<b>Comité de Ética</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientar decisiones, conductas y comportamientos;</li> <li>• Difundir directrices de gobierno corporativo; y</li> <li>• Preservar la identidad y reputación de la organización.</li> </ul>	<b>Comité de la Seguridad de la información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar una clara orientación y apoyo a la gestión de seguridad de la información.</li> </ul>
<b>Comité de Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratar los temas relacionados a Tecnología y dirigir la planificación de servicios de información y sus actividades.</li> </ul>	<b>Comité de Continuidad del Negocio y Gestión de Crisis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar una clara orientación y apoyo sobre la gestión de continuidad de negocios del Banco, así como de la gestión de crisis que podrían afectarlo.</li> </ul>
<b>Comité de Compliance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratar temas estratégicos referidos a Cumplimiento.</li> </ul>	<b>Comité de Seguridad Patrimonial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar una clara orientación y apoyo a la gestión de la seguridad patrimonial; y</li> <li>• Proponer, aprobar e implementar mejoras continuas.</li> </ul>
<b>Comité de Prevención de Lavado de Dinero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratar temas tácticos referentes a la Prevención del Lavado de Dinero.</li> </ul>		
<b>Comité de Riesgos Operacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratar asuntos de riesgo operacional, puntos de auditoría, pérdidas operacionales, prevención de fraudes, seguridad de la información y otros, relevantes para la institución sobre cuestiones de riesgo, que impliquen la decisión de un colegiado.</li> </ul>		



### Áreas de negocio y apoyo

Nuestra propuesta de productos y servicios llega hasta los clientes a través de las direcciones comerciales de Banca Empresas y Banca Personal. A estas dos bancas, se suma la Tesorería dando soporte como tesorería institucional, a los diferentes negocios del Banco.

Como áreas que acompañan al negocio, se encuentran la Dirección de Riesgos, Crédito y Compliance y las superintendencias de Personas, Calidad de Servicio, Sustentabilidad y Marketing; de Administración y Finanzas; de Tecnología, Operaciones y Productos y el área de Auditoría Interna.

■ Area de negocios  
 ■ Area de soporte





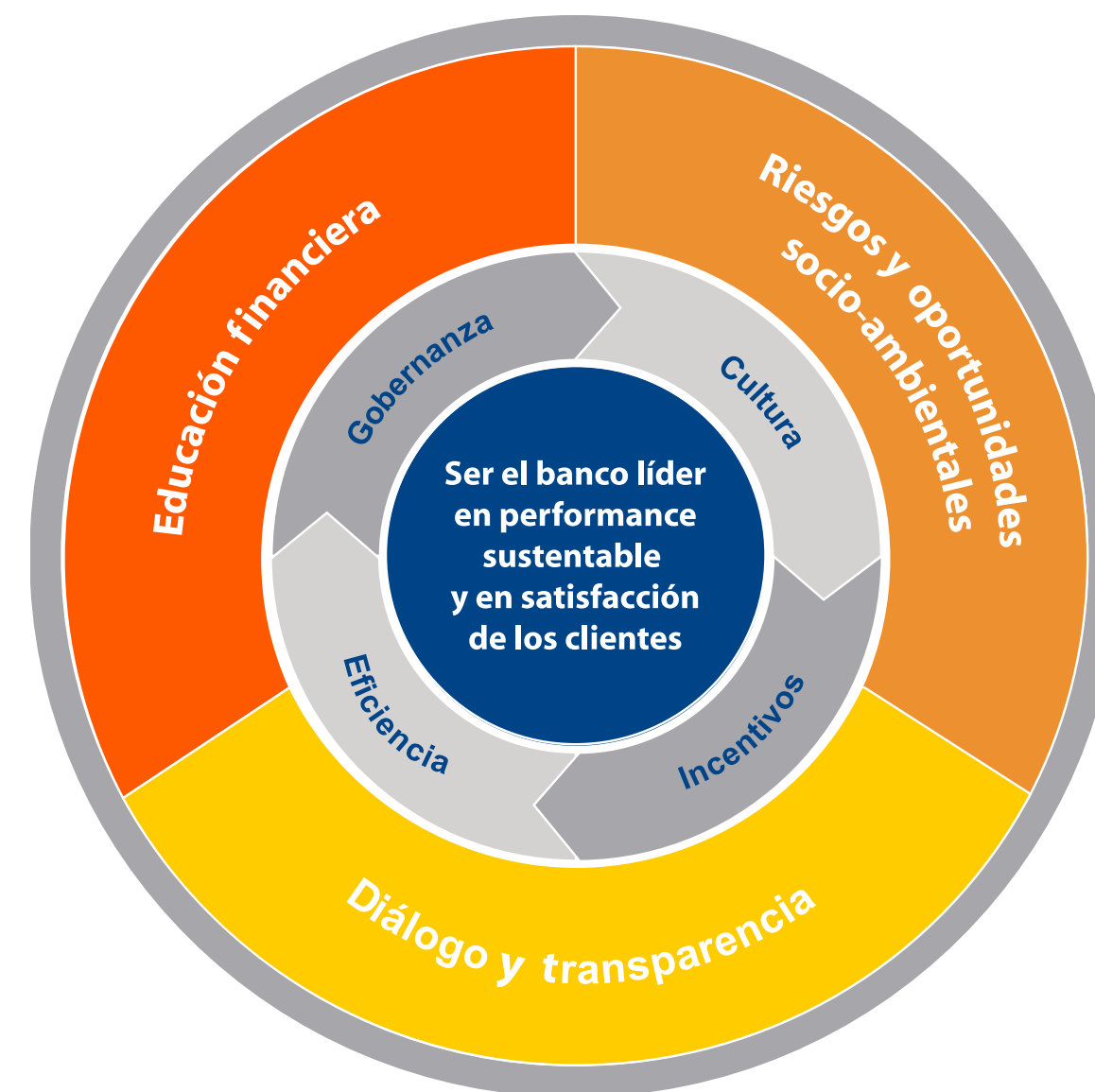
# 4. Sustentabilidad

## Estrategia y gobierno de sustentabilidad

### Estrategia de Sustentabilidad

La Estrategia de Sustentabilidad de Itaú Unibanco Holding S.A. (definida en 2011), resultó del análisis de la Visión de Itaú, los valores de la cultura organizacional “Nuestra Manera”, las políticas corporativas, los compromisos voluntarios, y los resultados de encuestas y encuentros con grupos de interés.

Desde Itaú Paraguay, incorporamos esta Estrategia de Sustentabilidad en los Negocios, la cual se encuentra definida por tres focos: i) educación financiera; ii) diálogo y transparencia y; iii) riesgos y oportunidades socio-ambientales, los cuales son viabilizados por cuatro frentes de apoyo: i) gobernanza y gestión; ii) eficiencia, iii) incentivos y; iv) cultura.



La definición de cada foco es la siguiente:

### Educación financiera

Buscamos orientar a colaboradores, clientes y a la sociedad en general para que tengan una relación más saludable con el dinero. Creemos que las personas que hacen elecciones más conscientes

tienden a adquirir productos y servicios más adecuados a sus planes de vida. Como consecuencia de esto logran estar más satisfechos y se mantienen relaciones duraderas con el Banco.

(GRI 103-1 Salud y Seguridad del Cliente)

### Diálogo y transparencia

Promocionamos iniciativas para establecer un relacionamiento continuo y transparente con nuestros principales públicos. A través de prácticas, resultados y conocimientos compartidos, y también, mediante el diálogo con diferentes audiencias, impulsamos transformaciones positivas en la sociedad y en nuestros negocios.

### Riesgos y oportunidades socio-ambientales

Gestionamos riesgos y buscamos oportunidades de negocio, considerando tendencias de mercado, reglamentaciones y las demandas de clientes y de nuestros principales públicos. Sabemos que incluir el análisis de criterios socio-ambientales en nuestros negocios es fundamental para

mitigar riesgos y fomentar un desarrollo económico sostenible.

### Revisión de la Estrategia

La Estrategia de Sustentabilidad de Itaú Paraguay se encuentra en revisión para poder alinearla a los ocho Compromisos de Impacto Positivo, definidos por Itaú Unibanco Holding S.A. en el segundo semestre 2019. Estos Compromisos son el resultado de un proceso de revisión desarrollado por el Holding, para lograr una mejor integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocios de Itaú.

La construcción de estos Compromisos incorpora a los Principios de Banca Responsable de la ONU y una perspectiva de impacto más específico de la empresa, desde la contribución a los ODS. En septiembre de 2019, Itaú Unibanco Holding firmó su compromiso con estos Principios de la ONU, hecho que constituye un hito en la historia del Holding dentro de sus esfuerzos por desarrollar negocios más sostenibles.





Por parte de Itaú Paraguay, en agosto de 2019, se realizaron reuniones de trabajo con representantes de 28 áreas del Banco, para analizar las oportunidades que traen estos nuevos compromisos, al mismo tiempo de ubicarlos en el contexto del sector financiero local y de Itaú Paraguay en el mercado.

Está previsto que, en el primer semestre de 2020, se cuente con la definición de los Compromisos de Impacto Positivo de Itaú Paraguay, con sus respectivas acciones, metas e indicadores. Estos nuevos compromisos reemplazarán la Estrategia de Sustentabilidad actual, la cual contempla los tres ejes de acción mencionados anteriormente.

### **Performance Sustentable**

Nuestra espiral de sustentabilidad explica el concepto de performance sustentable incluida en nuestra Visión.

Creemos que ofrecer carreras desafiantes a nuestros colaboradores en un ambiente basado en la meritocracia, con valores y políticas claras; contribuye a generar en ellos un orgullo de pertenecer a la organización.

Al contar con colaboradores comprometidos, prestamos servicios más alineados a las expectativas de nuestros clientes, quienes -al estar satisfechos- nos eligen como su Banco.

De esta forma establecemos relaciones más duraderas que generan valor para los accionistas y garantizan resultados financieros que permiten a Itaú promover iniciativas orientadas al desarrollo de la sociedad, el ofrecimiento de mejores servicios y la inversión constante en el desarrollo de sus colaboradores.



### **Gobierno de Sustentabilidad (ODS 16.6)**

En Itaú Paraguay, la puesta en marcha de la Estrategia de Sustentabilidad es conducida por la Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad. La estructura de gobierno que acompaña la alineación de esta estrategia con la estrategia general del negocio, es el Comité Ejecutivo, que se reúne dos veces al año para dar seguimiento a la agenda de sustentabilidad, con la posibilidad de convocar reuniones adicionales de acuerdo a la necesidad.

Por su parte, la Gerencia de Sustentabilidad tiene a su cargo articular esfuerzos con las demás secciones del Banco, para atender los tres ejes de actuación de la Estrategia.

Por otro lado, también reconocemos las estructuras de gobierno de sustentabilidad de nuestra Casa Matriz, pues tienen la responsabilidad de emitir directrices de gestión sostenible en todas las unidades externas. Estas estructuras son el Consejo de Administración, el Comité de Estrategia, el Comité Superior de Ética y Sustentabilidad, el Comité de Sustentabilidad y los Grupos de Trabajo para temas específicos.



## Política de Sustentabilidad

Contamos con una Política de Sustentabilidad que formaliza nuestra Estrategia de Sustentabilidad y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. La misma establece los ejes de actuación para Itaú Paraguay, así como las responsabilidades de las diferentes áreas de la organización, del Comité Ejecutivo, de la Dirección de Riesgos y Compliance y de la Gerencia de Sustentabilidad.

La Política establece, asimismo, la gobernanza que va a conducir su aplicación y mantenimiento; y las directrices sobre las formas de gestión del Banco con respecto a sus productos y servicios, en la relación con los clientes, con su público interno, sus proveedores y la sociedad, al igual que para las cuestiones relacionadas al medio ambiente.

## Materialidad de los temas

Para Itaú, un tema es material cuando los impactos generados por el mismo pueden afectar nuestra capacidad de crear valor en el corto, mediano o largo plazo.

Contar con un proceso de identificación de estos temas es fundamental pues nos permite gestionarlos conforme los intereses del Banco y la percepción de los grupos con los que estamos vinculados.

Con miras a establecer los temas materiales de este nuevo Reporte, tomamos como punto de partida los 22 temas considerados materiales en nuestro Reporte de 2018 y los consolidamos en 10 nuevos temas materiales. Consideramos que esta reagrupación facilita la interpretación acerca de los principales frentes sobre los que se construyó el contenido de este Reporte.

El proceso de identificación de los 22 temas materiales que luego pasan a consolidarse en 10 temas, fue realizado considerando las siguientes etapas: **(GRI 102-46) (ODS 16.7)**

**1. Identificación:** realizamos una consulta

indirecta a nuestros principales públicos<sup>3</sup>, mediante la revisión de fuentes existentes de información relacionadas a sus expectativas e intereses<sup>4</sup>. También, se incluyeron otras informaciones no provenientes de públicos de interés, que se consideraron relevantes para definir los aspectos materiales del Banco. En esta instancia, relevamos 230 temas específicos.

**2. Priorización:** esta etapa fue llevada a cabo en dos momentos; en el primero (en 2015), se consolidaron los 230 temas específicos relevados y se obtuvieron 22 aspectos materiales para Itaú. El segundo momento (2016) consistió en la priorización de estos 22 aspectos, a través de consultas directas con grupos de colaboradores, clientes, proveedores, organizaciones aliadas e instituciones del Gobierno. Del proceso de consulta y priorización también participaron todos los integrantes del Comité Ejecutivo.

El resultado de 2016 fue una lista priorizada de los temas según la perspectiva de los grupos de interés y otra lista priorizada desde la perspectiva del Comité Ejecutivo (lo que representó la visión “Gestión del Banco”), que combinadas dieron origen al

conjunto 22 de temas materiales anteriores<sup>5</sup>.

Lo que da origen a los 10 temas materiales presentados en este Reporte, es la consolidación de los 22 temas anteriores. Para esto, la Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad del Banco llevó a cabo un análisis de la vinculación que existía entre los asuntos desarrollados en cada uno de los temas anteriores. Para atender las valoraciones originales dadas por los grupos de interés y el Comité Ejecutivo en el proceso de priorización de 2016, la integración en los 10 temas se realizó promediando las valoraciones. La tabla “Nuevos temas materiales y temas materiales anteriores”, en esta sección, muestra qué temas materiales anteriores quedaron consolidados en los 10 nuevos temas. **(GRI 102-43)**

**3. Validación:** tanto la validación de los 22 temas anteriores y de los 10 temas nuevos, fue realizada con integrantes del Comité Ejecutivo y desde la Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad.

**4. Revisión:** Está previsto para 2020, realizar una nueva consulta con grupos de interés que permita constatar que los temas

<sup>3</sup> Los principales grupos de interés de Itaú Paraguay son determinados por nuestra Espiral de Sustentabilidad: colaboradores, clientes, accionistas y la sociedad (dentro de la cual se incluyen a proveedores, gobierno y la comunidad) **(GRI 102-40) (GRI 102-42)**

<sup>4</sup> Estas fuentes existentes de información, se refieren principalmente a resultados de encuestas de clima organizacional con el público interno y encuestas de satisfacción con clientes; definiciones en asambleas del Directorio, comentarios de la sociedad en redes sociales, entre otros. Otras fuentes fueron los procesos de materialidad de empresas del sector financiero, principios de compromisos voluntarios asumidos y declaraciones institucionales de Itaú.

<sup>5</sup> Mediante un promedio, en donde cada grupo tuvo el mismo peso, se obtuvo un único resultado el cual consideramos representaba la visión “Grupos de interés” sobre los aspectos. Para la evaluación del Comité Ejecutivo se tuvo en cuenta la relevancia de cada aspecto en cuanto a: su impacto en la sociedad y el medio ambiente, en la rentabilidad, reputación e imagen de la empresa, a la existencia de exigencias legales sobre el asunto y a la relación de los mismos con los valores, políticas y estrategia de la organización.



materiales actuales de Itaú siguen siendo los más relevantes para el Banco e identificar nuevos temas dentro del contexto de sostenibilidad para el sector financiero.

**Aplicación de Principios para la definición del contenido del Reporte (GRI 102-46)**

• **Principio de Inclusión de Grupos de Interés:**

consulta indirecta de expectativas en 2015 y en 2016, consulta directa con grupos de interés específicamente para el proceso de materialidad.

• **Principio de Contexto de Sostenibilidad:**

se incluyó informaciones de fuentes de información existentes, cuestiones relacionadas a la visión del Banco, a su estrategia de sustentabilidad y a los lineamientos de compromisos voluntarios asumidos sobre desarrollo sostenible.

• **Principio de Exhaustividad:** más adelante en esta sección, se indica la cobertura de cada aspecto, la implicancia de Itaú en los impactos sobre el tema, y a lo largo del Reporte se desarrolla información de acuerdo a la relevancia de cada uno.

• **Principio de Materialidad:** los temas

relevantes fueron definidos incorporando cuestiones estratégicas del Banco, estándares globales, lineamientos de compromisos voluntarios y expectativas de grupos de interés; a lo largo de los procesos de identificación, priorización, validación y revisión mencionados anteriormente.


**Nuevos temas materiales y temas materiales anteriores**

Nuevos temas materiales	Temas materiales anteriores incluidos
<b>1. Desempeño económico</b>	Eficiencia y desempeño económico   Crédito y morosidad.
<b>2. Educación financiera</b>	Educación Financiera.
<b>3. Ciudadanía corporativa</b>	Desarrollo de la Sociedad.
<b>4. Desarrollo de la Sociedad</b>	Calidad de atención y satisfacción de clientes   Canales de atención   Productos, servicios y beneficios.
<b>5. Integridad y Ética</b>	Ética, valores y transparencia   Gobernanza corporativa   Combate a la corrupción y actividades ilícitas   Marca y reputación   Seguridad de la información.
<b>6. Gestión de riesgos</b>	Riesgo socio ambiental   Gestión de riesgos y capital.
<b>7. Gestión ambiental</b>	Eco eficiencia y gestión ambiental.
<b>8. Experiencia del Colaborador</b>	Atracción, retención y desarrollo   Salud, seguridad y bienestar   Performance, remuneración e incentivos   Diversidad, igualdad e inclusión.
<b>9. Transformación digital</b>	Innovación y oportunidades   Tecnología de la información.
<b>10. Gestión de proveedores</b>	Gestión de proveedores.








**Temas materiales, cobertura, contenidos GRI y asuntos relacionados<sup>6</sup> (GRI 102-46) (GRI 102-47) (GRI 103-1General)**

Tema material	Cobertura del tema material	Contenido GRI relacionado	Informaciones relacionadas
<p><b>1. Desempeño económico</b></p> 	<p>Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño económico</li> <li>• Perfil de la organización</li> <li>• Control accionario activo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor económico directo generado (ingresos) y distribuido (sueldos, gastos operativos, pago a proveedores, inversiones en la comunidad, etc).</li> <li>• Principales índices de desempeño financiero.</li> <li>• Estadísticas de morosidad del Banco.</li> <li>• Composición de la cartera de crédito: préstamos por sector de inversión, tamaño de empresas.</li> <li>• Gestión del Capital.</li> <li>• Fondeo. Fuentes de Financiación.</li> <li>• Estados Contables.</li> </ul>
<p><b>2. Educación financiera</b></p> 	<p>Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes y Sociedad). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa o indirecta según la iniciativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidades locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativas de educación financiera para colaboradores, clientes y público en general.</li> <li>• Participación del Banco en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.</li> <li>• Instrucción y orientación en el uso de productos y servicios.</li> <li>• Estadísticas sobre personas y localidades beneficiadas con iniciativas de educación financiera del Banco.</li> </ul>

<sup>6</sup> La cobertura de cada tema material, indica dónde se producen los impactos derivados del mismo. Éstos pueden darse de forma exclusiva en la organización, fuera de ella o bien dentro y fuera. (GRI 102-46). También se indica qué público es el más afectado por la gestión del tema material al exterior de la empresa y si la implicancia de Itaú en los impactos generados sobre el tema, es directa o indirecta.

<p><b>3. Ciudadanía corporativa</b></p> 	<p>Dentro y fuera de la organización (público más afectado fuera de la organización: Sociedad). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa o indirecta según la iniciativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidades locales</li> <li>• Desempeño económico</li> <li>• Impactos económicos indirectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localidades en las que Itaú ha implantado programas de desarrollo.</li> <li>• Iniciativas de promoción cultural.</li> <li>• Iniciativas de promoción de educación integral.</li> <li>• Valor monetario de inversión en programas sociales.</li> <li>• Programas de Voluntariado Corporativo.</li> <li>• Compromisos voluntarios y participaciones en asociaciones.</li> <li>• Relacionamiento con la Prensa.</li> </ul>
<p><b>4. Satisfacción de clientes</b></p> 	<p>Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing y etiquetado</li> <li>• Salud y seguridad de los clientes</li> <li>• Perfil de la organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados de Encuestas de Satisfacción de Clientes.</li> <li>• Iniciativas de transparencia en el relacionamiento con clientes.</li> <li>• Tratamiento de solicitudes, consultas y reclamos.</li> <li>• Reclamos con organismos de defensa del consumidor.</li> </ul>
<p><b>5. Integridad y ética</b></p> 	<p>Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Sociedad y Clientes). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es principalmente directa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia</li> <li>• Ética e integridad</li> <li>• Formación y enseñanza</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Gobernanza</li> <li>• Anticorrupción</li> <li>• Participación de los grupos de interés</li> <li>• Perfil de la organización</li> <li>• Privacidad del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principios y valores del Código de Ética.</li> <li>• Canales de comunicación y mecanismos de denuncia de conductas no éticas o ilícitas.</li> <li>• Entrenamientos para colaboradores sobre ética y valores de la empresa.</li> <li>• Gestión de conflictos de interés.</li> <li>• Denuncias recibidas sobre prácticas laborales, abuso y otras irregularidades éticas.</li> <li>• Número de centros/oficinas del Banco que han sido evaluados en relación a riesgos de corrupción.</li> </ul>



<b>5. Integridad y ética</b> 			<ul style="list-style-type: none"><li>• Políticas, procedimientos y capacitación sobre lucha contra la corrupción.</li><li>• Política y gestión de Prevención de Lavado de Dinero.</li><li>• Gestión de seguridad de la información y prevención de fraudes.</li></ul>
<b>6. Gestión de riesgos</b> 	Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes y Sociedad). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es principalmente directa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrategia</li><li>• Portafolio de productos</li><li>• Auditoría</li><li>• Gobernanza</li><li>• Perfil de la organización</li><li>• Cumplimiento ambiental</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estructuras, estrategia y procesos de gestión de riesgos del Banco.</li><li>• Tipos de riesgos evaluados.</li><li>• Proceso de análisis de créditos. Monitoreo de cartera de crédito.</li><li>• Políticas y procedimientos de evaluación de riesgos socio- ambientales en la otorgación de crédito a clientes.</li><li>• Estadísticas sobre cartera y clientes evaluados en su gestión socio-ambiental.</li><li>• Casos de incumplimiento de la normativa ambiental por parte del Banco.</li></ul>
<b>7. Gestión ambiental</b> 	Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Sociedad). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es principalmente directa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perfil de la organización</li><li>• Agua</li><li>• Energía</li><li>• Emisiones</li><li>• Efluentes y residuos</li><li>• Materiales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión de residuos generados en el Banco.</li><li>• Consumo de energía, agua, papeles/ cartones y otros materiales.</li><li>• Emisiones de gases del efecto invernadero/ iniciativas de compensación o mitigación.</li><li>• Iniciativas para reducción de consumo de energía, agua, papeles y otros materiales.</li></ul>



## 8. Experiencia del colaborador





Dentro de la organización. La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa.

- Formación y enseñanza
- Gobernanza
- Empleo
- Libertad de asociación y negociación colectiva
- Salud y seguridad en el trabajo
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- No discriminación
- Perfil de la organización

- Programas de capacitación
- Políticas y canales selección.
- Estadísticas de admisiones y desvinculaciones.
- Reincorporación y retención de colaboradores con permiso de maternidad o paternidad.
- Beneficios y compensaciones otorgados.
- Proceso de evaluación de desempeño y feedback.
- Políticas de remuneración fija y variable.
- Casos de lesiones, enfermedades profesionales, víctimas mortales relacionadas al trabajo.
- Funciones con riesgos elevados de enfermedad.
- Programa de Calidad de Vida
- Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional
- Gestión y evaluación del clima laboral en la empresa
- Diversidad en la conformación de los equipos (género, edad, condición de discapacidad, raza)
- Selección de personas con discapacidad.
- Relación entre salarios de hombres y mujeres.
- Otras iniciativas de diversidad (género, LGBTI, edad, discapacidad)



<b>9. Transformación digital</b> 	Dentro y fuera de la organización (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perfil de la organización</li><li>• Estrategia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Premisas de la Banca Digital</li><li>• Canales y funcionalidades digitales disponibles.</li><li>• Digitalización de clientes.</li><li>• Metodologías de trabajo.</li></ul>
<b>10. Gestión de proveedores</b> 	Fuera de la organización: (públicos más afectados fuera de la organización: Clientes y Proveedores). La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema, es principalmente indirecta en cuanto a prácticas socio-ambientales de proveedores.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evaluación ambiental de proveedores</li><li>• Evaluación social de los proveedores</li><li>• Trabajo infantil</li><li>• Trabajo forzoso u obligatorio</li><li>• Perfil de la organización</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Políticas disponibles sobre relacionamiento con proveedores.</li><li>• Proceso y resultados de evaluaciones ambientales, de prácticas laborales, en materia de derechos humanos, sobre trabajo infantil, forzoso o forzado aplicadas a proveedores.</li><li>• Proceso de evaluación y contratación de proveedores.</li><li>• Estadísticas sobre tipo de proveedores y pagos realizados.</li><li>• Programas de entrenamientos y capacitación para proveedores.</li></ul>





## Relacionamiento con grupos de interés


Las implicancias y el alcance de las relaciones que mantenemos con nuestros públicos, están definidos en diferentes políticas que se describen a lo largo de este Reporte y en documentos institucionales como el Código de Ética.

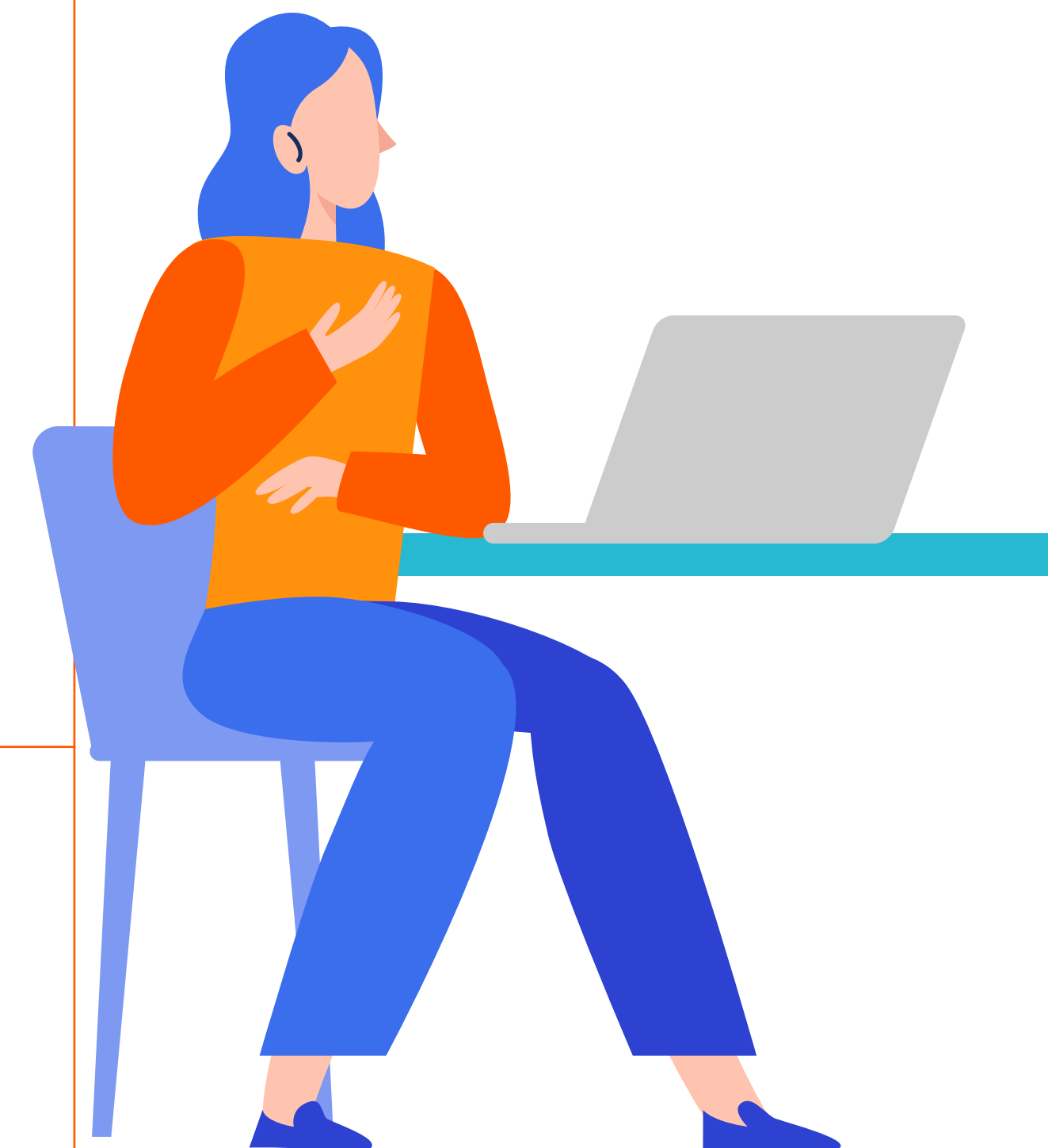
Contar con canales que aseguren una comunicación efectiva con los grupos de interés de Itaú, es fundamental para entender sus expectativas, conocer sus percepciones sobre la actuación del Banco e identificar cuáles son los aspectos de nuestra gestión que son más valorados por ellos para así abordarlos pertinentemente.

Esta dinámica de comunicación nos ayuda a fortalecer nuestras prácticas de diálogo en la relación con públicos que influyen en el funcionamiento del Banco y sobre los cuales generamos impactos. **(ODS 16.7)**

A continuación, se presentan los canales de comunicación que hacen posible la interacción con cada público:

### Canales de comunicación por grupo de interés

Grupo de interés	Canales de comunicación
<p>Colaboradores</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta de Clima Organizacional.</li> <li>• Encuesta Pulso.</li> <li>• Encuesta Experiencia del Colaborador.</li> <li>• Encuesta Cliente Interno.</li> <li>• Encuestas Voluntarios Itaú Unibanco</li> <li>• Encuesta sobre Salud y Seguridad Ocupacional.</li> <li>• Encuesta sobre Diversidad e Inclusión</li> <li>• Canales de denuncia de desvíos éticos.</li> <li>• Reuniones de áreas.</li> <li>• Reuniones de retroalimentación de performance.</li> <li>• Espacio “Hecho para mí”.</li> <li>• Eventos internos.</li> <li>• Comunicación corporativa digital.</li> <li>• Reporte de Sustentabilidad.</li> <li>• Escuela de Líderes.</li> <li>• Inducción corporativa.</li> </ul>
<p>Clientes</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta de satisfacción para clientes personas físicas.</li> <li>• Encuesta regional de satisfacción clientes personas físicas y personas jurídicas.</li> <li>• Encuestas dinámicas de atención en sucursales.</li> <li>• Encuestas dinámicas del segmento</li> </ul>





Grupo de interés	Canales de comunicación
<p><b>Clientes</b></p> 	<p>Personal Bank.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas dinámicas del servicio de atención al cliente telefónico.</li> <li>• Sucursales y centros de atención.</li> <li>• Canales digitales y de auto-atención.</li> <li>• Área de Calidad de Servicio.</li> <li>• Direcciones de correo calidad@itau.com.py y sac@itau.com.py</li> <li>• Oficinas de organismos de defensa del consumidor.</li> <li>• Encuentro de tipo focus group sobre servicios y productos del Banco.</li> <li>• Ciclos de entrevistas personales con clientes.</li> <li>• Sitios web: www.itau.com.py y www.fundacionitau.com.py.</li> <li>• Perfiles del Banco en redes sociales.</li> <li>• Reporte de Sustentabilidad.</li> </ul>
<p><b>Proveedores</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de correo electrónico hablemos@itau.com.py y compras@itau.com.py</li> <li>• Casilla de Correo: N° 391 a nombre de Banco Itaú Paraguay S.A.</li> <li>• Oficinas del área de Compras.</li> <li>• Sitios web: www.itau.com.py y www.fundacionitau.com.py.</li> <li>• Perfiles del Banco en redes sociales.</li> <li>• Reporte de Sustentabilidad.</li> </ul>

Grupo de interés	Canales de comunicación
<p><b>Sociedad</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico sustentabilidad@itau.com.py y fundacionitau@itau.com.py.</li> <li>• Fundación Itaú Paraguay.</li> <li>• Área de Sustentabilidad.</li> <li>• Perfiles del Banco en redes sociales.</li> <li>• Reporte de Sustentabilidad.</li> </ul>
<p><b>Gobierno</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas de Sustentabilidad, Área de Personas, Fundación Itaú y Dirección de Riesgos, Créditos y Compliance, Superintendencia Administración y Finanzas.</li> <li>• Reporte de Sustentabilidad.</li> <li>• Perfiles del Banco en redes sociales.</li> <li>• Entes Reguladores.</li> </ul>

# Integridad y ética



## “ ¿Por qué este tema es material?

Tenemos la convicción de que organizaciones que desean permanecer en el tiempo, no admiten ganancias a cualquier precio y que su éxito depende de su capacidad para liderar con integridad y ética.

En nuestra cultura corporativa, estos valores son innegociables y fundamentales para alcanzar nuestra visión de ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de clientes.

Consideramos que la integridad y ética es la base sobre la cual se sustenta toda la organización y las relaciones con los diversos grupos de interés; son componentes esenciales para nuestras actuaciones, perennidad y sustentabilidad del negocio.

La sociedad demanda en las grandes empresas, transparencia y compromiso con los objetivos y compromisos asumidos. Conscientes de esto y de la responsabilidad social corporativa que tenemos para con la sociedad, conducimos nuestros negocios, procesos y relacionamientos, con el fin de establecer vínculos duraderos con nuestros grupos de interés a la vez de generar valor para todos.

Estamos comprometidos con altos padrones de conducta en los negocios y nos adherimos a las leyes, normas y reglamentaciones que rigen nuestras operaciones. Por medio de la confianza adquirida y de la calidad de nuestros productos y servicios, garantizamos la perennidad de nuestros negocios y la satisfacción de los clientes.  
(GRI 102-16)





## Código de Ética

El Código de Ética de Itaú Paraguay -alineado al del Holding- tiene el objetivo de orientar, prevenir y subsanar dilemas éticos y conflictos de interés en nuestras actividades y relaciones internas y; ofrecer directrices sobre cuáles son las posturas que se consideran adecuadas y las que son inaceptables al momento de actuar.

El Código, representa nuestro compromiso formal con asuntos como la erradicación del trabajo infantil o forzoso, el combate contra todo tipo de discriminación, la valorización de la diversidad social, la prevención de situaciones de acoso, el respeto a los derechos de libre asociación sindical y a la negociación colectiva, entre otros temas. **(ODS 5.1) (ODS 8.7 8.8)**

### Principios del Código de Ética

#### Principio de Identidad



Somos una empresa dedicada al crecimiento, la eficiencia y la satisfacción de los clientes con base en una conducta empresarial ética y en el desarrollo sustentable.

#### Principio de Interdependencia



Interactuamos con nuestro público y con la sociedad con el fin de compartir valores y acciones que lleven al bien común.

#### Principio de Buena Fe



Actuamos de buena fe y asumimos la responsabilidad de nuestros actos y elecciones.

#### Principio de Excelencia



Mejoramos continuamente la calidad de nuestro trabajo y cultivamos ambientes motivadores y que estimulen la cooperación.

La Política de Gestión de Ética Corporativa (actualizada en julio de 2019), a su vez, establece directrices complementarias al Código de Ética con temas como el combate a la corrupción y coimas, ventajas personales, conflictos de interés, soborno, cortesías, contribuciones, actividades externas, relaciones con clientes y proveedores, relaciones de parentesco, y comunicación de sospechas o denuncias de desvíos en la conducta y sus respectivas sanciones.

### Difusión del Código de Ética

Estas son las iniciativas que llevamos a cabo para difundir los lineamientos del Código:

- **Adhesión digital:** como requisito obligatorio para poder iniciar las actividades, cada colaborador debe adherirse a los lineamientos del Código mediante la confirmación de lectura en una plataforma digital (esta adhesión se renueva anualmente).
- **Inducción de nuevos colaboradores:** en el proceso de ingreso de nuevos colaboradores y pasantes universitarios, se hace entrega de una copia impresa del Código.
- **Portal interno corporativo:** el documento en

su versión digital, se encuentra disponible en el portal corporativo interno para consultas en todo momento.

- **E-learning “Cultura de Riesgos y Ética”:** de forma anual, se lleva a cabo este entrenamiento online que incluye contenido sobre el Código de Ética y casos prácticos para evaluación. En 2019 la puntuación media en las pruebas de adherencia fue de 99%.

### Canales de orientación y comunicación de desvíos éticos

El compromiso que todos los colaboradores asumen con los principios y directrices incluidos en nuestro Código de Ética, es la base de la solidez y la perdurabilidad de la empresa. Esto implica que si se encuentran ante una situación o ante la sospecha de la transgresión de una norma, ley o reglamento; la situación debe ser comunicada.

Para este efecto, se han establecido canales locales -y al nivel del Holding- para casos en que los colaboradores necesiten orientaciones sobre las directrices del Código de Ética y/o realizar denuncias o reclamos sobre incumplimientos en



normativas, maltratos, discriminación, abusos y otras irregularidades en el comportamiento. (GRI 102-17) (ODS 5.1) (ODS 8.8) (ODS 16.1).

Estos canales de comunicación y denuncia tienen la intención de asegurar la responsabilidad y el respeto en nuestras relaciones, de mantener siempre presentes a los principios y valores del Banco y como consecuencia garantizar un ambiente de trabajo armónico y seguro para nuestros colaboradores.

### Canales en Itaú Paraguay

- Correos electrónicos internos genéricos:
  - Comité de Ética: comitedeetica@itau.com.py
  - Compliance: complianceetica@itau.com.py
  - Personas: personasetica@itau.com.py
- Correo electrónico externo hablemos@terra.com
- Interno con línea telefónica grabada 3777.
- Correos electrónicos internos y líneas telefónicas del Superintendente de Personas y del Gerente de Controles Internos y Riesgo Operacional.
- Casilla de correo N° 391 de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay.
- Voz Activa: es un espacio ubicado en el portal corporativo interno del Banco en el cuál pueden hacerse denuncias, seleccionar motivos y el área receptora de la denuncia. Además, da la posibilidad al denunciante de identificarse o mantenerse en el anonimato.

### Canales de Itaú Unibanco Holding

Cada país que compone el Holding es responsable de recibir y tratar consultas o denuncias referentes al Código de Ética a través de sus canales establecidos; sin embargo, siempre que sea necesario los colaboradores cuentan con estructuras del Holding, tales como:

- Comité de Ética y Ombudsman: ombudsman@ombudsman.itau-unibanco.com.br o ombudsman.itub@terra.com.br
- Comité de Inspectoría: inspetoria@itau-unibanco.com.br
- Comité de Auditoría: comitê.auditoria@itau-unibanco.com.br

### Casos de desvíos éticos

El Comité de Ética del Banco es la instancia encargada de gestionar los casos de desvíos éticos, para lo cual se reúne semestralmente y en caso de necesidad; los casos individuales son tratados de forma extraordinaria.

Respecto a las situaciones denunciadas, la atención de los casos se realiza respetando ciertas condiciones: i) la investigación con imparcialidad, independencia y discreción; ii) se asegura el anonimato del denunciante (si así lo prefiere); iii) no se consideran denuncias o acusaciones sin fundamentaciones consistentes y, iv) las denuncias efectuadas de mala fe están sujetas a sanciones. Todos los casos cuentan con seguimientos trimestrales formalizados.

En 2019, se han tratado y finalizado trece denuncias realizadas por colaboradores que llegaron hasta estos canales. Del total de las denuncias, en ocho casos se mencionó situaciones de abuso de poder o asedio moral, tuvimos dos situaciones de asedio sexual, dos situaciones en las que se mencionaron situaciones de conflicto de interés y, un caso sobre discriminación. No hemos recibido en el presente año



denuncias respecto a incumplimientos normativos, ni situaciones de maltrato, así como tampoco hemos recibido denuncias por violación de derechos humanos o corrupción. (GRI 205-3) (GRI 406-1) (ODS 16.3 16.5) (ODS 5.2)

La comunicación de la disponibilidad de los canales de denuncia es realizada a través del Código de Ética entregado a colaboradores al inicio de su relación con el Banco y en el año se realizan comunicaciones internas para recordarlos. Además, los colaboradores reciben capacitaciones sobre los mecanismos de asesoramiento y denuncia a través de las charlas anuales de Riesgo Operacional y Ética, desarrolladas por la Gerencia de Controles Internos y Riesgo Operacional.

#### **Ética en la cadena de suministro**

Para el vínculo con los prestadores de servicios o provisión de insumos y bienes, contamos con un Código de Ética de Proveedores en el cual están descriptas las principales directrices de gestión que el Banco aplica en sus operaciones y que se espera sean adoptadas por las empresas, cuando se convierten en proveedores de Itaú.

El documento incorpora contenidos relacionados a ética, seguridad de la información, relacionamiento de colaboradores del Banco (nexo familiar o consanguinidad), con empleados o dueños de empresas proveedoras, manejo de conflictos de interés y cumplimiento tributario.

Todas las empresas proveedoras efectivas o empresas postulantes, están obligadas a adherirse al cumplimiento del Código. Esto las compromete a observar las políticas presentadas por el Banco y las normas legales aplicables a derechos de propiedad intelectual, derechos del consumidor, comportamiento ambiental y de responsabilidad social, trabajo forzado e infantil, sigilo bancario, prácticas anticorrupción, entre otros. (ODS 8.7) (ODS 16.2)

#### **Canales de denuncia para Proveedores**

- Correo electrónico : hablemos@itau.com.py.
- Casilla de correo N° 391.
- Área de Compras por su relacionamiento constante con proveedores.

En 2019, no se han recibido denuncias de proveedores a través de estos canales.

#### **Prácticas anticorrupción (GRI 205-2) (ODS 16.5)**

En Itaú, los temas vinculados 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.

• **Política Corporativa de Combate a la Corrupción:** refuerza el compromiso del Holding de cooperar proactivamente con las iniciativas de cada país -y con las internacionales- sobre la prevención y combate a la corrupción en todas sus formas. Así también, la misma establece orientaciones para la concepción, efectividad y mejora continua del programa corporativo destinado al desarrollo y mantenimiento de prácticas de prevención, monitoreo y combate, y 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.

• **Política de Gestión de Ética Corporativa:** proporciona orientaciones sobre el 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. La Dirección de Riesgos, Crédito y Compliance, es la encargada de garantizar la



internalización de estas políticas vinculadas a prácticas anticorrupción y de monitorear el cumplimiento de sus delineamientos. La lectura y adherencia a políticas relacionadas al Código de Ética y a lucha contra la corrupción son de carácter obligatorio para todos los colaboradores. El e-learning “Cultura de Riesgos y Ética”, realizado anualmente, también cuenta con contenido sobre prácticas anticorrupción.

En 2019, dentro del plan de formación dirigido a colaboradores sobre prácticas anticorrupción, fueron desarrollados los siguientes entrenamientos:

**Prevención de la corrupción:** tenía el objetivo de establecer claramente qué es la corrupción, cómo actuar ante la sospecha o identificación de una situación de corrupción; exponer las principales orientaciones para prevenir la corrupción dentro del Programa de Integridad y Ética y; conseguir una mayor concientización sobre los riesgos de corrupción. La formación fue en formatos específicos para miembros del Comité Ejecutivo y para representantes de áreas críticas del Banco.

• **Volcker Rule:** esta regla, persigue el objetivo de limitar los riesgos excesivos tomados por las instituciones de depósitos y sus filiales. Cualquier banco extranjero con sucursales, agencias y filiales, así como las empresas en las que este banco tenga control, son entidades sujetas a las restricciones impuestas por la Volcker Rule. Desde el conglomerado, se realizaron análisis de negocio y se puso en práctica un programa para asegurar y supervisar que las actividades de la institución cumpla con las especificaciones establecidas por la Volcker Rule.

### Conflictos de Interés (GRI 102-25)(ODS 16.5)

Las Políticas de Actividades Externas y de Relación de Parentesco establecen los lineamientos para gestionar conflictos de interés en el contexto laboral. La primera define el proceso de comunicación y de evaluación de riesgos o conflictos vinculados al ejercicio de actividades fuera del Banco por parte del colaborador, en organizaciones ya sea como propietario o con participaciones (con o sin remuneración). La segunda, establece criterios para evaluar casos de relaciones de parentesco entre

colaboradores dentro de la organización. Todos los colaboradores, anualmente, tienen como requisito completar declaraciones sobre actividades externas que puedan estar desempeñando y su parentesco con otros colaboradores.

### Prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo (ODS 16.10 a)

Como institución financiera -en concordancia con la legislación vigente, reglamentaciones locales y de acuerdo con las mejores prácticas de mercado internacional- cumplimos un papel fundamental en la tarea de prevenir y combatir hechos ilícitos tales como el lavado de dinero (LD) o el financiamiento del terrorismo (FT).

Nuestros esfuerzos están orientados a identificar y evitar situaciones en las que los servicios, productos y recursos operacionales del Banco sean utilizados para realizar movimientos y/u ocultar o disimular la verdadera naturaleza de fondos provenientes de actividades ilegales.

Nuestra Política de Prevención y Combate

a Actos Ilícitos está alineada a un Programa Corporativo de Prevención de Actos Ilícitos, dentro del cual se encuentra el Proceso de Prevención y Combate de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo. Las principales herramientas vinculadas al Programa son:

- Conozca a su colaborador.
- Conozca a su cliente.
- Conozca a su proveedor.
- Clasificación de clientes por su nivel de riesgo LD/FT
- Monitoreo de transacciones.
- Informe de transacciones sospechosas a autoridades y entes reguladores.

Para garantizar la efectividad de estos procesos, es esencial asegurar el entendimiento de los colaboradores sobre estos asuntos y sobre la responsabilidad que representan para ellos y para la institución.

En 2019, 1.217 colaboradores participaron de entrenamientos sobre prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo. En el año, además, se llevaron a cabo actividades adicionales al programa de cultura, incluyendo encuentros de tipo



focus group entre representantes de las áreas comerciales y el Chief Risk Officer enfocadas a conocer riesgos de prevención de lavado de dinero. Así también, el área de Prevención de Lavado de Dinero desarrolló espacios de formación para áreas del Banco en contacto con clientes con el objetivo de interiorizarlas con los cambios normativos. Adicionalmente, se realizó una capacitación exclusiva con enfoque jurídico-penal en temas relacionados a la prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo dirigida a integrantes del Comité Ejecutivo y a gerentes de todas las áreas de la empresa.

#### **Fortalecimiento en procesos**

Sobre nuestros procedimientos internos, en el año se trabajó en el fortalecimiento del proceso de renovación catastral de datos del cliente lo que permitió posteriormente realizar mejores evaluaciones que derivaron en una mejor atención. En este sentido la actualización de datos en forma digital, permitió actualizar informaciones de más de 200.000 clientes.

También, se rediseñaron los controles relacionados al monitoreo transaccional y comportamental del cliente, en pos de lograr

una mayor eficiencia en las gestiones con el mismo.

Estos procesos fortalecen el compromiso del Banco con las regulaciones locales e internacionales existentes y constituyen el soporte para lograr la sustentabilidad de sus negocios y una mayor seguridad para sus clientes.

### **Seguridad de la información y privacidad del cliente**

Desde el área de Seguridad de la Información del Banco, se invierte en infraestructura, recursos tecnológicos y entrenamientos tanto para colaboradores como para proveedores con la intención de proteger las informaciones que gestionamos y de asegurar la privacidad de los clientes en las operaciones que realizamos.

#### **Políticas de seguridad y privacidad**

La Política Corporativa de Seguridad de la Información, cuya lectura es obligatoria para todos los colaboradores, y la Política de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información, Cyber Security y Propiedad Intelectual, establecen las directrices para el tratamiento de la

información en la empresa. Su propósito es garantizar que los lineamientos y principios de propiedad intelectual y seguridad de la información sean aplicados para proteger al Banco, a los clientes y al público en general.

#### **Entrenamientos**

El área de Seguridad de la Información participa de la Inducción Corporativa de nuevos colaboradores, con un entrenamiento sobre principios de seguridad, clasificación de la información, manejo y comportamiento en las redes sociales, lineamientos de seguridad sobre accesos a sistemas y utilización del correo electrónico, entre otros temas.

De la misma forma, en el año se desarrolló un entrenamiento en línea, dirigido a todos los colaboradores del Banco con el fin de reforzar los conceptos y formar a los colaboradores sobre la importancia del manejo de la información. Además nos enfocamos en un tema muy recurrente en estos días como lo es la ciberseguridad en una empresa, concienciando a los empleados sobre el uso responsable de los equipos de trabajo con acceso a datos de la organización.

#### **Certificación Norma ISO/IEC 27001**

Contamos con esta norma internacional que permite el aseguramiento, la confidencialidad e integridad de los datos y de la información, así como de los sistemas que la procesan.

En 2019, trabajamos en el mantenimiento de esta ISO, con alcance sobre ciertos procesos de la Banca Digital, aplicando las recomendaciones que nos fueron realizadas.





### **Consejos de seguridad en redes sociales**

Aprovechamos nuestros perfiles en redes sociales, en diferentes momentos del año, para reforzar medidas de seguridad y protección de datos en Internet, en nuestras plataformas digitales y específicamente para prevenir situaciones de fraudes y robos a través de llamadas telefónicas y cajeros automáticos.

En 2019 lanzamos campañas de concientización con consejos de seguridad para utilización de tarjetas de crédito, transacciones en Internet y evitar ser víctimas de fraudes en épocas determinadas de gran movimiento comercial.

### **Seguridad para clientes**

En el sitio web [www.itaú.com.py](http://www.itaú.com.py), se encuentra disponible el espacio “Más Seguridad” el cual proporciona recomendaciones de seguridad en la utilización de los servicios y productos que ofrece el Banco; contiene consejos sobre transacciones en el sitio 24 horas en Internet, el uso de cajeros automáticos y terminales de auto atención, la utilización de cheques, tarjetas de crédito, entre otros.

Complementariamente, se incluyen

informaciones sobre medidas de seguridad para el manejo de la información en redes sociales, correos electrónicos y mensajería instantánea, recomendaciones útiles para el mantenimiento de la seguridad física y la salud en el ambiente de los hogares, la calle, en viajes e incluso situaciones de asaltos y secuestros. El sitio también incorpora una sección con medidas de seguridad en el cuidado de los niños en situaciones, como el uso de internet, el tránsito en las calles, el hogar y la escuela.

## **Gestión de Prevención de Fraudes**

Desde el área de Prevención de Fraudes del Banco, se implementan y aplican procedimientos de prevención y detección oportunas de situaciones de fraudes que puedan afectar a nuestros clientes. Las principales medidas y herramientas son:

- Medidas para hacer frente a casos de uso indebido de tarjetas de crédito y débito (clonación, falsificación), de operaciones con cheques adulterados y billetes falsos, y otras operaciones fraudulentas relacionadas al producto préstamo y cuentas.

- Herramientas de seguridad y control como la tecnología chip y contactless para tarjetas, los códigos token para validación de transferencias de ciertos importes, el servicio de alerta de transacciones Click Banking y toda la plataforma digital con acceso constante a la información sobre sus productos.

- Sistema de monitoreo de transacciones, que genera alertas conforme a determinadas reglas y parámetros como los hábitos de consumo del cliente, rubros de las compras, y países de riesgo, entre otros controles. Además, se utilizan y alimentan listas restrictivas de control como las de números de teléfonos celulares utilizados para llamadas extorsivas o fraudulentas.

- Herramienta de bloqueo para situaciones de exposición o compromiso de datos en los diversos productos que ofrece el Banco.

Anualmente, se ofrecen entrenamientos tanto presenciales como virtuales a los colaboradores del Banco, en los que se exponen las tipologías de fraude tradicionales (falsificación, clonación, robo de identidad, etc.) y las relacionadas a las nuevas tecnologías o al mundo digital

(ingeniería social o phishing). En el e-learning “Prevención de Fraudes” dirigido a los colaboradores, se muestran los tipos de fraude que circulan en la actualidad y se brindan recomendaciones para estar más protegidos ante estos ataques. En el período del 2019, fueron capacitadas en total 1.392 personas (1.077 colaboradores de Itau y 242 operadores del Servicio de Atención al Cliente).



# Gestión de riesgos



## “ ¿Por qué este tema es material?

Asumir y gestionar riesgos es una de nuestras principales actividades, y para esto, establecemos objetivos específicos de gestión. El apetito de riesgo define la naturaleza y el nivel aceptable de pérdidas para nosotros, y la cultura de riesgo orienta las actitudes necesarias para manejarlos apropiadamente. Buscamos procesos robustos de gestión de riesgos que alcancen a todo el Banco y que estén basados en decisiones estratégicas para asegurar la sostenibilidad de los negocios.

Los principios que proporcionan los fundamentos de la gestión de riesgos y las directrices que guían la actuación de nuestros colaboradores en la toma de decisiones son: sustentabilidad y satisfacción de clientes; determinación del riesgo; excelencia operativa; ética y respeto a la reglamentación y; cultura de riesgo.

La gestión y control de riesgos de Itaú Paraguay, están basados en políticas corporativas de Itaú Unibanco Holding S.A., que han sido adaptadas al contexto local, atendiendo las resoluciones, normativas y circulares provistas por el BCP y los demás órganos reguladores. Además, nuestra gestión de riesgos incluye políticas, procedimientos y espacios de formación para los colaboradores que nos permiten atender cuestiones como la reducción de corrientes financieras y armas ilícitas, la corrupción, el soborno y el combate del terrorismo. (ODS 16.4 16.5)

La forma en que se lleva a cabo la identificación de riesgos en Itaú es a través del mapeo continuo de situaciones internas y externas que puedan representar afecciones para la estrategia de nuestras unidades de negocio o de soporte, o para la consecución de los objetivos del Banco. Este ejercicio se practica anualmente y en la medida en que se produzcan modificaciones en los procesos de las áreas del Banco, y es así que aplicamos el principio de precaución. (GRI 102-11)

”



## Cultura y apetito de riesgo

### Cultura de riesgo

Nuestra cultura de riesgo tiene el objetivo de fortalecer los valores y alinear el comportamiento de nuestros colaboradores con las directrices establecidas para la gestión de riesgos. Esta cultura se sustenta en cuatro pilares: i) asumimos riesgos conscientemente; ii) discutimos nuestros riesgos; iii) actuamos sobre nuestros riesgos y; iv) todos somos gestores de riesgo.

De forma complementaria a las políticas y procedimientos, la cultura de riesgo fortalece la responsabilidad individual y colectiva de los colaboradores en cuanto al entendimiento, identificación, medición y mitigación de los riesgos inherentes a sus actividades, respetando de manera ética la gestión de los negocios.

### Apetito de riesgo

El apetito de riesgo establece los tipos y niveles de riesgos aceptables para el Banco, dentro de los cuales buscamos maximizar los resultados.

Nuestros negocios, productos y servicios están diversificados, ya que tenemos

bajo apetito por la volatilidad. Buscamos la excelencia operacional, queremos ser un banco ágil, con una infraestructura sólida y estable. Promovemos un ambiente institucional saludable, con ética y respeto por la regulación, a medida que aseguramos nuestra reputación.

La declaración de nuestro apetito de riesgo es un conjunto de afirmaciones, propuestas por los ejecutivos y aprobadas por el Directorio de Banco Itaú Paraguay S.A., luego de deliberaciones del Comité Ejecutivo sobre los tipos y niveles de riesgo previstos por Itaú Unibanco Holding S.A.

La declaración y dimensiones del apetito de riesgos, junto con los principios de gestión de riesgo y la cultura de riesgo, se muestran en el siguiente esquema:





Fundamentado por **la aprobación del Directorio, nuestro apetito establece:**

Está orientado **por los Principios de Gestión de Riesgo:**

Y está acompañado **por métricas incluidas en el día a día de la gestión en todas las Dimensiones de Apetito de Riesgo:**

“Somos un Banco universal operando en Paraguay, subsidiaria de un Banco que opera predominantemente en América Latina. Nos apoyamos en nuestra cultura de riesgos, para actuar de acuerdo con los más altos estándares éticos, cumplimos la regulación y buscamos resultados elevados y crecientes con baja volatilidad, mediante una relación duradera con el cliente, la fijación correcta del precio de los riesgos, una captación diversificada de recursos y una adecuada utilización de capital”

Sustentabilidad y satisfacción de clientes; determinación del riesgo; excelencia operativa; ética y respeto a la reglamentación y; cultura de riesgo.

Capitalización, Liquidez, Composición de resultados, Riesgo Operativo, Reputación.



### Formación de colaboradores sobre la Cultura de Riesgo

En 2019 afianzamos la Cultura de Riesgo a través de procesos de formación para nuestro público interno. Se han realizado entrenamientos en línea, de los cuales participaron 832 funcionarios, llegando a un porcentaje de 99,5% de participación.

Además realizamos entrenamientos presenciales sobre Cultura de Riesgos y Gestión de Issues donde participaron colaboradores encargados de procesos de evaluación de riesgos; también, se dictaron charlas sobre Mapas de Riesgos dirigidas a gestores de equipos tras el empoderamiento de la primera línea de defensa.

Por otro lado, la Cultura de Riesgo de Itaú es también transmitida durante el proceso de inducción corporativa de nuevos colaboradores y a través de comunicaciones digitales internas.



### Estructuras de gestión de riesgos

La Dirección de Riesgos, Créditos y Compliance tiene a su cargo la tarea de establecer directrices y orientar a las áreas del Banco en el tratamiento de los riesgos, igualmente, todos los colaboradores son responsables por gestionarlos.

La Dirección está liderada por el Chief Risk Officer (CRO) quien reporta al Chief Executive Officer (CEO) y a la Superintendencia de Compliance y Riesgos de Unidades Internacionales de nuestra Casa Matriz<sup>7</sup>.

Está compuesta por las siguientes gerencias las cuales conducen la gestión de riesgos: Riesgo de Crédito, Políticas y Modelos de Crédito, Controles Internos, Riesgo Operacional y Prevención de Fraudes, Seguridad Corporativa, Prevención de Lavado de Dinero y, Jurídico.

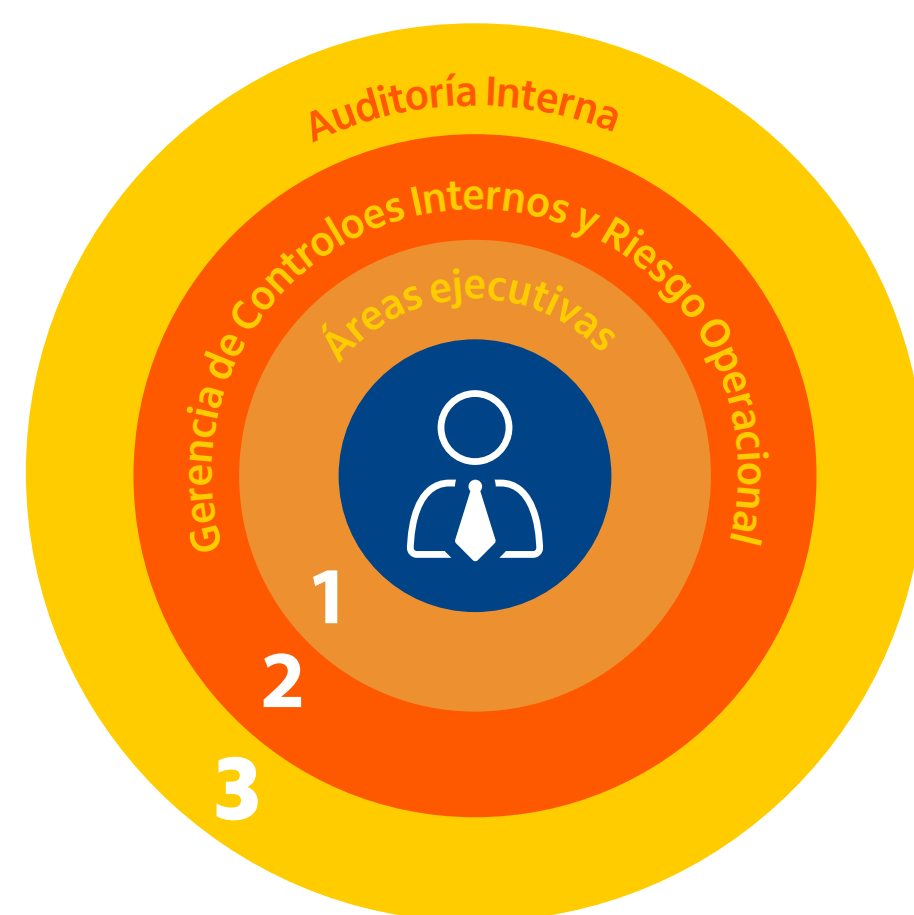
El modelo de gestión de riesgos de Itaú concibe tres líneas de defensa:

1. Áreas ejecutivas: son responsables por identificar, medir y evaluar posibles riesgos y por la consecuente implementación de planes de acción para re-direccionar

procesos y controles ineficientes.

2. Gerencia de Controles Internos y Riesgo Operacional: tiene a su cargo diseminar la cultura de riesgos y controles; desarrollar y disponibilizar metodologías, sistemas, herramientas e infraestructura para soportar el gerenciamiento de riesgos; dar soporte a la primera línea de defensa y; asegurar el gobierno de la unidad para la gestión de riesgos y cumplimientos.

3. Auditoría interna: está encargada de evaluar la eficiencia y eficacia de los procesos de manera independiente a través de la aplicación de controles complementarios.



Desde la primera línea de defensa, para potenciar un gerenciamiento de riesgos apropiado, se han asignado representantes por cada área para cumplir con la figura de Sub Oficiales de Control Interno y Riesgo (la figura del Oficial de Control Interno y Riesgo es asumida por el Gerente de Controles Internos y Riesgo Operacional).

### Gestión del Riesgo Operacional y de Cumplimiento

Este tipo de riesgo se basa en la posibilidad de ocurrencia de pérdidas a partir de fallas, deficiencias o aplicaciones inadecuadas 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. Las diferentes medidas para la gestión de estos tipos de riesgos se indican a continuación:

**Proceso de Autoevaluación de Riesgos**  
Anualmente realizamos un Proceso de

Autoevaluación de Riesgos que implica el diseño de un mapa de riesgos de la unidad el cual pasa a formar parte del mapa global del Holding. Para la construcción de este mapa local, se realizan entrevistas con integrantes del Directorio y del Comité Ejecutivo para identificar los riesgos operacionales que deben ser priorizados en sus áreas de gestión. (GRI 102-31)

A las situaciones indicadas en la instancia anterior, los entrevistados asignan un nivel de riesgo denominado inherente y un nivel sobre la eficacia del ambiente de control existente para gestionar el riesgo. Luego de procesos de seguimiento, control y pruebas, los niveles de riesgo pueden ajustarse hasta llegar a un nivel de tipo residual. (GRI 102-30)

En 2019, se identificaron con este proceso, 960 riesgos que formaron parte del Mapa de Eventos de Riesgos Priorizados de las diferentes áreas Ejecutivas de Banco Itaú Paraguay. Teniéndolos en cuenta, posteriormente, se realizó un relevamiento con las áreas de la organización para verificar la existencia de mecanismos para gestionarlos. Como resultado del análisis de este año, el 93% de los riesgos se encontraban gestionados con un ambiente

<sup>7</sup> El Chief Risk Officer (CRO) y el Chief Executive Officer (CEO) son respectivamente el Director de Riesgos, Créditos y Compliance y; la Presidente del Banco.



de control adecuado o moderado.  
(GRI 102-29)

### **Programa de Monitoreo de Cumplimiento**

El Programa de Monitoreo de Cumplimiento (CMP por las siglas en inglés para Compliance Monitoring Program) tiene como propósito monitorear la adherencia de las unidades a sus reglamentaciones locales respectivas y a las directrices corporativas o normativas internacionales, teniendo en cuenta cinco pilares: i) crímenes financieros; ii) conducta de negocios; iii) ambiental; iv) personas; y v) gobierno.

El Programa implica la captura y análisis de reglamentaciones, controles y pruebas sobre los procesos y la presentación de resultados al Comité Ejecutivo para posicionarlo sobre la situación de cumplimiento de la unidad.  
(GRI 102-29)

### **Programa de evaluación de riesgos en la red (PERR)**

Este programa conlleva relevamientos, controles y planes de acción sobre diferentes operaciones que se realizan en las sucursales, centros de atención y puestos Itaú Express con el objetivo de garantizar el cumplimiento de políticas y procedimientos

y el tratamiento adecuado de todos los tipos de riesgos identificados por el Banco. En 2019, el 100% de nuestros centros de atención participó del programa de evaluación de riesgos. (GRI 205-1) (ODS 16.5)

### **Análisis de proyectos de ley**

Esta actividad se lleva a cabo desde nuestro departamento Jurídico, el cual da seguimiento a los proyectos de ley que se encuentran para estudio en el Congreso, a fin de anticipar los posibles impactos que los mismos pudiesen ocasionar en el Banco, en caso de que sean aprobados. Esta práctica permite anticipar la estructuración de medidas y procedimientos -en tiempo y forma- a fin de asegurar el correcto cumplimiento de las regulaciones.

### **Ley de Cumplimiento de Impuestos para Cuentas Extranjeras**

El Banco se encuentra adherido a la Ley de Cumplimiento de Impuestos para Cuentas Extranjeras (Foreign Account Tax Compliance Act-FATCA), promulgada en marzo de 2010 por el Servicio de Impuestos Internos (IRS) y el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos.

El objetivo es promover la transparencia

fiscal y reforzar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de ciudadanos o residentes estadounidenses para lo que la ley delega en las instituciones financieras extranjeras un régimen de reportes de información. A partir de su registro ante la IRS, Banco Itaú Paraguay S.A. recibió su código de adherencia GIIN en el compromiso con el cumplimiento de la Ley.

(GRI 102-12) (ODS 16.5)

### **Ley Dodd Frank**

Nos encontramos adheridos a la Ley Dodd Frank, de reforma financiera y de protección de los consumidores a través de uno de sus capítulos; la regla Volcker. Ésta, establece la prohibición y restricción en operaciones de negociación propietaria a corto plazo de securities y derivados, participación, patrocinio y relacionamiento con fondos de cobertura y fondos de capital privado. Esta ley busca impedir que dichas acciones sean realizadas en función a la especulación.

(GRI 102-12) (ODS 16)

## **Gestión del Riesgo de Mercado y Liquidez**

Por un lado, el 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 a sus compromisos, llevando en consideración diferentes monedas y plazos de liquidación de sus derechos y obligaciones. Por otro, el 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 y en los precios de las acciones. A continuación, los mecanismos de gestión de estos riesgos:

### **Acuerdo Basilea III**

Las unidades internacionales de Itaú Unibanco Holding S.A., además de cumplir con las exigencias de sus bancos centrales, deben también alinearse a exigencias del Banco Central de Brasil (BCB), como ente regulador de la Casa Matriz. El BCB se encuentra adherido al acuerdo Basilea III que contempla las últimas normas vigentes sobre control de liquidez en entidades bancarias. El acuerdo exige que los bancos mantengan controles, bajo premisas



extremadamente conservadoras con la finalidad de fortalecerlos en la capacidad de cumplimiento con sus diferentes compromisos y así brindar una mayor seguridad a los clientes.

A través de su área de Riesgo de Mercado y Liquidez, Banco Itaú Paraguay realiza el control diario de cuatro límites que se encuentran alineados a las exigencias del acuerdo "Basilea III", reportando, al Directorio para su acompañamiento y al área de Tesorería para su cumplimiento y gestión.

#### **Matriz de límites**

Para llevar a cabo controles de riesgo de mercado, actualmente se encuentran vigentes 53 límites máximos de pérdidas y tres alertas, definidos mediante modelos estadísticos a partir de los cuales se realizan controles diarios desde el área de Riesgo de Mercado y Liquidez.

El principal objetivo es mantener los descalces de cartera -entre los activos y pasivos en moneda local y extranjera- en niveles permitidos y dentro de los límites y alertas definidos para que de esta forma, en caso de que existan variaciones adversas en el mercado, los impactos que pudiéramos

recibir estén suavizados y bajo control. El consumo de los límites es reportado a la Tesorería local para gestión y seguimiento, a Directores de Itaú Paraguay y de la Casa Matriz, así como también es compartido con diferentes áreas del Banco tanto a nivel local como al nivel de nuestra Casa Matriz.

### **Gestión del Riesgo de Crédito**

El riesgo de crédito al que estamos expuestos, se refiere a la ocurrencia de pérdidas asociadas al incumplimiento por parte del tomador de créditos, de sus respectivas obligaciones financieras en los términos acordados. También se refiere 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.

El riesgo de crédito es analizado, monitoreado y gestionado en el Banco, considerando las siguientes etapas:

#### **Evaluación Crediticia**

Las evaluaciones y análisis de los clientes se realizan de forma individual y se consideran

aspectos claramente definidos en nuestras políticas de crédito (para la Banca Empresas y la Personal tales como: la capacidad de pago demostrada, el endeudamiento del deudor, la concentración crediticia de grupos económicos, los límites individuales de otorgamiento de créditos, la evaluación de sectores económicos, las garantías preferidas y el requerimiento de capital de trabajo, de acuerdo con los riesgos de mercado.

Además, nuestra cartera de créditos ha sido clasificada y valuada en función a la capacidad de pago y cumplimiento de los deudores o de un grupo económico con respecto a la totalidad de sus obligaciones; también de acuerdo con las políticas propias y con lo establecido en la resolución del Directorio del Banco Central del Paraguay N° 1, Acta 60 de fecha 28 de setiembre de 2007 y sus modificaciones.

Segmentamos a nuestros deudores en los siguientes tipos: i) grandes deudores comerciales; ii) medianos y pequeños deudores comerciales; iii) microcréditos y; iv) personales de consumo o vivienda.

#### **Monitoreo de cartera**

El monitoreo de nuestra cartera de Crédito se realiza conforme el tipo de persona (Física o Jurídica) y los segmentos en los que éstas actúan. Se aplican las directrices establecidas en nuestras políticas referentes al control de los créditos otorgados, triggers crediticios y seguimiento de la evolución de los principales indicadores de gestión.

Asimismo, contamos con herramientas desarrolladas en forma conjunta con nuestra Casa Matriz (Brasil) donde se consideran informaciones internas y externas, a fin de evaluar la posición global del cliente. Algunas de estas informaciones son: variación de la cartera, morosidad general y por segmentos, calificación en el sistema, rechazo de cheques e índice de no pago en los primeros 30 días, entre otras. Estas informaciones nos permiten tomar medidas anticipadas y gestionar los casos de forma preventiva.

Con esto logramos mantener la estabilidad de nuestros indicadores y encontrarnos con una morosidad menor a la registrada en el sistema Financiero a diciembre de 2019.



### **Gestión de Cobranzas y Recuperaciones**

Desde el área de Cobranzas y Recuperaciones, se cuentan con herramientas que permiten una gestión apropiada de todos los clientes –tanto de personas físicas como de personas jurídicas– que hayan ingresado a una situación de mora o que precisen reorganizar sus deudas de acuerdo a sus niveles de endeudamiento.

El acompañamiento se realiza por diferentes canales, incluyendo sucursales, un equipo que ofrece atención personalizada en el edificio Casa Matriz y, desde la atención en el SAC por parte de asesores especializados. De esta forma, se evalúa junto con el cliente, las alternativas con las que se cuenta para solucionar el desequilibrio en la relación financiera que mantiene con el Banco, a la vez de permitirle un mejor y más cómodo manejo de sus finanzas. Dentro de estas opciones, se encuentran los procesos de refinanciación y reestructuración de deudas.

Adicionalmente, desde el departamento se conllevan acciones preventivas que nos permiten identificar mediante determinadas variables, a clientes que podrían mostrar un deterioro en el pago de sus responsabilidades. Esto, con el objetivo de contactarlos de manera proactiva para ofrecerle alternativas de financiamiento,

previo a los episodios de no pago.

En 2019, se procesaron 6.038 operaciones de refinanciación de deudas de clientes.

[\(Ver informaciones sobre el Desempeño de la Cartera de Créditos y los Resultados de la Gestión del Riesgo de Crédito\).](#)

### **Gestión del Riesgo Socio Ambiental**

El riesgo socio-ambiental se refiere a la probabilidad de que un evento futuro y/o incierto, ocasione impactos en perjuicio de la población o el medio ambiente.

En nuestro sector, este riesgo se relaciona a la posibilidad de que el Banco incurra en pérdidas por los impactos socio-ambientales potencialmente negativos, que pudiera ocasionar como consecuencia de sus actividades directas (operaciones de los edificios, sucursales, etc.) o por las actividades comerciales que financia **(G4 FS15) (ODS 8.4) (ODS 9.2) (ODS 10.5) (ODS 15.1)**

[\(Ver informaciones sobre la Gestión Ambiental interna de Itaú\).](#)

### **Política y procedimiento de Gestión de Riesgos Ambientales y Sociales (GRSA)**

Somos conscientes de que el sector financiero, se encuentra en una posición privilegiada para contribuir con la transición hacia una economía más responsable de los impactos socio-ambientales que generan las empresas.

En este sentido, contamos con una Política de GRSA, que junto con su Manual de Procedimientos<sup>8</sup>, establecen las directrices y parámetros para el proceso de análisis de riesgos sociales y ambientales que se aplican a la concesión de créditos (renovación de líneas y nuevas líneas).

#### **Proceso de análisis de riesgo socio-ambiental en operaciones de crédito**

Comenzamos la gestión de riesgos socio-ambientales desde el inicio del relacionamiento con nuestros clientes de los segmentos de la Banca de Empresas y del segmento Empresas de la Banca Personal.

En una primera instancia, se verifica la actividad del cliente, de modo a corroborar que la misma no se encuentre asociada a ninguna de las actividades prohibidas y restrictas de financiamiento indicadas por nuestras Política de GRSA.

Entre las actividades prohibidas, la utilización de mano análoga a la esclava; la utilización de mano de obra infantil en desacuerdo con la legislación, y la prostitución (incluyendo la infantil), son consideradas como las más críticas ya que son prácticas contrarias a la protección de los Derechos Humanos.

En cuanto a la lista de actividades restrictas, la misma se aplica principalmente a los sectores agrícola, ganadero y agroindustrial. Para estos sectores implementamos una debida diligencia especial para la concesión de crédito, compuesta por la aplicación de criterios y parámetros específicos. Dentro del grupo de actividades restrictas se encuentran aquellas instaladas en áreas protegidas o dentro de sitios Ramsar y aquellas actividades que no cuenten con una declaración de impacto ambiental.

#### **Evaluación de riesgos socio-ambientales de clientes**

Posterior a la verificación de las actividades prohibidas y restrictas, se realiza la evaluación de riesgos socio-ambientales que pudieran impactar y generar riesgos de flujo de caja, riesgos reputacionales y riesgos de garantías.

El nivel de exhaustividad de las evaluaciones

<sup>8</sup> Los documentos incluyen normas específicas referenciadas en la Ley N° 294/1993 de Evaluación de Impacto Ambiental, en los Decretos Reglamentarios N° 453/2013 y 954/2013 de la Ley N° 294/1993 y, en criterios de la Mesa de Finanzas Sostenibles (MFS) y de la International Finance Corporation (IFC).





de riesgos socio-ambientales, depende del Nivel de Riesgo Socio-Ambiental (RSA) asignado al cliente. El Nivel RSA puede ser Alto (N 3), Medio (N 2) o Bajo (N 1) y se define en función a la exposición de crédito y a la categoría de RSA inherente a la actividad (la categoría considera el sector, la actividad y la región del país). Las evaluaciones pueden realizarse a través de análisis documentales, satelitales e incluso mediante visitas in situ. Finalizadas las evaluaciones, si se detectaron incumplimientos o riesgos socio-ambientales no mitigados, puede llegar a establecerse planes de acción de RSA con medidas mitigatorias de los riesgos, cada una asociada a un plazo de vencimiento. Estos planes de acción deben ser aceptados por el cliente para mantener vigentes las líneas de crédito o para el desembolso de nuevos fondos.

En lo que respecta a la evaluación de clientes con nivel de RSA N3, en 2019, hemos completado los reportes de análisis de 64 clientes, cuyas líneas suman aproximadamente USD 447 millones de exposición crediticia. De los 64 análisis finalizados, hemos definido 29 planes de acción.

### **Análisis de clientes segmento Itaú Campo**

Los criterios aplicables a los sectores de las Guías Sectoriales de la Mesa de Finanzas Sostenibles de Paraguay (MFS Py), fueron incorporados en nuestros procesos de evaluación de RSA de clientes del segmento agropecuario Itaú Campo. El cumplimiento de dichos criterios se realiza igualmente, a través de análisis documentales, satelitales y de visitas in situ cuando fueran necesarias. A continuación se citan algunos de los criterios de análisis específicos que son aplicados a las actividades agrícolas y ganaderas:

- Conservación de remanentes forestales desde el año 2005 en la Región Oriental (cumplimiento de la Ley de Deforestación Cero).
- Conservación de los bosques protectores de cauces hídricos.
- Conservación de la cobertura boscosa legal correspondiente al 25% del bosque nativo existente en el año 1986.
- Conservación de las barreras rompevientos en la Región Occidental.
- Utilización de defensivos agrícolas permitidos por la legislación local y adecuada gestión de los

residuos generados en este sentido.

- Condiciones laborales dignas y cumplimiento de los Derechos Humanos.
- Gestión sostenible de los recursos hídricos.

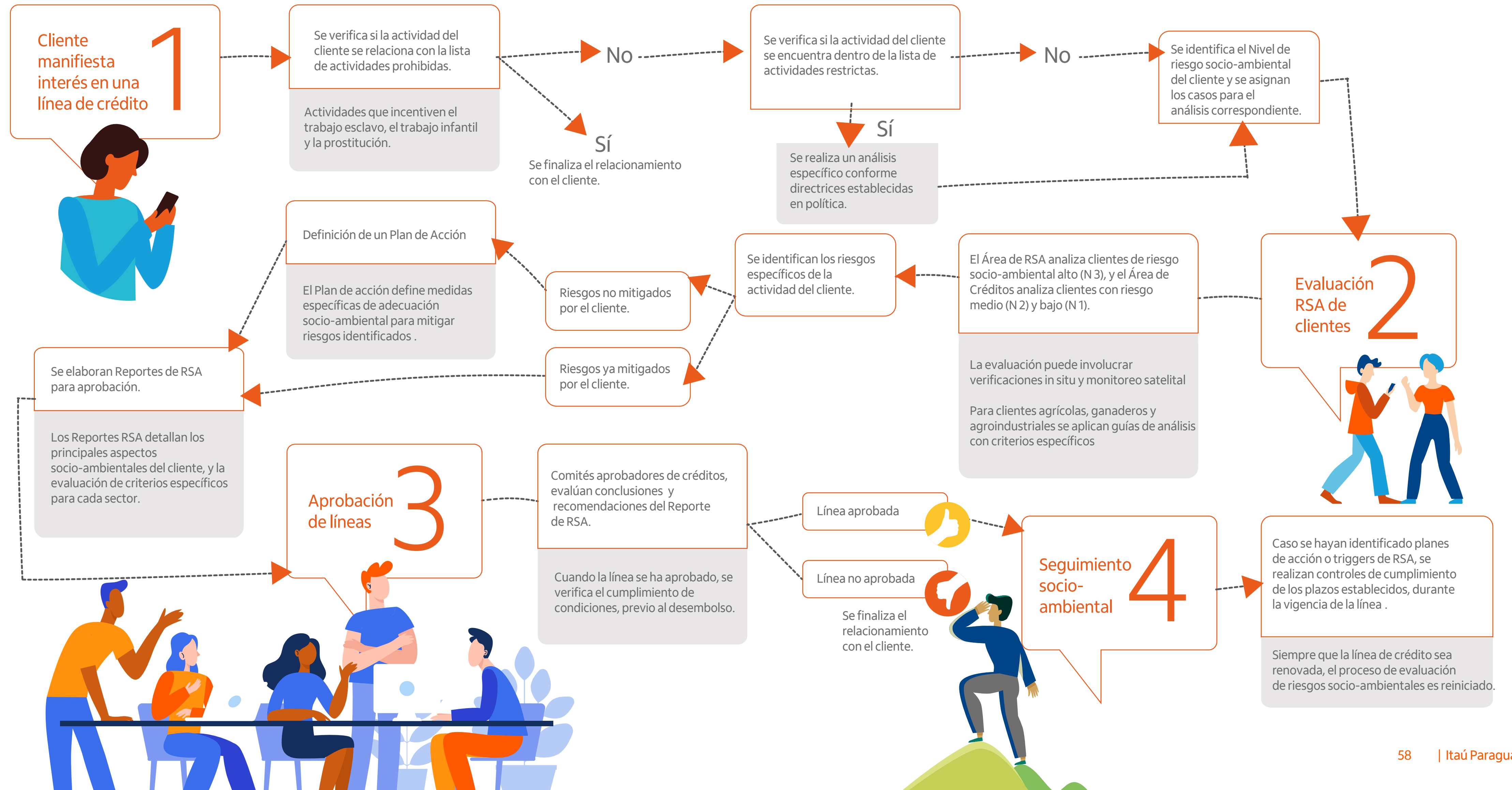
Por otro lado, en cuanto a los criterios agroindustriales aplicados, se encuentran:

- Capacidad de gestión de emergencias (incendios, explosiones, derrames y fugas).
- Adecuada gestión de efluentes residuales y residuos peligrosos.
- No afectación significativa a la comunidad.
- Gestión de seguridad y salud ocupacional.
- Seguridad Alimentaria y Sanidad Animal.
- Cumplimiento de los Derechos Laborales.





### Proceso de análisis de riesgo socio-ambiental en operaciones de crédito





### **Tecnología y análisis socio-ambiental**

Garantizar la calidad de nuestra gestión de riesgo socio-ambiental es un desafío constante, es por eso que consideramos importante la incorporación de herramientas y nuevos flujos de trabajo que faciliten los procesos para la correcta toma de decisiones.

Contamos con un Sistema de Riesgo Socio-ambiental, el cual es utilizado por nuestros oficiales de cuenta al inicio del relacionamiento con el cliente. En esta herramienta, se ingresan los datos relacionados a la actividad, exposición crediticia, garantías, antecedentes, entre otros aspectos, que como resultado arrojan el Nivel de RSA para posteriormente definir la exhaustividad de la evaluación.

En 2019, se registraron en esta herramienta un total de 1.332 clientes con la siguiente distribución de niveles de RSA: 1.135 clientes con nivel N 1, 108 con nivel N 2 y 89 clientes con nivel de riesgo N 3.

**(G4 FS10)**

Por otro lado, la calidad de la evaluación de riesgos socio-ambientales en actividades agrícolas, ganaderas y agroindustriales,

resulta fundamental considerando que el sector de los agro-negocios es clave para la economía de nuestro país. En este sentido las herramientas de monitoreo satelital son de gran utilidad dentro del proceso de evaluación.

Actualmente, el área de Riesgo Socio-ambiental del Banco utiliza dos herramientas de geo-procesamiento; ArcGIS y QGIS. En cuanto a las imágenes satelitales utilizadas, tenemos como principal fuente las imágenes de los Satélites Landsat - 8 OLI/TIRS y Landsat - 5 TM, de disponibilidad gratuita.

Satelitalmente se observa si el territorio pertenece a una reserva boscosa legal, a remanentes forestales (Deforestación Cero en la Región Oriental), a bosques de protección de cursos hídricos, a barreras rompe-vientos (Región Occidental), a sitios Ramsar, a áreas protegidas públicas y privadas, a comunidades indígenas, a centros de salud o a centros educativos.

### **Formación sobre riesgo socio-ambiental para colaboradores**

Para asegurar el entendimiento de las directrices y procedimientos de la Política de GRSA, se han desarrollado entrenamientos

complementarios con analistas de crédito y gerentes de cuentas de los segmentos comerciales involucrados en la implementación de los procedimientos de gestión de riesgos socio-ambientales.

A lo largo del año 2019, hemos realizado capacitaciones orientadas a la implementación de los procedimientos de GRSA, incluyendo una capacitación con consultores internacionales sobre la aplicación de criterios agrícolas, ganaderos y agroindustriales de las guías sectoriales de la MFS Py.

Asimismo, constantemente se realizan capacitaciones generales para actualizar los conocimientos de los equipos sobre la GRSA, como también son llevadas a cabo capacitaciones específicas relacionadas a nuestra política o a partir de nuevos requerimientos regulatorios.

En 2019, estos espacios de formación fueron los talleres internos sobre implementación de las guías sectoriales de la MFS Py y sobre; la implementación de la política, procedimientos y herramientas de RSA. Por otro lado, se participó de los siguientes espacios organizados por la MFS

Py: Taller Introductorio al Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales; Taller Avanzado de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales; Jornada Técnica Legislativa con el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible y el Instituto Forestal Nacional; Capacitación en Campo sobre Buenas Prácticas Ganaderas; Capacitación en Campo sobre Buenas Prácticas Agrícolas y Sistemas Silvopastoriles y; Capacitación sobre la Implementación de las Normas de Desempeño de IFC (International Finance Corporation).

En total, fueron 88 horas de entrenamientos de los que participaron al menos 50 colaboradores, representantes de los segmentos de la Banca de Empresas, del segmento Empresas de la Banca Personal, del área de Riesgo Socio-ambiental y de las áreas de Créditos del Banco.

### **Tasaciones de Riesgo Socio-ambiental**

Incorporado al proceso de tasaciones, existe un flujo de recepción de archivos de ubicación geográfica de propiedades rurales (agrícolas y ganaderas) en formatos aptos para las herramientas de monitoreo satelital utilizadas por el área de Riesgo Socio-ambiental del Banco.



Este flujo permite contar con datos geográficos de las propiedades rurales tasadas e hipotecadas a favor del Banco, para que al momento de realizar la evaluación de riesgos ya pueda verificarse el cumplimiento de legislaciones ambientales.

### **Principios de Ecuador para el financiamiento de proyectos**

El Holding Itaú Unibanco es signatario de los Principios de Ecuador desde el año 2004. En 2018, Banco Itaú Paraguay ha divulgado una política y establecido procedimientos locales para la implementación de los Principios de Ecuador<sup>9</sup>, a través de la aplicación de un flujo definido por Itaú Unibanco para sus unidades externas.

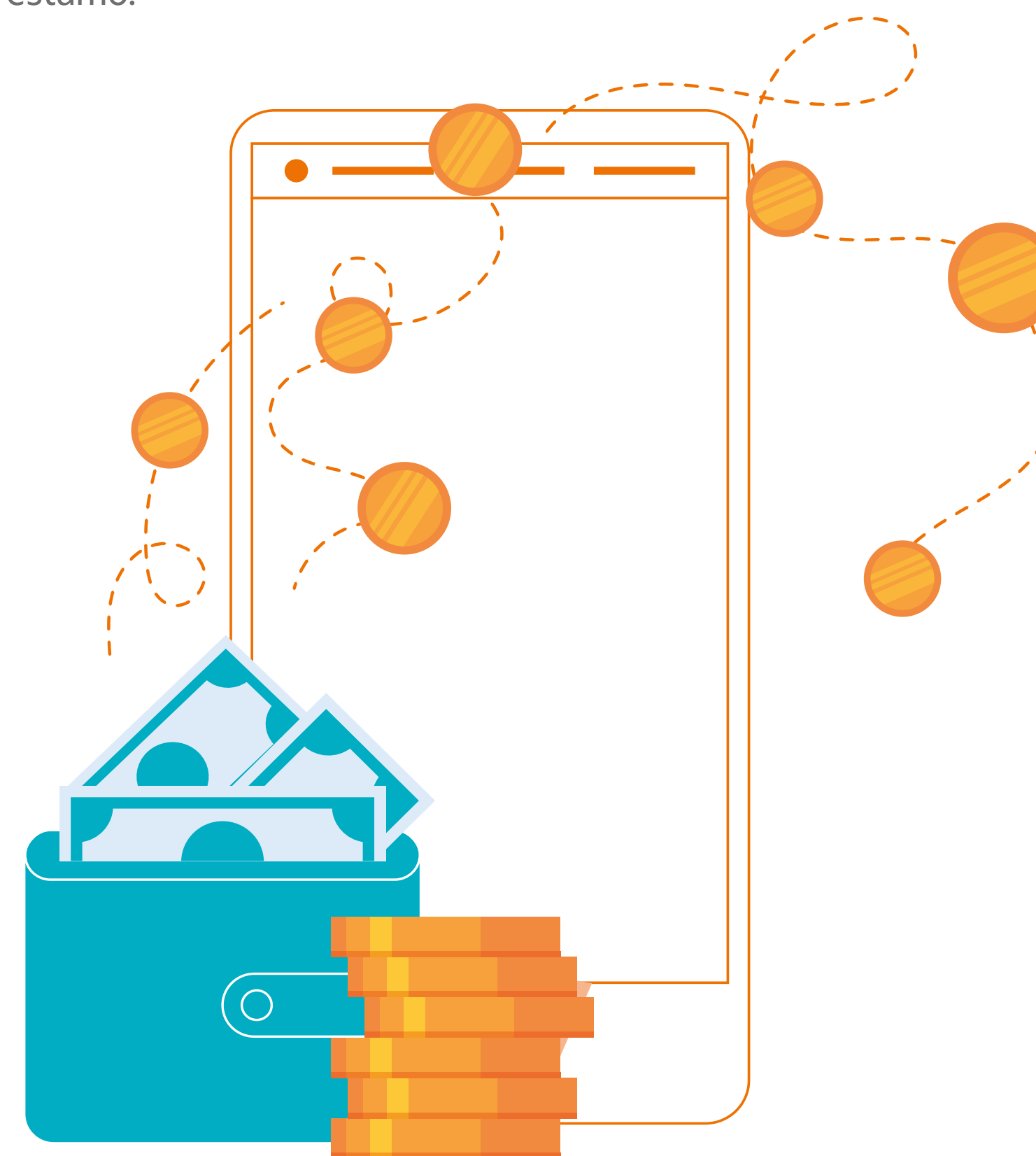
Los principios contemplan la observancia de una variedad de aspectos socio-ambientales de la legislación local e incluso de los padrones de desempeño de IFC, tanto en la evaluación como en el monitoreo de proyectos, con miras a respaldar una toma responsable de decisiones de riesgos.

La política y procedimiento de Itaú Paraguay que acompañan este proceso, incluyen principalmente; el alcance los Principios, una lista de actividades excluidas para el

financiamiento, y las documentaciones para el análisis de riesgos socio-ambientales, entre otras definiciones. Sus procedimientos son aplicables a las operaciones de financiamiento de la Banca de Empresas para los siguientes productos financieros con determinados límites: i) servicios de asesoramiento financiero de proyectos; ii) financiamiento de proyectos, iii) préstamos corporativos vinculados a proyectos y; iv) préstamos puente.

Considerando estos lineamientos, el análisis se inicia con la categorización del proyecto, basada en la magnitud de sus posibles riesgos e impactos ambientales y sociales. La categorización permite que la diligencia debida, ambiental y social del Banco, se encuentre acorde a la naturaleza, magnitud y etapa en la que se encuentra un proyecto. El proceso de evaluación incorpora temas materiales y sensibles como el impacto sobre comunidades indígenas, sobre patrimonios culturales, sobre la biodiversidad y servicios eco-sistémicos. Además, el análisis incluye la evaluación del cumplimiento de la legislación ambiental local y de la adopción de un sistema de gestión socio-ambiental.

Al finalizar la evaluación del proyecto, puede ser necesario el establecimiento de un plan de acción que deberá ser cumplido y monitoreado durante la vigencia del contrato de préstamo.



<sup>9</sup> Los documentos contienen normas específicas referenciadas en las Ley N° 294/1993 de Evaluación de Impacto Ambiental, en los Decretos Reglamentarios N° 453/2013 y 954/2013 de la Ley N° 294/1993 y en criterios de los Principios del Ecuador.



# Desempeño económico y financiero



## ¿Por qué este tema es material?

Como una institución bancaria, nuestro desempeño económico es el punto de partida en la búsqueda de una actuación sostenible en el tiempo. Los resultados financieros que generamos nos permiten distribuir valor entre nuestros grupos de interés, produciendo impactos económicos en cada uno de ellos.

El seguimiento que damos a diferentes índices financieros nos permite monitorear el estado de nuestras operaciones. En este 2019, dentro de los mismos, destacamos la mejora en el índice de eficiencia, el cual disminuyó en dos puntos porcentuales respecto al 2018.

Asimismo, el cuidado por el desempeño de nuestra cartera de créditos con políticas y delineamientos claros es fundamental, al ser la concesión de créditos la principal actividad de la empresa.





## Valor económico generado y distribuido (GRI 201-1)

Este indicador muestra la forma en que los resultados obtenidos por el Banco, son destinados al pago de dividendos para los accionistas, al pago de servicios y productos a empresas proveedoras, a gastos relacionados a la operación de la empresa, a las obligaciones fiscales, al pago de remuneraciones y compensaciones para nuestros colaboradores, así como a la inversión realizada en las diferentes iniciativas y programas sociales promovidos por el Banco y la Fundación Itaú.

En 2019, las operaciones del Banco generaron un valor económico de Gs. 1.662.936 millones, lo que representó un aumento de 12,6% en comparación al año anterior. Los mayores aumentos se dieron en las ganancias por servicios (18,5% más que en 2018) y en otros ingresos (42% más que en 2018).

Respecto al valor económico distribuido, el mismo ascendió a Gs. 774.387 millones. Las partidas con mayores aumentos en comparación a 2018, fueron el pago de

impuestos (19,8%) y las remuneraciones para colaboradores (13,6%).

Sobre el resultado de 2019, a inicios de 2020, no fueron distribuidos dividendos entre accionistas de acuerdo a una disposición de la Superintendencia de Bancos. La instancia del ente regulador, en ejercicio de sus atribuciones, dictaminó que los resultados acumulados podían destinarse únicamente a la integración de capital y/o al incremento de la reserva legal, atendiendo la coyuntura de la pandemia del COVID-19.

Como consecuencia de lo anterior, nuestras reservas quedaron aumentadas en 24,9% en comparación a 2018.

	2019	2018
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>1.662.936.191</b>	<b>1.477.283.379</b>
Margen financiero	1.006.230.585	934.099.076
Ganancias por servicios	478.760.687	403.994.829
Comisiones por seguros	43.815.734	41.281.282
Ingresos extraordinarios	2.004.812	4.788.750
Otros ingresos	132.124.373	93.119.442
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>774.387.599</b>	<b>778.129.171</b>
Dividendos	0	80.000.000
Proveedores y gastos administrativos (sin remuneraciones)	412.135.805	381.912.911
Pago de impuestos	95.250.857	79.538.711
Remuneraciones para colaboradores	258.471.592	227.460.847
Iniciativas sociales	8.529.346	9.216.703
<b>Valor económico retenido (VEG- VED)</b>	<b>888.548.592</b>	<b>699.154.208</b>
Previsiones sobre operaciones de crédito	109.685.866	75.487.912
Reservas	778.862.725	623.666.296

En miles de Gs.

## Nuestras operaciones (GRI 102-7)

El estado de resultado del Banco, mostró en 2019, una utilidad neta de Gs. 778.863 millones, producto de una utilidad antes del Impuesto a la Renta de Gs. 853.832 millones y Gs. 74.970 millones de Impuesto a la Renta,

con una alícuota efectiva de 8,78%.

Respecto al 2018, obtuvimos un 11% más de utilidad neta en 2019, siendo las principales fuentes de ingresos las ganancias por servicios de tarjetas de crédito, mayores intereses en préstamos en moneda extranjera y mayores resultados por



valuación cambiaria. Con este resultado, quedamos en el primer lugar entre los bancos privados del país, en cuanto a resultado acumulado obtenido en 2019. Nuestros activos alcanzaron Gs. 20.386.108 millones, lo que representa un aumento de 3,1% en relación a 2018. Así, nos posicionamos en el segundo lugar en el mercado del sistema financiero local.

Con un incremento de 8,49% en comparación a 2018, los depósitos en 2019 totalizaron Gs. 16.010.339 millones, principalmente por la mayor participación de los depósitos del sector privado. Con esto nos ubicamos en el primer lugar dentro del mercado.

El total de los préstamos en 2019 totalizó Gs. 11.213.938 millones, presentando una disminución del 6,5% en relación al año anterior, logrando así ocupar el tercer lugar dentro del sistema financiero.

Al 31 de diciembre de 2019, nuestro patrimonio efectivo ascendía a unos Gs. 1.916.319 millones (Gs. 2.091.204 millones en 2018). El mismo representaba un 15,19% (16,46% en 2018) del total de los activos y contingentes ponderados por riesgo de

aproximadamente Gs. 12.611.584 millones (Gs.12.707.971 millones en 2018).

## Principales índices

• **Índice ROE (Return on equity):** Este índice mide la rentabilidad obtenida por el Banco sobre sus fondos propios.

2017	44,53%
2018	43,49%
2019	44,19%

En 2019 obtuvimos un aumento del 1,62% comparado con el 2018, lo que nos ha permitido posicionarnos en el segundo lugar entre todos los bancos privados del país.

El aumento del índice corresponde principalmente al mayor resultado del ejercicio, como consecuencia de un mayor resultado en préstamos desembolsados, en comisiones de tarjetas de crédito, por el aumento en el volumen de transacciones con tarjetas y acuerdos con aliados comerciales, así como por la disminución del patrimonio por remesas, realizadas en los meses de abril, mayo y julio de 2019.

• **Índice de Basilea:** Este índice mide la aportación mínima de recursos de los socios o capital que debe tener el Banco para hacer frente a los riesgos.

2017	16,52%
2018	16,46%
2019	15,19%

La disminución del índice, en comparación a 2018, se debe, principalmente, a la disminución del patrimonio efectivo debido al envío de remesa de dividendos mencionado en el índice anterior.

• **Índice de eficiencia:** Este índice relaciona los ingresos obtenidos por el Banco con los gastos en los que tuvo que incurrir para conseguir dichos ingresos.

2017	46,06%
2018	42,06%
2019	40,02%

Si bien el banco tuvo mayores gastos en 2019, los ingresos de este mismo año fueron superiores en proporción, otorgándonos como resultado un mejor índice de eficiencia. Esto nos ha permitido posicionarnos en el tercer lugar entre todos los bancos del sector.



## Principales Cifras

Principales cifras	2019			2018		
	Sistema	Itaú Paraguay	% Mercado	Sistema	Itaú Paraguay	% Mercado
Activos totales	138.665.640	20.386.108	14,70%	127.359.544	19.765.120	15,52%
Préstamos totales	94.132.254	11.213.938	11,91%	84.542.947	11.989.044	14,18%
Tarjetas de crédito - Importe	2.872.329	1.064.983	37,08%	2.729.384	980.801	35,93%
Depósitos totales	100.070.615	16.010.339	16,00%	89.573.489	14.758.085	16,48%
Utilidades	2.955.035	778.863	26,36%	2.492.284	703.666	28,23%
Patrimonio neto	16.722.385	2.710.917	16,21%	14.769.044	2.463.613	16,68%

En millones de Gs.

## Posicionamiento

2019	Activos	Prestamos	Depósitos	Utilidades	Eficiencia
<b>Ranking sistema</b>	2°	3°	1°	1°	3°
<b>Participación mercado</b>	14,70%	11,91%	16,00%	26,36%	-

## Desempeño de la cartera de crédito

Mejorar nuestra cartera créditos, buscando la sostenibilidad a través de una gestión oportuna, nos lleva a focalizarnos en la calidad de los procesos, políticas y herramientas de créditos. Además, nos permite intensificar nuestros esfuerzos en la cobranza y recuperación de los mismos.

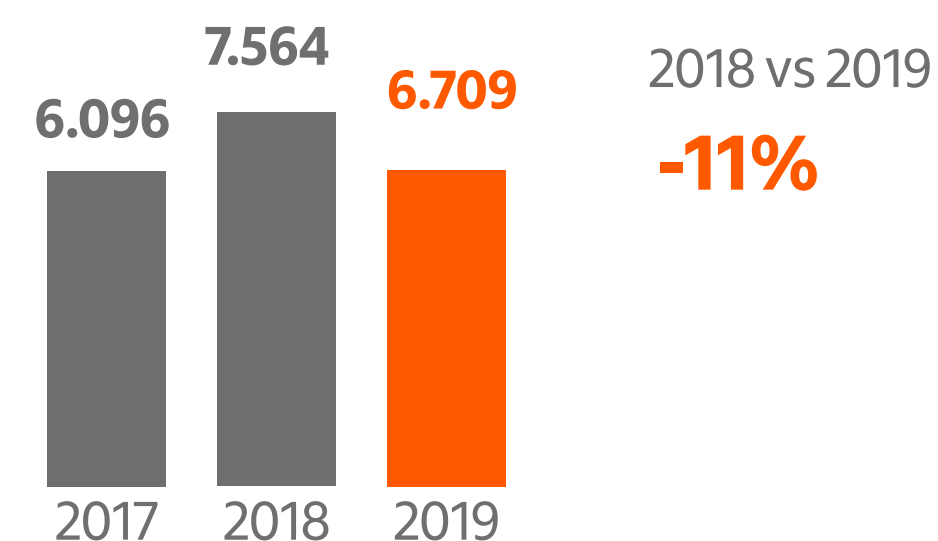
A fin de lograr esto, nuestra cartera está dividida en dos grandes bloques de gestión,

la Banca Personal y la Banca Empresas. Los clientes bajo la cartera Personal operan generalmente con tarjetas de crédito, préstamos personales, préstamos para la vivienda y financiamiento de vehículos. Así también se incluyen a las Pymes, que operan principalmente con capital de giro.

En cuanto a la cartera de Empresas, los préstamos están dirigidos al apoyo y financiamiento de grandes empresas vinculadas al sector productivo, comercial, industrial y de servicios, financiando capital operativo e inversiones de nuestros clientes.

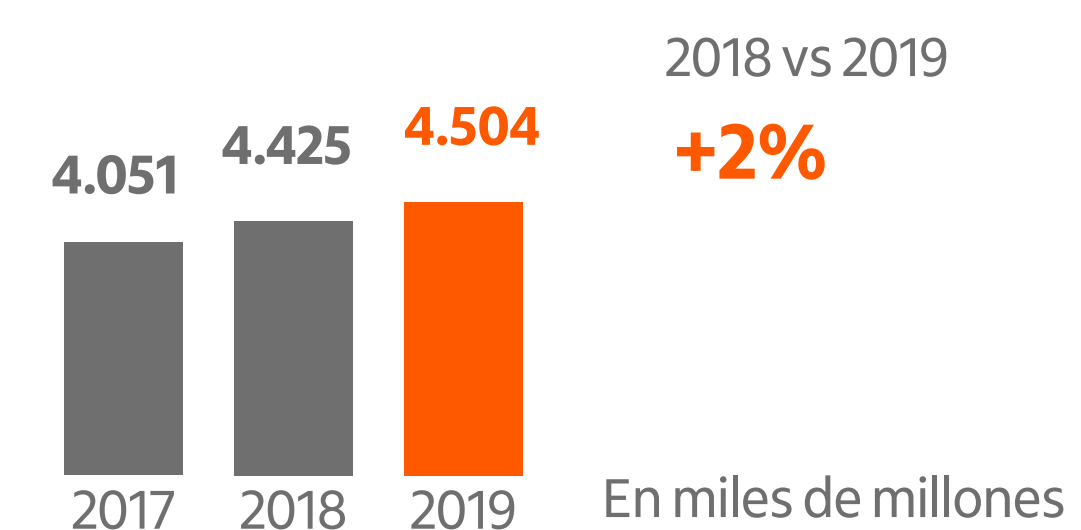
## Evolución de la cartera de crédito por banca

### Banca Empresas



En miles de millones

### Banca Personal

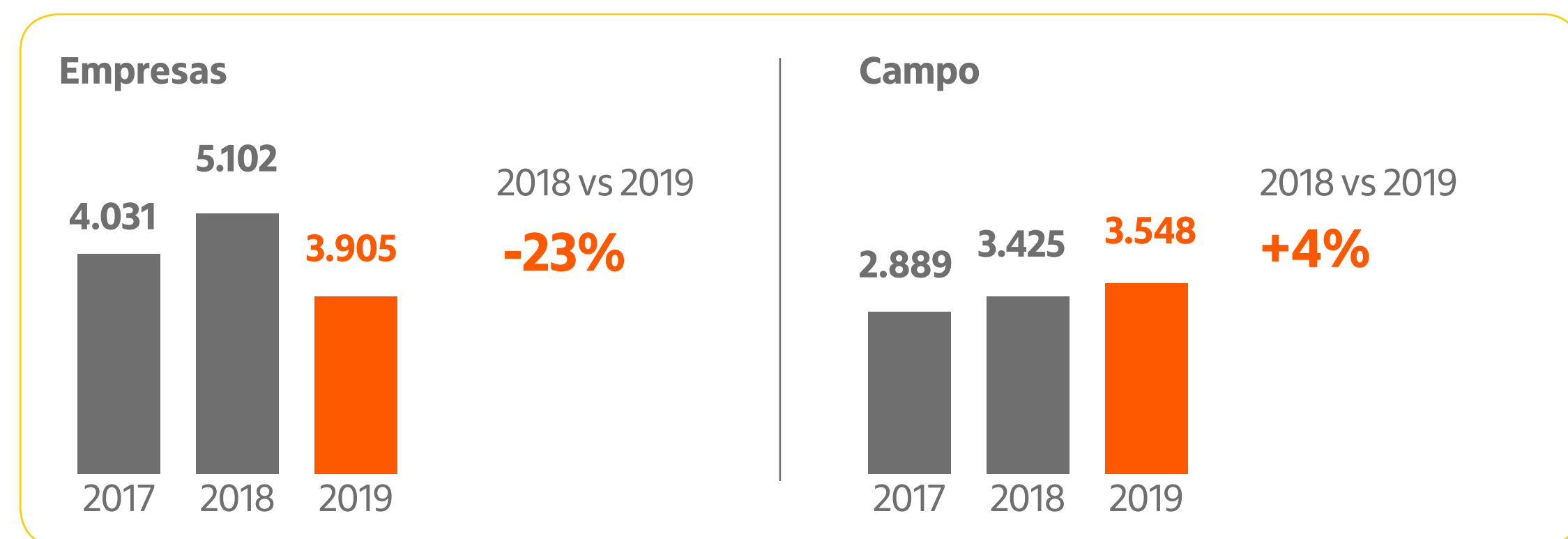
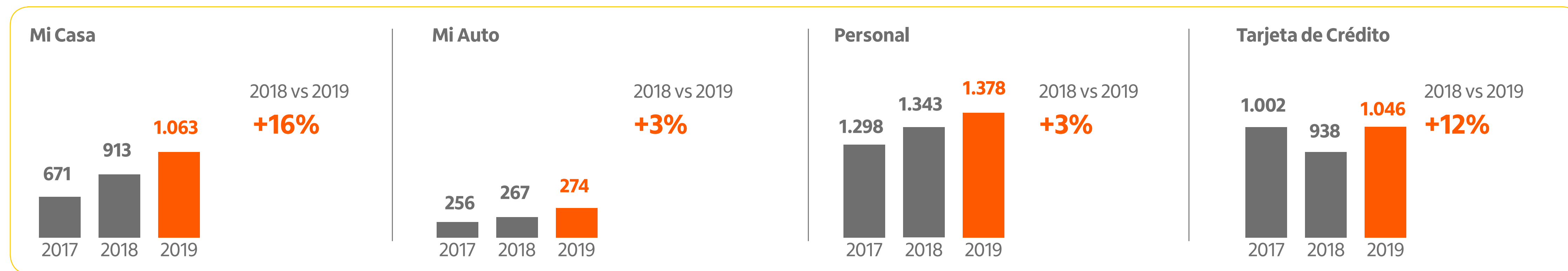


En miles de millones





### Evolución de la cartera de crédito por tipo de producto



En miles de millones

### Resultados de la gestión del riesgo de crédito

El ciclo de crédito, como su gestión y efecto, tiene impacto en las provisiones, así como en la morosidad del Banco.

Con respecto al gasto en provisiones, que se generan a fin de cubrir las eventuales pérdidas que puedan derivarse de la no recuperación de la cartera, constituimos las provisiones específicas requeridas, según las reglamentaciones vigentes. Al 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 el Banco ha constituido provisiones

genéricas (equivalente al 0,5% de su cartera de préstamos directos y de riesgos contingentes neta de provisiones) conforme los criterios y parámetros establecidos por el artículo 34 de la Resolución N° 1/2007 del Banco Central del Paraguay.

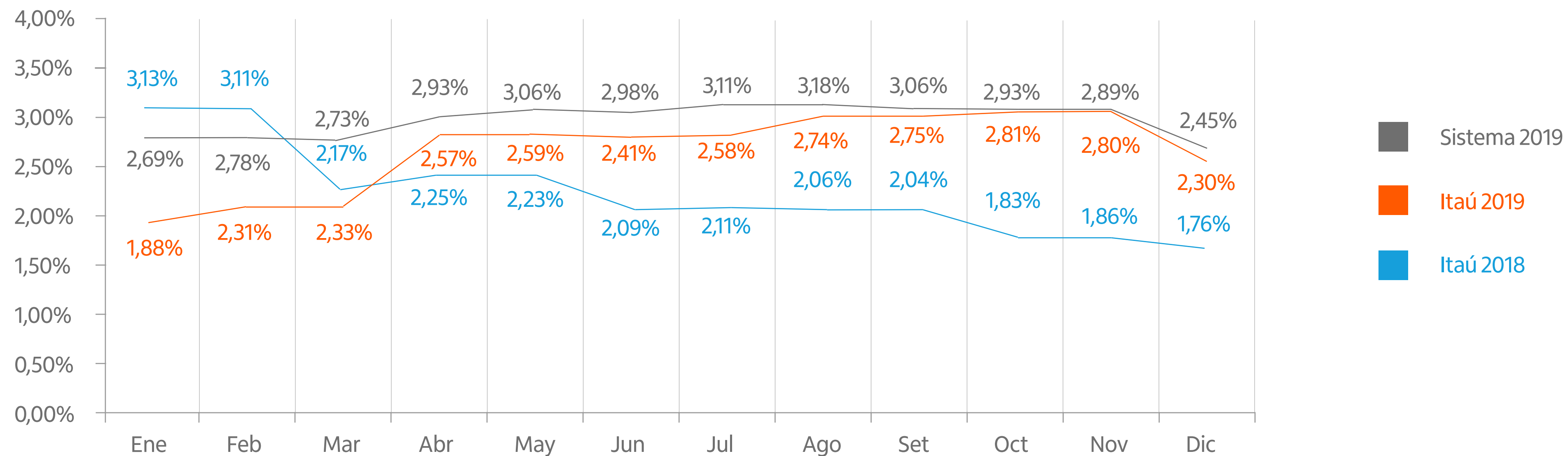
Con base en criterios de máxima prudencia valorativa expresadas en la Resolución N° 1/2007, al cierre de 2019 hemos constituido provisiones adicionales a las provisiones mínimas y genéricas requeridas por la normativa del BCP sobre la cartera de riesgos crediticios (vigente y vencida), por un



total de Gs. 34.140.761.607 (Gs. 46.116.990.303 al 31 de diciembre de 2018).

En cuanto a la morosidad, al 31 de diciembre de 2019, la cartera vencida del Banco representaba 2,30% de sus colocaciones, inferior al 2,45% registrado en el sistema financiero.

### Morosidad en 2019



**Cartera de crédito por sector de actividad  
y dimensión de empresas (G4 – FS6)**

<b>Por sector de actividad</b>	<b>Valor de la cartera (Gs. millones)</b>	<b>Valor total de la línea de negocio (Gs. millones)</b>	<b>% Representativo del total de la cartera (Gs. millones)</b>
Cultivos agrícolas en general	1.450.360	1.594.721	12,93%
Cría de animales	1.684.753	1.427.820	15,02%
Agro-negocios	279.678	276.118	2,49%
Industrias manufactureras	758.453	858.340	6,76%
Construcción	226.579	694.140	2,02%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos	243.917	416.861	2,18%
Comercio al por mayor	701.707	4.926.111	6,26%
Comercio al por menor	414.653	988.750	3,70%
Servicios	821.063	1.284.747	7,32%
Intermediación Financiera	72.127	1.174.555	0,64%
Servicios Personales	85.839	92.029	0,77%
Vivienda	1.130.125	19.897	10,08%
Consumo	2.910.825	3.903.984	25,96%
Otros	433.859	829.599	3,87%

**Fuente:** Área de Riesgos de  
Itaú Paraguay.



<b>Por dimensión de la empresa</b>	<b>Valor de la cartera (Gs. millones)</b>	<b>Valor total de la línea de negocio (Gs. millones)</b>	<b>% Representativo del total de la cartera (Gs. millones)</b>
Microempresas (0-2,40 millones)	1.344.096	6.633.886	11,99%
Pequeñas empresas (2,40 millones-16,00 millones)	2.937.637	3.605.258	26,20%
Medianas empresas (16,00-90,00 millones)	2.156.413	5.191.583	19,23%
Medianas/grandes empresas (90,00-300,00 millones)	928.109	3.034.317	8,28%
Grandes empresas (más de 300,00 millones)	0	0	0,00%
Personas Físicas	3.847.684	22.629	34,31%

**Fuente:** Área de Riesgos de Itaú Paraguay.

## Estado de situación patrimonial<sup>10</sup>

(GRI 102-7)

**31 de Diciembre de**

<b>Activo</b>	<b>2019 Guaranies</b>	<b>2018 Guaranies</b>
Disponible	4.759.645.806.394	4.351.134.442.491
Valores públicos y privados	2.995.716.749.324	2.379.942.720.374
Créditos vigentes por intermediación financiera-sector financiero	1.478.000.901.193	1.202.776.705.249
Créditos vigentes por intermediación financiera-sector no financiero	10.483.153.296.199	11.334.630.144.320
Créditos diversos	231.215.968.246	209.631.902.621
Créditos vencidos por intermediación financiera	86.095.954.546	60.743.534.595
Inversiones	213.564.678.877	95.450.962.910
Bienes de uso	71.506.331.797	104.930.402.502
Cargos diferidos	67.208.413.248	25.879.098.142
<b>Total del Activo</b>	<b>20.386.108.099.824</b>	<b>19.765.119.913.204</b>

<sup>10</sup> Los informes completos sobre estado de situación patrimonial pueden encontrarse en [www.italu.com.py/Paginas/sobreitau\\_informes](http://www.italu.com.py/Paginas/sobreitau_informes)



<b>Pasivo</b>	<b>2019 Guaranies</b>	<b>2018 Guaranies</b>
Obligaciones por intermediación financiera-sector financiero	1.297.213.682.258	2.283.121.375.821
Obligaciones por intermediación financiera-sector no financiero	15.889.481.182.020	14.682.754.426.032
Obligaciones diversas	300.843.043.735	191.177.621.942
Provisiones y provisiones	187.653.399.774	144.453.650.932
<b>Total del Activo</b>	<b>17.675.191.307.787</b>	<b>17.301.507.074.727</b>
<b>Patrimonio neto</b>	<b>2019 Guaranies</b>	<b>2018 Guaranies</b>
Capital social	750.000.000.000	750.000.000.000
Reserva de revalúo	48.387.770.729	46.646.822.628
Reservas	1.133.666.296.006	963.299.719.843
Resultados acumulados	-	-
Utilidad del ejercicio	778.862.725.302	703.666.296.006
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>2.710.916.792.037</b>	<b>2.463.612.838.477</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio Neto</b>	<b>20.386.108.099.824</b>	<b>19.765.119.913.204</b>

## Estado de resultados

<b>Pérdidas</b>	<b>2019 Guaranies</b>	<b>2018 Guaranies</b>
Pérdidas por obligaciones por intermediación financiera.-sector financiero	101.513.556.234	78.414.911.490
Pérdidas por obligaciones por intermediación financiera-sector no financiero	200.512.924.051	217.304.648.274
Pérdidas por valuación	16.785.952.461.979	9.708.875.920.491
Pérdidas por incobrabilidad	557.974.831.083	719.978.728.413
Pérdidas por servicios	77.436.307.486	78.819.135.689
Diferencia de cotización de valores públicos y privados	142.285.987	-
Otras pérdidas operativas	1.569.327.998.349	1.252.874.928.025
Pérdidas extraordinarias	32.591.871.205	11.494.496.600
<b>Total Pérdidas</b>	<b>19.325.452.236.374</b>	<b>12.067.762.768.982</b>



<b>Ganancias</b>	<b>2019 Guaranies</b>	<b>2018 Guaranies</b>
Ganancias por créditos vigentes por intermediación financiera -sector financiero	72.131.486.010	62.118.192.977
Ganancias por créditos vigentes por intermediación financiera -sector no financiero	1.111.095.303.797	1.054.319.744.031
Ganancias por créditos vencidos por intermediación financiera	2.710.595.060	2.170.436.472
Desafectación de provisiones	414.711.813.971	9.765.516.856.077
Ganancias por valuación	16.885.344.937.052	194.389.437.781
Rentas y diferencia de cotización valores públicos	186.336.594.044	604.760.369.799
Ganancias por servicios	532.970.531.015	471.803.808.607
Otras ganancias operativas	896.201.778.474	612.375.485.283
Ganancias extraordinarias	2.810.822.255	3.974.733.961
Ajustes de resultados de ejercicios anteriores	1.099.998	-
<b>Total Ganancias</b>	<b>20.104.314.961.676</b>	<b>12.771.429.064.988</b>
<b>Resultado del Ejercicio</b>	<b>778.862.725.302</b>	<b>703.666.296.006</b>



## Dictamen de auditores externos

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Señores  
Presidente y Miembros del Directorio de  
BANCO ITAÚ PARAGUAY S.A.

### Identificación de los Estados Financieros Sujeto a Auditoría.

1. Hemos auditado los estados financieros que se acompañan del BANCO ITAÚ PARAGUAY S.A., que comprenden el Estado de Situación Patrimonial al 31 de diciembre de 2019 y 2018 y los correspondientes Estado de Resultados, Estado de Evolución del Patrimonio Neto y Estado de Flujos de Caja por los ejercicios terminados en dichas fechas, así como un resumen de políticas contables importantes y otras notas aclaratorias adjuntas.

### Responsabilidad de la Administración por los Estados Financieros.

2. La Administración del Banco es responsable de la preparación y presentación razonable de los Estados Financieros de conformidad con las normas, reglamentaciones e instrucciones contables emitidas por la Superintendencia de Bancos del Banco Central de la República del Paraguay. Esta responsabilidad incluye: diseñar, implementar y mantener el control interno relevante a la preparación y presentación razonable de los Estados Financieros de forma a que éstos, estén libres de representaciones erróneas de importancia relativa, ya sea debidas a fraude o error, seleccionando y aplicando políticas contables apropiadas, y haciendo estimaciones contables que sean razonables en las circunstancias.

### Responsabilidad del Auditor.

3. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre los Estados Financieros con base en nuestras auditorías. Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con los estándares de auditoría independiente establecidos en el "Manual de Normas y Reglamentos de Auditoría Independiente para las Entidades Financieras" aprobado por la Superintendencia de Bancos según Resolución N° SB.SG. 313/01 del 30.11.01 y con normas de auditoría generalmente aceptadas en Paraguay. Dichas normas requieren que cumplamos con requisitos éticos así como que planeemos y desempeñemos la auditoría para obtener seguridad razonable sobre si los Estados Financieros están libres de representaciones erróneas de importancia relativa.

Una auditoría implica realizar procedimientos para obtener evidencias de auditoría sobre los montos y revelaciones en los Estados Financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representación errónea de importancia relativa de los Estados Financieros, ya sea debido a fraude o a error. Al hacer esas evaluaciones del riesgo, el auditor considera el control interno vigente relevante a la preparación y presentación razonable de los Estados Financieros por la Entidad, para diseñar los procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero no con el fin de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad.

Una auditoría también incluye evaluar lo adecuado de las políticas contables usadas y lo razonable de las estimaciones contables hechas por la administración, así como evaluar la presentación general de los Estados Financieros. Creemos que las evidencias que hemos obtenido son suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

### Opinión.

4. En nuestra opinión, los Estados Financieros mencionados en el primer párrafo presentan razonablemente, respecto de todo lo importante, la posición financiera del BANCO ITAÚ PARAGUAY S.A. al 31 de diciembre de 2019 y 2018, los resultados de las operaciones y flujos de Caja por los ejercicios finalizados en dichas fechas, de acuerdo con normas, reglamentaciones e instrucciones contables emitidas por la Superintendencia de Bancos del Banco Central del Paraguay y, en los aspectos no reglamentados por éstas, con Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Paraguay, tal como se expone en la Nota B.2 a los Estados Financieros.

Asunción, Paraguay  
28 de Febrero de 2020

  
Lic. Antonio F. Brítez Balzarini  
Socio  
Ernst & Young Paraguay  
Auditores y Asesores de Negocios  
Res SB.SG. N° 00393/03  
Registro Profesional N° C-92  
Registro de la Firma N° F-21. Res. N° 056/03  
Registro CNV AE N° 028

## Gestión de capital

La administración de Itaú Unibanco está directamente involucrada en el proceso interno de evaluación de la adecuación de capital y su evaluación de los riesgos. Entre los comités y comisiones que discuten el proceso de gestión de capital, se destacan:

- Consejo de Administración
- Comité de Gestión de Riesgos y Capital
- Comité de Capital
- Comité Gestor de la Prueba de Estrés

El Banco cuenta con una política global de gestión de capital, publicada el 10 de abril de 2019; en la misma se establece que el Consejo de Administración es el principal órgano responsable de administrar nuestro capital y de aprobar las políticas y directrices de administración de capital institucional.

Adicionalmente, una de las directrices dispuestas en la política establece "garantizar que las informaciones publicadas estén en conformidad con las reglas vigentes establecidas por los órganos reguladores".

### Composición del capital y características de las acciones (GRI 102-5)

El Capital integrado está compuesto por 750.000.000 acciones ordinarias nominativas de Gs. 1.000 cada una.

	31 de Diciembre de 2019	31 de Diciembre de 2018
Capital autorizado	1.000.000.000.000	1.000.000.000.000
Capital suscrito pendiente de integración	(250.000.000.000)	(250.000.000.000)
Capital integrado	<b>750.000.000.000</b>	<b>750.000.000.000</b>

A diciembre de 2019, la composición accionaria de la empresa era la siguiente: (GRI 102-5)

Accionistas	Porcentaje de participación	País
1. Itaú Unibanco S.A.	99,99688	Brasil
2. Itaú Consultoría de Valores Mobiliários e Participações S.A.	0,00312	Brasil

Itaú Unibanco S.A.	Porcentaje de participación	País
1. Itaú Unibanco Holding S.A.	100	Brasil

Itaú Unibanco Holding S.A.	Porcentaje de participación	País
1. IUPAR	26,15	Brasil
2. ITAUSA	19,83	Brasil
3. Free Float	52,29	Brasil



## Participación en otras sociedades

La participación en el capital de otras sociedades al 31 de diciembre de 2019 y 2018 era la siguiente:

### Nombre de la sociedad y país de su domicilio

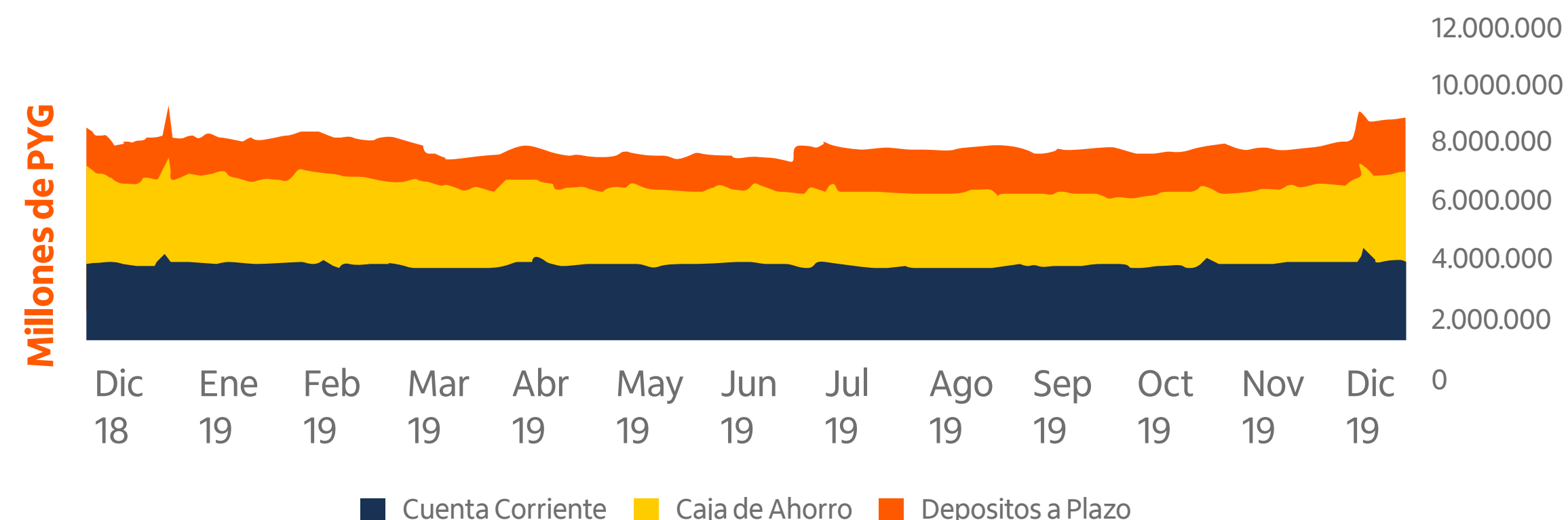
Año 2019	Participación accionaria en Gs.
Bancard S.A. – Paraguay	9.816.328.289
Bolsa de Valores y Productos de Asunción S.A.	88.670.000
Visa Internacional – Estados Unidos	22.103.989.099
<b>Total</b>	<b>32.008.987.388</b>
Año 2018	Participación accionaria en Gs.
Bancard S.A. – Paraguay	9.816.328.289
Bolsa de Valores y Productos de Asunción S.A.	88.670.000
Visa Internacional – Estados Unidos	14.174.927.904
<b>Total</b>	<b>24.079.926.193</b>

## Estructura de fondeo

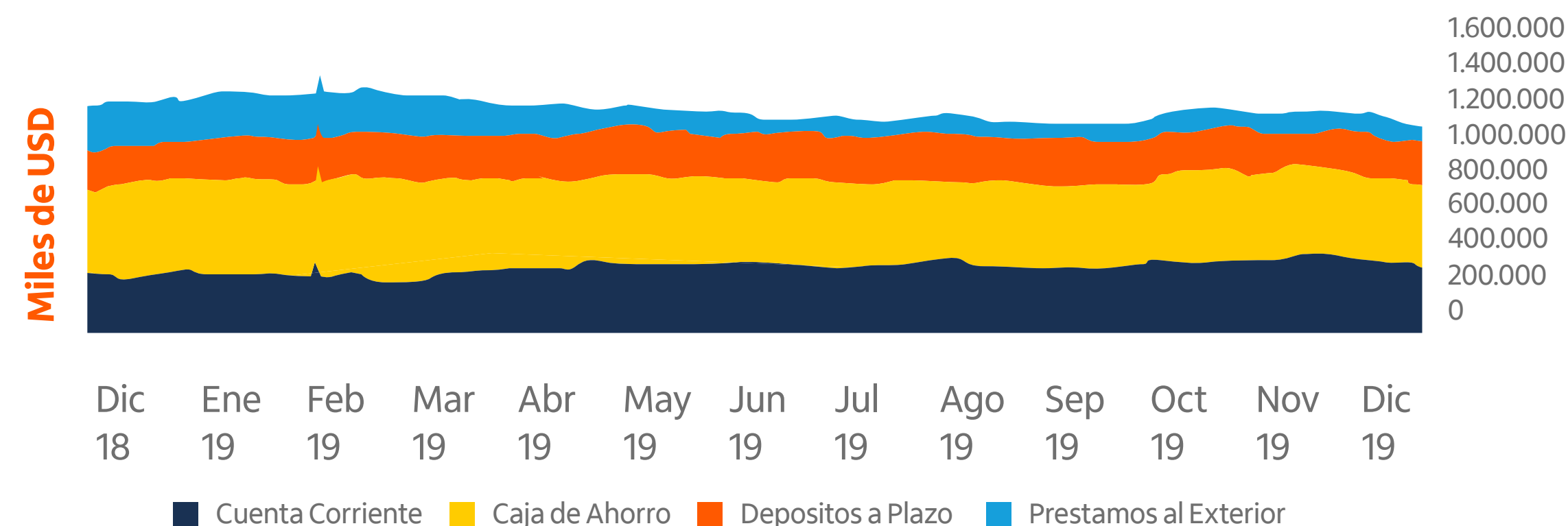
La estructura de fondeo del sistema bancario en Paraguay tiene dos grandes características: i) el sistema es bi-monetario: al cierre de 2019, 56% del total de los depósitos de los bancos privados estaba en moneda local, y el 44% restante en USD y, ii) equitativa distribución entre depósitos a la vista y a plazo: al cierre de 2019, el 57% del total de los depósitos de los bancos privados estaba a la vista, y el 43% restante eran depósitos a plazo.

Banco Itaú Paraguay, al cierre del año, contaba con un 59% del total de su fondeo en moneda local; donde el 76% de los depósitos eran a la vista y el 24% a plazo. En relación al fondeo en moneda extranjera (41% de los depósitos totales) el 79% correspondía a depósitos a la vista y el 21% a plazo.

Para la gestión de liquidez en moneda nacional, Itaú emite certificados de depósitos de ahorro (CDA) y bonos financieros en el mercado bursátil local, con el propósito de brindar una base sostenible a los depósitos en moneda nacional, así como dar correcto cumplimiento a las métricas de exigencias de liquidez (Liquidity Coverage Ratio y Net Stable Funding Ratio).



Para la gestión de liquidez en moneda extranjera Itaú, emite certificados de depósitos de ahorro (CDA) y bonos financieros en el mercado bursátil local, y posee varias líneas de crédito con bancos corresponsales del exterior, así como con entidades multilaterales como IFC, BID, BLADDEX, entre otras.







Nuestra estrategia apunta a diversificar las fuentes de financiamiento de acuerdo a sus costos, disponibilidad y considerando nuestra gestión de activos y pasivos, que apunta a alargar los plazos de vencimiento. En el marco de dicha diversificación, se han contratado créditos orientados al financiamiento de pequeñas y medianas empresas, como el obtenido de la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), por USD 90 millones con un plazo total de 7 años, a vencer en noviembre de 2022.

### Calificación de riesgo

Según la última evaluación realizada por la calificadora de riesgo Feller Rate en Abril de 2020, sobre el desempeño de Banco Itaú Paraguay S.A. en 2019, nuestra calificación es AAAPy en términos de solvencia y Estable, en cuanto a la tendencia.

Esta calificación se fundamenta en un perfil de negocios y capacidad de generación considerados muy fuertes, además de un respaldo patrimonial, perfil de riesgo y fondeo y liquidez evaluados como fuertes. Adicionalmente, se considera en la evaluación el soporte de la Casa Matriz, Itaú

Unibanco Holding S.A.

La nomenclatura AAA corresponde a entidades que cuentan con prácticas de sanas políticas de administración del riesgo y la más alta capacidad de pago de sus obligaciones en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada ante posibles cambios en el ente, en la industria a que pertenece o en la economía.

La evaluación realizada por Feller Rate, se basó en informaciones relacionadas a los siguientes asuntos: administración y estructura organizacional, información financiera (evolución), propiedad, informes de control, características de la cartera de créditos (evolución), adecuación de capital (evolución), fondeo y liquidez (evolución), administración de riesgo de mercado y, tecnología y operaciones. La misma también incluyó reuniones con la administración superior, con unidades comerciales, unidades operativas y áreas de riesgo y control.


### Evolución de la calificación de riesgo

	<b>Abril 2019*</b>	<b>Julio 2019</b>	<b>Octubre 2019</b>	<b>Abril 2020*</b>
<b>Solvencia</b>	AAAPy	AAAPy	AAAPy	AAAPy
<b>Tendencia</b>	Estable	Estable	Estable	Estable

(\*)Incluye actualización anual y trimestral.



# Experiencia del colaborador



## ¿Por qué este tema es material?

La construcción de la experiencia de nuestros colaboradores, está en constante cambio para atender los desafíos con los que hoy nos encontramos frente a las nuevas formas de trabajar y de interactuar entre las organizaciones y las personas. Ambientes más descontraídos, jornadas más flexibles y la búsqueda de una mayor autonomía en el trabajo que agilice la entrega de resultados, son algunas de las tendencias que actualmente estamos siguiendo para mejorar continuamente la experiencia de nuestros colaboradores.

Buscamos atraer y retener a los mejores talentos y nos esforzamos por ofrecer oportunidades desafiantes de desarrollo profesional y personal. Trabajamos para garantizar condiciones que resulten en un clima de trabajo en el que siempre pongamos a las personas en primer lugar, valorando la diversidad y buscando un equilibrio adecuado entre la vida personal y profesional de nuestros colaboradores.

El desafío de ofrecer una excelente experiencia para nuestros colaboradores, implica que podamos escucharlos para entender sus inquietudes. Por esto, hemos desarrollado durante el año, un proceso que nos permitió profundizar las expectativas de nuestros equipos en su relación con Itaú. El posicionamiento realizado sobre Diversidad e Inclusión fue también una importante iniciativa en el año en la tarea de construir un ambiente más seguro para todos y todas. Asimismo, el nuevo código de vestimenta, se consolidó en nuestra cultura favoreciendo la experiencia del colaborador.

Ante todo, tenemos muy en claro que nuestros equipos están constituidos por personas al servicio de otras personas. Por este motivo, la experiencia que puedan tener nuestros colaboradores al trabajar en Itaú es fundamental para llevar adelante el negocio de manera competente, ética y responsable. Crear soluciones cada vez más centradas en el cliente depende de las habilidades, talento y motivaciones de todos los que conforman nuestro público interno.





## Momentos en la experiencia del colaborador

El Área de Personas es responsable por velar por la experiencia del colaborador, en un trabajo coordinado con los líderes de equipos de todas las dependencias del Banco. Esta experiencia contempla diferentes componentes:



**Atraer y seleccionar** a los mejores talentos a través de procesos eficientes de reclutamiento.

**Admitir e incorporar** al nuevo colaborador a la empresa, la cultura y al equipo.

**Cuidar** el equilibrio entre la vida personal y laboral.

**Conectar** con el colaborador para garantizar su adhesión a la cultura y la comunicación con otros colaboradores y sus gestores.

**Entrenar** a la medida de la función del colaborador con entrenamientos aplicables en el día a día.

**Evaluar** el desempeño del colaborador con procesos basados en la meritocracia y en la retroalimentación constante.

**Remunerar** acorde al mercado, incluyendo beneficios emocionales

**Desarrollar** al colaborador mediante oportunidades de crecimiento personal y profesional

## Perfil general de colaboradores (ODS 5.5) (ODS 8.5)

La mayor porción de nuestros colaboradores se encuentra en el rango etario de entre 30 y 50 años (51%) y provienen de las comunidades en las que se encuentran nuestros centros de operación; esto, en función a que damos preferencia a la contratación local.

Igualmente, nuestra selección apunta a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, con 50,9% de los cargos de gestión ocupados por mujeres. A continuación, presentamos los datos sobre el perfil demográfico de nuestros colaboradores:



<b>Indicadores</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Total	952	922	902
<b>Por sexo</b>			
• Mujeres	536	525	504
• Hombres	416	397	398
<b>Por Generación</b>			
• Baby Boomers (1946 – 1964)	6	11	11
• Generación X (1965 – 1979)	163	168	171
• Generación Y (1980 – 2000)	783	743	720
• Generación Z (2001 – 2010)	0	0	0
<b>Por Antigüedad</b>			
• Hasta 5 años	520	530	524
• Hasta 5 y 10 años	337	304	313
• Más de 10 años	95	88	65
<b>Por Nivel jerárquico</b>			
• Gerencia (Directores, superintendentes, gerentes, supervisores y coordinadores)	163	158	157
• Administración	361	330	320
• Comercial y Operacional	349	359	354
• Aprendices	79	75	71
• Mujeres en cargos directivos y/o de gestión	83	78	77
<b>Personas con discapacidad</b>			
Total	3	2	2

Para la realización de determinadas tareas en ciertas áreas del Banco, se cuenta con personal contratado a través de consultoras especializadas; la relación con éstas se establecen en contratos de servicios. Bajo esta modalidad, se encuentran 216 colaboradores (128 mujeres y 88 hombres), lo que hace que el número total de trabajadores que conforman nuestro público interno sea de 1.168.

Del total mencionado, el 93% cuenta con contratos de tiempo indefinido (613 mujeres y 472 hombres) y 7% con contratos de tiempo definido (51 mujeres y 32 hombres). En todos los casos las jornadas son completas, no existen contratos de media jornada. (GRI 102-8)

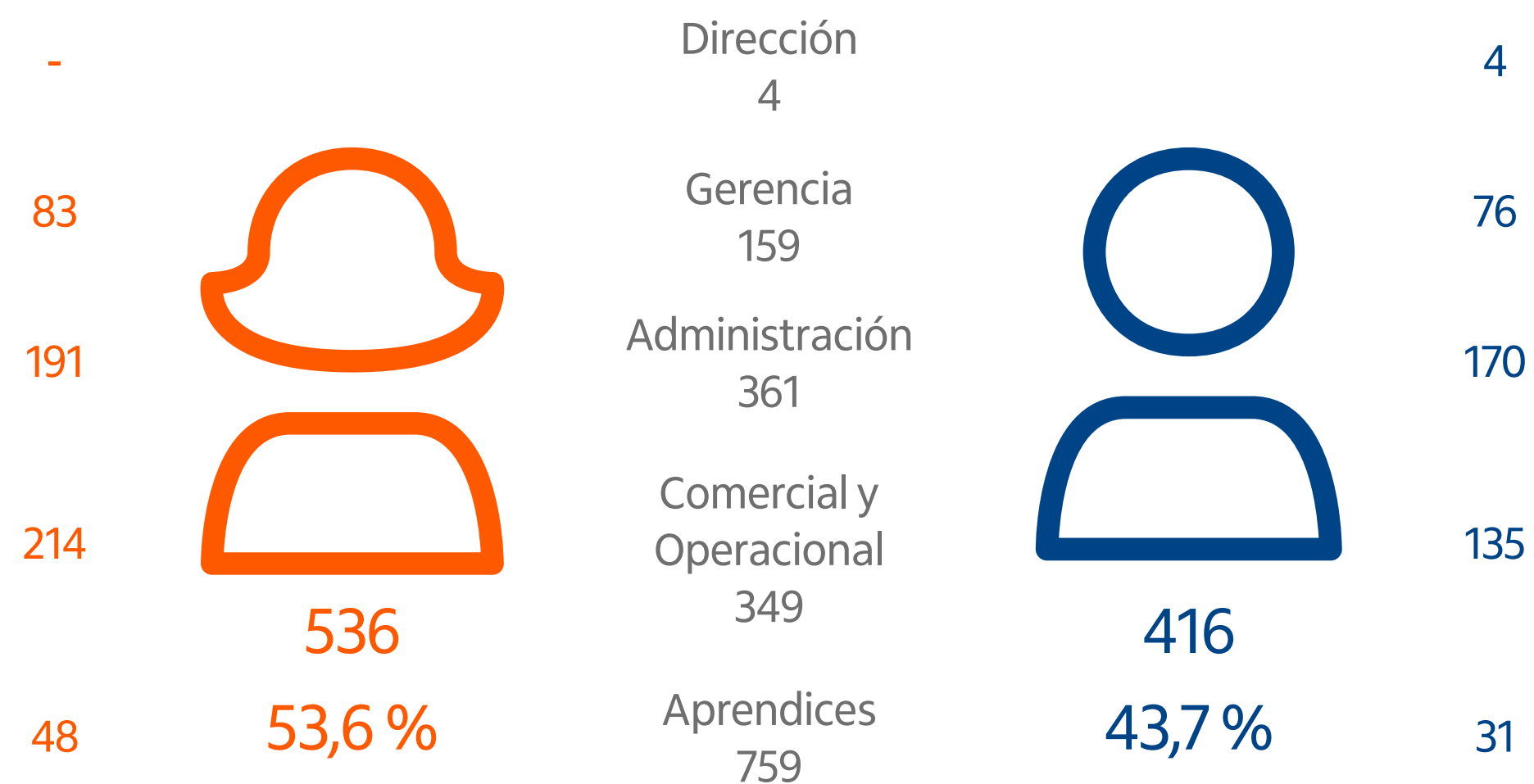




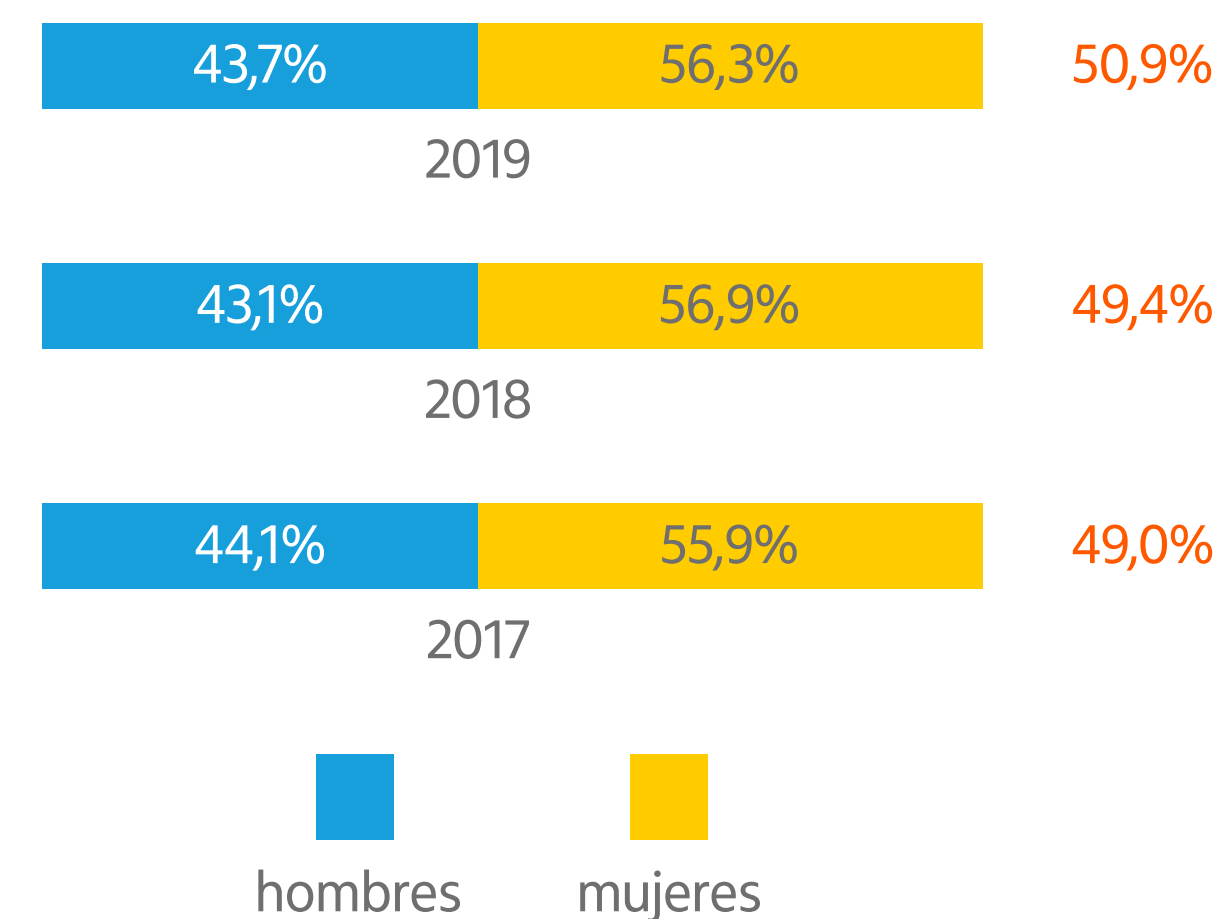
### Colaboradores por unidad operacional

	Totales			Variación			
	2019	2018	2017	2019-2018		2018-2017	
Banca Personal	474	495	472	-21	-4,4%	23	4,6%
Banca Empresas	78	63	81	15	19,2%	-18	-28,6%
Áreas de administración y apoyo	400	364	349	36	9,0%	15	4,1%
<b>Total general</b>	<b>952</b>	<b>922</b>	<b>902</b>	<b>90</b>	<b>3,2%</b>	<b>20</b>	<b>2,2%</b>

### Colaboradores por categoría laboral y género (GRI 405-1) (ODS 5.5)



### Mujeres y hombres



**Porcentaje de cargos de gestión ocupados por mujeres**



**Colaboradores por ubicación, edad y género (GRI 102-8)**

Ubicación	Mujeres						Hombres									
	Menos de 30 años		Entre 30 y 50 años		Más de 50 años		Total		Menos de 30 años		Entre 30 y 50 años		Más de 50 años		Total	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Asunción y Gran Asunción	235	231	238	222	11	11	484	464	154	136	202	194	16	19	372	349
Interior	33	37	19	24	0	0	52	61	20	24	23	23	1	1	44	48
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>268</b>	<b>257</b>	<b>246</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>536</b>	<b>525</b>	<b>174</b>	<b>160</b>	<b>225</b>	<b>217</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>416</b>	<b>397</b>



**Selección y admisión**

Contamos con una Política de Selección y Reclutamiento que define las directrices para asegurar que los procesos de incorporación de colaboradores sean realizados con objetividad siguiendo criterios verificables de idoneidad, competencia e igualdad de oportunidades. Establece, asimismo, explícitamente que no se admiten decisiones de selección basadas en la raza, nacionalidad, religión, sexo o discapacidad de los candidatos. Para este último caso, contamos con el soporte y el acompañamiento de consultoras y fundaciones especializadas para los procesos de evaluación y selección. (ODS 5.1 5.5) (ODS 10.2)

Por otra parte, para contribuir con una incorporación apropiada de colaboradores con discapacidad, nos aseguramos de que las instalaciones sean adecuadas. También, se realizan encuentros con los integrantes del equipo al que será integrado el colaborador para acompañar el proceso.

En general, la contratación de nuevos colaboradores puede estar vinculada a procesos de reemplazos o nuevas contrataciones por la creación de nuevos proyectos, negocios o unidades de trabajo. Para cubrir estas vacancias, contamos con el Programa de Oportunidad de Carrera.

**Programa de Oportunidad de Carrera (POC)**

El POC ofrece a los colaboradores oportunidades internas de crecimiento en otras áreas del Banco y constituye un instrumento efectivo para que se puedan cubrir vacancias. Del mismo pueden participar funcionarios, pasantes universitarios y colaboradores contratados que cumplan con ciertos requerimientos de antigüedad y desempeño. De esta forma el POC valora el talento de los que ya forman parte del equipo<sup>11</sup>.

Las vacancias, junto con las características que definen el perfil requerido, son comunicadas a través del portal corporativo y mediante comunicaciones digitales desde el Área de Personas.

En 2019 fueron realizados 95 procesos de selección bajo este Programa, de los cuales participaron un total de 696 postulantes Externamente fueron entrevistados 97 postulantes para cargos de funcionarios y 246 para el Programa de Pasantías Universitarias.

11 También se realizan búsquedas externas para determinados cargos y situaciones



### Rotación

La tasa de rotación de colaboradores es monitoreada periódicamente tanto desde el Área de Personas de Itaú Paraguay como desde el Holding. Esta tasa representa la relación entre las admisiones y desvinculaciones de colaboradores<sup>12</sup> en el periodo de un año.

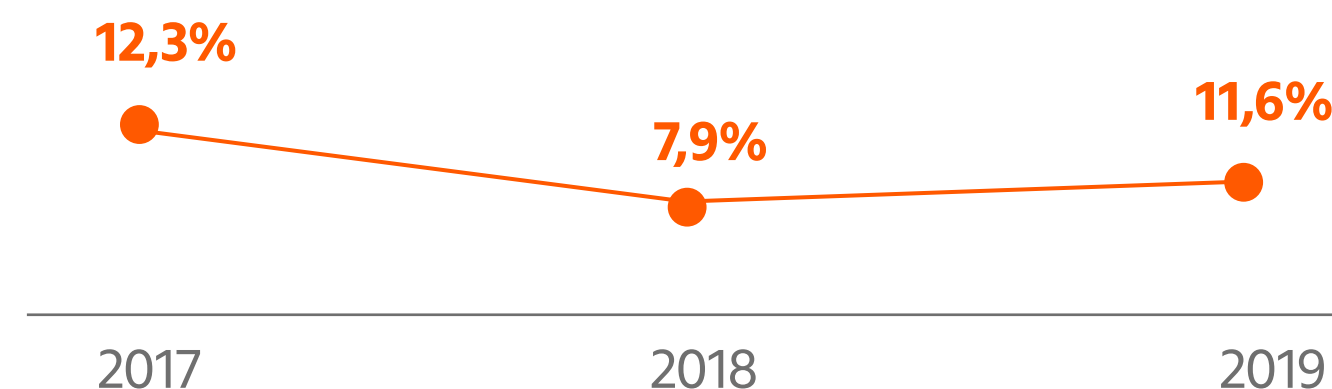
En 2019 fueron incorporados 113 nuevos colaboradores (78,7% por reemplazos), de los cuales 89% correspondía a contrataciones en Asunción y Gran Asunción; el 49% de las admisiones consistió en contrataciones de mujeres. En cuanto al rango etario, en el 73% de los casos de nuevas admisiones, se contrató a personas menores de 30 años. Este año, para fortalecer las gestiones del área de Prevención de Lavado de Dinero, fueron admitidas 21 personas. Esto explica, en parte, el aumento en el número de nuevas incorporaciones. (GRI 102-8) (GRI 401-1)

### Admisiones y desvinculaciones

Movimiento	2019	2018	2017
Admisiones	113	76	114
Desvinculaciones	87	57	88

### Rotación media del Banco<sup>13</sup>

Nº de funcionarios	Rotación media 2019:	Admisiones:
<b>873</b>	<b>11,63%</b>	<b>113</b>
		Desvinculaciones:
		<b>87</b>



### Rotación por género (GRI 401-1)

Genero	Total 2019	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Hombres	385	44%	59	43	13,36%
Mujeres	488	56%	55	44	10,27%
<b>Total General</b>	<b>873</b>	<b>100%</b>	<b>113</b>	<b>87</b>	<b>11,63%</b>

### Rotación por rango etario (GRI 401-1)

Rango	Total 2019	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Menos de 30 años	363	42%	82	33	16,06%
Entre 30 y 50	482	55%	31	48	8,36%
Más de 50 años	28	3%	0	6	10,17%
<b>Total general</b>	<b>873</b>	<b>100%</b>	<b>113</b>	<b>87</b>	<b>11,63%</b>

### Rotación por ubicación (GRI 401-1) (GRI 102-8)

Ubicación	Total 2019	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Asunción y Gran Asunción	780	89%	101	69	11,16%
Interior	93	11%	12	18	15,23%
<b>Total General</b>	<b>873</b>	<b>100%</b>	<b>113</b>	<b>87</b>	<b>11,63%</b>

<sup>12</sup> En las informaciones y tasas sobre rotación, admisiones y desvinculaciones no se incluyen a pasantes universitarios o colaboradores contratados.

<sup>13</sup> La tasa de rotación que incluye solo desvinculaciones fue de 10,1% para 2019 donde, 4,8% corresponde a desvinculaciones voluntarias y el 5,3% a no voluntarias.



## Entrenamiento y desarrollo (GRI 404-2)

La formación de los equipos es una prioridad para el Banco, es por esto que el área de Selección y Desarrollo –junto con los gestores de cada área- se encarga de identificar y facilitar soluciones de aprendizaje, alineadas a la cultura y a las estrategias de la organización. Las políticas de Capacitación, de Posgrados y de formación en Idiomas, establecen directrices para los procesos de entrenamiento de los equipos y líderes.

Para Directores y Superintendentes,

### Entrenamientos y desarrollo en números

**14.567** horas de entrenamiento

**91%** de participación en los espacios de formación

**4,37** (sobre 5) de evaluaciones media sobre los cursos

**Gs. 2.257 MM** invertidos en entrenamientos y capacitaciones

nuestra Casa Matriz se encarga de diseñar el plan de formación, el cual contempla entrenamientos sobre temas como “Gestión de personas y desempeño”, “Ética en el ambiente de trabajo”, “Buenas prácticas de trabajo”, y “Cultura de riesgo”. Asimismo, el Comité Ejecutivo participa localmente de entrenamientos enfocados en el negocio, además de conferencias y seminarios internacionales. (GRI 102-27)

En el año 2019 fueron invertidas 14.567 horas en espacios de formación (incluyendo horas de entrenamiento para pasantes universitarios y contratados; para funcionarios fue de 12.574). La tasa de participación en estos espacios de formación fue de 91% y la calidad de los cursos fue calificada por los colaboradores con una media de 4,37 (sobre 5). La inversión total en capacitaciones y entrenamientos fue de Gs. 2.257.893.879 para el año.

Compartimos los frentes definidos para la formación de colaboradores:

- **Inducción corporativa:** tiene una duración de tres días y está dirigido a funcionarios y pasantes universitarios que inician sus funciones en el Banco. La inducción consiste en una serie de

actividades y dinámicas para dar a conocer nuestra cultura, los valores, directrices de imagen personal, datos de interés sobre la empresa, su historia, el valor de la marca, los lineamientos sobre ética y gestión de riesgos, los procesos de evaluación de desempeño y las prestaciones y beneficios disponibles, entre otros datos de interés. En 2019 se realizaron cinco sesiones, que alcanzaron a un total de 157 participantes.

- **Escuela de Atención y Ventas:** sus actividades tienen lugar luego de la Inducción Corporativa, y de ella participan colaboradores que cumplirán funciones en la Banca Personal. Es un espacio creado para complementar el aprendizaje del colaborador con las herramientas y procesos que gestionará cotidianamente, así como para difundir buenas prácticas y técnicas que le brinden los instrumentos para abordar las necesidades del cliente y poder así ofrecerle productos y servicios apropiados. (G4- FS15) (ODS 10.5)

La Escuela cuenta con dos fases; en la fase técnica se proporcionan conocimientos de acuerdo a procesos que se realizan en las sucursales, y en la fase especialista se realizan pasantías en áreas de Banco y entrenamientos de acuerdo a la función

específica del colaborador. Cada una de las fases culmina con entrenamientos en línea.

Además de su intervención en lo ya mencionado, la Escuela de Atención y Ventas coordina y desarrolla entrenamientos de actualización sobre diferentes temas. En el año se realizaron dos sesiones del programa, de las cuales participaron 27 colaboradores.

- **Entrenamientos abiertos:** es un programa de capacitación que en 2019 contó con cuatro focos; i) habilidades comportamentales (con talleres sobre administración del tiempo, liderando con herramientas de PNL, Inteligencia Emocional en el ámbito laboral y Claves para lograr un Acuerdo Exitoso), ii) habilidades técnicas (Excel intermedio, Presentaciones de Alto Impacto y Desarrollo ágil: Scrum + Kanban), iii) Finanzas y Contabilidad (Taller de análisis e interpretación de estados financieros, Estadística Aplicada a los Negocios y Negocios Fiduciarios), iv) Bienestar (Taller Vivencial – Manejo del estrés laboral, La Pausa, Buen descanso y buen sueño: buenas prácticas para descansar y dormir adecuadamente, y Balance Personal). De estos entrenamientos participaron 343 personas.





• **Escuela de Líderes:** esta Escuela acompaña el proceso de crecimiento de colaboradores que cumplen funciones de gestión de equipos; busca fortalecer y fomentar la vivencia de los valores de la empresa, desarrollar competencias y habilidades, y unificar criterios y conocimientos en la tarea del gestor. La formación se basa en cuatro dimensiones: i) Conozca a sus colaboradores, ii) Desarrollo Gerencial, iii) Coaching; iv) Comunicación, y v) Bienestar. A diferencia de años anteriores, en el 2019 todos los gestores fueron invitados a participar de los distintos entrenamientos, contando con una participación de 143 gestores y una carga horaria de 2.803 en total.

• **Escuela de Negocios:** ofrece entrenamientos presenciales y a distancia en temas de desarrollo profesional y personal. Son invitados a participar de la Escuela, colaboradores con un posicionamiento destacado o diferenciado de desempeño (según el resultado del Programa Gestión de Performance), así como todos los gestores del Banco.

En el ciclo 2019, han participado 119 colaboradores de las propuestas de entrenamientos de este espacio, las cuales

totalizaron 62 horas. Dentro del programa se desarrollaron los siguientes foros: Expo Negocios, Taller Human Centered, Conferencia “Del Consumidor análogo al consumidor digital”, Conferencia “Líderes que van más allá de la excelencia” y las conferencias “Multigeneraciones” y Liberá tu potencial”

• **Formación en idiomas:** se ofrecen coberturas para cursos presenciales de idiomas según el perfil y funciones del colaborador. Los colaboradores tienen la opción de estudiar inglés o portugués. En el año 2019, han accedido 29 colaboradores a esta modalidad de formación.

• **Programas especiales de talentos:** los programas de talentos tienen por objetivo formar y desarrollar a futuros líderes de la empresa.

- **Patrocinio de Maestría Internacional:** este patrocinio al que pueden acceder colaboradores con desempeño destacado, consiste en la realización de cursos de MBA/ Sloan/MASTER (LLM –Master of Laws/ MIF – Master in Finance) en las mejores universidades de Estados Unidos y Europa, con acompañamiento y mentoring de

ejecutivos y coberturas de hasta USD 140.000.

- **Posgrados y maestrías locales:** con coberturas en el costo de las matrículas. De esta forma se incentiva la especialización de los colaboradores que se encuentran en niveles de destaque de gestión, según sus evaluaciones de desempeño.

- **Orgullo de Pertenecer:** este Programa llevado a cabo a nivel del Holding, como una gestión de consecuencia de gran impacto para reconocer a colaboradores con performances destacadas, tiene la intención de promover el sentimiento de pertenencia a la organización y la interacción entre las unidades de Latino América y Casa Matriz, a través de la formación de embajadores locales que diseminen este orgullo en sus respectivas unidades.

En 2019 fueron seleccionados cuatro colaboradores para participar del programa. La experiencia incluyó visitas guiadas a las instalaciones de nuestra Casa Matriz en São Paulo, charlas con altos ejecutivos y la participación en foros de cultura organizacional.

- **Movilidad Internacional:** este programa fue creado para contribuir con el fortalecimiento de la capacidad de actuación internacional del conglomerado. El mismo ofrece a funcionarios de Itaú Unibanco, la oportunidad de cumplir funciones en otras unidades para perfeccionar habilidades y competencias, intercambiar ideas y convivir entre profesionales con prácticas y culturas diversas.

El programa propone dos modalidades: i) International Experience, en la que el colaborador desarrolla tareas y funciones en unidades externas por un periodo de tres a once meses (fueron 14 colaboradores de Itaú Paraguay los que ya realizaron intercambios de este tipo al viajar a Brasil, Uruguay, Chile y Estados Unidos) y, ii) Expatriación o movilidad de largo plazo, en la que el colaborador, de nivel gerencial o ejecutivo, asume la gestión de un área determinada, por un periodo de uno a cinco años, con posibilidad de extensión.



• **E-learning**s: esta modalidad de entrenamientos permite un gran alcance en la cantidad de participantes. Los cursos desarrollados en el año fueron: Más seguridad, Prevención de Lavado de Dinero, Prevención de Fraudes, Cultura de Riesgos, Programa de Integridad, Administración del Tiempo, Inteligencia Emocional, Claves para un acuerdo exitoso, Excel Intermedio, Desarrollo ágil y scrum, estadística aplicada a los negocios, Además contamos con 20 licencias de la plataforma Courser.

**Horas de entrenamiento por categoría laboral y género (GRI 404-1) (ODS 4.4) (ODS 5.1) (ODS 8.2 8.5)**

Categoría	Horas de entrenamiento			Promedio de horas de entrenamiento		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Comercial Operacional	1.131	1.211	2.342	15	20	17
Gerencia	2.392	1.922	4.314	36	37	33
Administración	3.264	2.654	5.918	22	31	23
<b>Total</b>	<b>6.787</b>	<b>5.787</b>	<b>12.574</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>24</b>

**Remuneración**

**Remuneración fija y variable<sup>14</sup>**

La remuneración fija ofrecida a los colaboradores considera la complejidad de las atribuciones de cada nivel y el desempeño individual. Al respecto, contamos con dos políticas específicas:

• **Política de Cargos y Salarios:** para definir remuneraciones fijas; plantea un modelo de estructura de cargos apropiada para la empresa e incluye un sistema de crecimiento profesional con base en criterios de remuneración relacionados al comportamiento del mercado.

• **Política de Remuneración Variable:**

presenta directrices para establecer las condiciones para remuneraciones que reconocen el nivel de desempeño del colaborador y los resultados alcanzados. Teniendo en cuenta las mejores prácticas de gobernanza del Holding se definen modelos para el cálculo de estos pagos, además se consideran aspectos sobre administración de recursos y retención de talentos, así como legales y regulatorios locales.

Para miembros del Comité Ejecutivo se cuenta con otro instrumento de incentivo denominado Phantom Shares, a través del

cual se les otorgan acciones phantom que poseen un valor teórico equivalente al valor real.

El establecimiento de compensaciones y remuneraciones para directores y miembros del Comité Ejecutivo está igualmente alineado a las Políticas de Cargos y Salarios y la de Mérito y Promoción; también a los sistemas de evaluación definidos y a la Ley 285/93. Se cumple estrictamente lo establecido en los Estatutos Sociales de la organización y, en este caso, lo dispuesto en su artículo diez sobre la administración del Banco, respecto a que la Asamblea

14 El salario base en Itaú para funcionarios es de Gs 3.701.195 y es abonado en igualdad de condiciones a hombres y mujeres en todos los centros de operación del Banco. El salario mínimo bancario es Gs. 3.542.638 mientras que el mínimo legal de Gs. 2.192.839. De las 51 personas que perciben el salario mínimo Itaú, 24 son hombres y 27 son mujeres. El ratio de salarios entre hombres y mujeres (mujeres/hombres) es de 0,99 para administrativos; 0,74 para comerciales y operacionales; 0,85 para gestores y; 1 para aprendices. (GRI 202-1)



de Accionistas elige a los miembros del Directorio y sus remuneraciones.

En la definición de las remuneraciones, de los miembros del Comité Ejecutivo y de los colaboradores, son igualmente consideradas informaciones recabadas a través de estudios de mercado sobre salarios. (GRI 102-35) (GRI 102-36)

### Beneficios<sup>15</sup>

Los beneficios y compensaciones ofrecidos a nuestros funcionarios son establecidos teniendo en cuenta prácticas del mercado, disposiciones legales y son considerados los lineamientos del Contrato Colectivo de Trabajo, el cual se construye en parte con el Sindicato de Empleados del Banco. Las condiciones establecidas en este contrato cubren al 100% de funcionarios y contribuyen a fijar niveles y mejoras en estas prestaciones por encima de lo exigido por la ley.

En 2018 se revisó el contrato para el periodo 2018-2019 y dentro de las principales novedades se encuentran: el aumento en los pagos en concepto de fallos de caja, almuerzos, ayuda escolar, reintegro de matrículas de carreras de grado y el aumento

en el valor de cobertura del seguro médico de gastos mayores. (GRI 102-41)



**Tabla de beneficios, compensaciones y programas de desarrollo (ODS 3.8) (ODS 8.5)**

Categoría	Beneficios y compensaciones
<b>Compensaciones</b>	Pago adicional por título universitario, ajuste de salarios por inflación, aporte por fallecimiento de familiares, aporte por contraer matrimonio, aporte por nacimiento de hijos, pago por almuerzos, pagos adicionales para determinadas funciones, subsidio por ayuda escolar por hijos de 3 a 18 años, subsidio por guardería por hijos de 0 a 2 años, gratificación anual adicional al aguinaldo y pago de remuneraciones variables según desempeño.
<b>Salud y Seguridad</b>	Seguro médico de alta complejidad, seguro médico de gastos mayores, seguro odontológico, servicio de auditoría médica, seguro de vida, seguro de accidentes personales y seguro jurídico corporativo.
<b>Otros beneficios</b>	Permisos por maternidad/paternidad <sup>16</sup> , por compromisos académicos, por duelo, por cuestiones particulares, por enfermedad, Uniformes, decuentos especiales en varios comercios.
<b>Productos</b>	Préstamos con tasa cero para cuestiones de salud y con tasas preferenciales para compra de viviendas, vehículos, muebles, equipos y cursos de posgrado. Tarjetas de crédito con exoneración de costos de emisión y renovación. Líneas de sobregiro en cuentas corrientes. Ahorro programado con tasas preferenciales.
<b>Formación y desarrollo</b>	Pago de matrícula para carreras de grado, premio por promedio destacado en carreras de grado, coberturas y descuentos en la escolaridad de posgrados, coberturas en cursos de idiomas y programas de voluntariado corporativo.
<b>Calidad de vida</b>	Cobertura en mensualidad de gimnasios, descuentos en gimnasios, masajes express en las oficinas, desayunos saludables, y talleres de cocina saludable.
<b>Eventos y celebraciones</b>	Festejos por el día del niño, fiesta de San Juan en familia, celebraciones por el día del trabajador y el día de la amistad, Viví la Navidad con los Niños, fiesta y almuerzos por fin de año.

<sup>15</sup> Los beneficios y compensaciones se encuentran disponibles para todos los funcionarios de todos los centros de operación de la empresa en igualdad de condiciones. (GRI 401-2)

<sup>16</sup> El 100% de los colaboradores (47 en total; 25 mujeres y 22 hombres) que tenía derecho a licencias por maternidad o paternidad, hizo uso del periodo de permiso. El 98% retornó a sus funciones al término del periodo, dado que una colaboradora presentó su renuncia. (GRI 401-3) (ODS 5.1) (ODS 8.5)



## Evaluación de desempeño (GRI 102-28) (GRI 404-2)

### Ciclo de Meritocracia

La meritocracia es el componente esencial con el que contamos para la gestión de personas. Creemos que la práctica de este valor nos permitirá estar -como Holding- entre las mejores empresas para trabajar en el mundo.

El Programa de Gestión de la Performance, nos permite conducir evaluaciones de desempeño anualmente y se constituye en una de las formas más claras a través de las cuales aplicamos el valor de la meritocracia en Itaú. Estas evaluaciones se realizan en lo que llamamos Ciclo de Meritocracia, el cual cuenta con tres herramientas, cuyos resultados sirven para fundamentar procesos de reconocimiento, ascensos y oportunidades de desarrollo de habilidades. **(ODS 8.2)**

Las herramientas que conforman el Ciclo son:

**1. Evaluación de metas:** evalúa el nivel de cumplimiento de metas, definidos entre el gestor y el colaborador, en función a

objetivos estratégicos del Banco y proyectos de los departamentos.

**2. Evaluación de comportamiento:** analiza cómo fueron obtenidos los resultados, a partir de la evaluación del comportamiento del colaborador, basado en valores definidos en la cultura corporativa “Nuestra manera”. La metodología utilizada en esta evaluación es la de 360° para gestores (son evaluados por sus gestores, pares, equipos y clientes internos) y 180° para equipos (son evaluados por sus gestores, pares y clientes internos).

**3. Planeamiento Estratégico de Personas (PEP):** consolida las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de metas y de comportamiento con el objetivo de evaluar el desempeño del colaborador en relación a sus pares y clientes internos, de manera colegiada. Las evaluaciones son discutidas en lo que se llama Comités de Calibrado, los cuales están conformados por gestores de diferentes departamentos y representantes del área de Personas. Con el PEP se ubica a los colaboradores en tres posiciones según los resultados: destaque, desempeño esperado y monitoreo. Al término del Ciclo, el colaborador recibe una retroalimentación en la que se

plantean puntos de mejora y fortalezas en el desempeño. Este proceso se constituye en el punto de partida para crear el Plan de Desarrollo Individual para el colaborador.

Los integrantes del Comité Ejecutivo son evaluados a través de un proceso de relatoría. A cada integrante se le asigna un relator, por lo general un CEO de otras unidades externas de Latinoamérica, quien realiza una evaluación 360° tomando como punto de partida la evaluación de comportamiento mencionada anteriormente, para establecer una calificación conceptual, que finalmente es la considerada en los comités de calibrado del PEP. **(GRI 102-28)**

### Plan de Desarrollo Individual (PDI)

Tiene lugar luego de la fase de evaluación de los Comités de Calibrado. Este proceso determina el inicio de la planificación de desarrollo del colaborador para el año corriente y consiste en foros entre gestores y el Área de Personas, que tienen por objetivo definir acciones de desarrollo para los colaboradores, alineadas a su historial de desempeño y momento de carrera. En 2019, participaron del PDI, colaboradores que reportan

directamente a Superintendentes y Directores de la empresa.



	Mujeres	Hombres	Total	Nivel Jerarquico	Funcionarios evaluados	% evaluados
Funcionarios evaluados	478	369	847	Administración	350	100,0%
% Evaluados en 2019	100,0%	100,0%	100,0%	Gerencia	162	100,0%
% Evaluados en 2018	100,0%	100,0%	100,0%	Comercial y Operacional	335	100,0%

### Evaluación de desempeño de funcionarios (GRI 404-3) (ODS 5.1) (ODS 8.5)

Todos los colaboradores (excluidos pasantes universitarios y colaboradores en carácter de contratados) que cumplen con el mínimo de antigüedad en sus funciones (3 meses) participan de Ciclo de Meritocracia, sin distinción de categoría profesional o sexo<sup>17</sup>.

### Salud y seguridad ocupacional (ODS 8.5 8.8)

Para Itaú es fundamental la atención de los aspectos de salud, seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores. Por esto hemos profundizado en este campo, a partir de los resultados de evaluaciones y encuestas realizadas en 2018.

Los objetivos en el frente de Salud y Seguridad Ocupacional son:

- Prevenir factores de riesgo para que la organización siga brindando las condiciones adecuadas para que todos los colaboradores puedan afrontar sus desafíos en sus puestos de trabajo.
- Proteger a cada colaborador, evitando daños a su salud física o emocional, a corto o largo plazo.
- Promover un clima laboral armonioso y de confianza entre colaboradores y la organización.

Los resultados generales de las mediciones de 2018, mostraron un apropiado cumplimiento de las normativas establecidas en la Ley 5804/17, sobre i) carga postural, ii) ambiente de trabajo (iluminación, temperatura, humedad y exposición al ruido) y, iii) riesgos psicosociales (exigencias psicosociales, trabajo activo y desarrollo de habilidades, apoyo social en la empresa, compensaciones y doble presencia).

No obstante, el equipo de especialistas con el que trabajamos en este proceso, nos han indicado algunas oportunidades de mejora en infraestructura y dejado recomendaciones para afianzar la comprensión de los gestores sobre la importancia de su posición para influir en el bienestar de las personas de su equipo.

En respuesta a estas recomendaciones y en cumplimiento de los objetivos definidos en este frente, se realizaron las adecuaciones y los refuerzos en capacitaciones recomendados, pues perseguimos no sólo el cumplimiento de las normativas, sino garantizar el pleno bienestar físico y psicosocial de nuestros colaboradores.

En cuanto a adecuaciones físicas, se llevaron a cabo las siguientes:

- Ajuste de la iluminación en las dependencias sugeridas (disminuyendo o aumentando la iluminación, según el caso).

- Colocación de cortinas anti solar en espacios en que se indicó deslumbramiento por incidencia de luz solar.
- Verificación y ajuste del caudal de aire de salida o reubicación de los termostatos de aire, en los sectores de oficina en que se reclamó sensación de frío.
- Intervención del sistema de drenaje y tratamiento de humedad en espacio indicado para este fin.

Tanto para los temas de iluminación como de temperatura, se efectúan verificaciones y ajustes de forma continua.

Por otro lado, se realizaron talleres y comunicaciones sobre bienestar, dirigidos a colaboradores con temas como el balance personal, el buen descanso, la pausa y el manejo del stress.

Desde el punto de vista de la prevención, atendiendo al tipo de trabajo, principalmente por el uso continuo de pantallas, se ofreció la realización del diagnóstico por retinografía digital, en varias dependencias del banco, como la Torre Itaú, Casa Matriz y las agencias San Ignacio, Colonias Unidas y Encarnación. En total fueron diagnosticadas 140 personas.

<sup>17</sup> Del total de funcionarios (873), 2,9% no participó de estos procesos de evaluación en 2019 porque no cumplían con el requisito de antigüedad. El porcentaje de colaboradores evaluados es calculado considerando el total de colaboradores evaluados en relación al total de colaboradores habilitados para ser evaluados en el año. En 2018 fueron 847 los colaboradores habilitados para participar del Ciclo de Meritocracia.



## Calidad de vida (ODS 8.5 8.6)

Entendemos que la calidad de vida de nuestros colaboradores debe ser concebida de manera integral, conciliando la vida personal con las responsabilidades laborales en la búsqueda por el equilibrio. De esta forma las propuestas del programa de Calidad de Vida están organizadas en tres ejes: Salud y Nutrición, Actividades Físicas y Recreación.

### Salud y Nutrición

Este frente tiene la intención de provocar la reflexión en cada colaborador, respecto a la responsabilidad que tienen en el cuidado de su salud. En este sentido se desarrollaron las siguientes actividades:

- **Semanas Sanas:** se seleccionaron determinadas semanas en el año, en las que se ofreció orientaciones sobre cuidados y hábitos saludables, tanto de alimentación como de actividades físicas. Cada semana sana culminó con desayunos saludables, en todos los edificios administrativos y sucursales del país.

- **Taller de cocina saludable:** este taller consistió en la preparación de recetas saludables y sencillas con una mirada sostenible desde el momento de planear las compras y diseñar el menú semanal, así como la reutilización de ingredientes y combinación de platos. Participaron del taller 28 colaboradores.

- **Sala de Lactancia:** contamos con salas de lactancia en Casa Matriz y en la Torre Itaú con infraestructura adecuada para garantizar seguridad y comodidad a madres en proceso de lactancia. Para la instalación se contó con el acompañamiento de expertos de Unicef y participación del Ministerio de Salud Pública. La disponibilidad de estos espacios es recordada a las futuras madres, a través de comunicaciones en donde además se comentan todos los beneficios y licencias a los que accederán por su maternidad.

- **Masajes Express:** este beneficio es altamente valorador por los colaboradores y se ofrece en varios momentos del año. En 2019 se realizaron más de 3.200 sesiones de masajes express.

### Actividad física

Este frente ofrece opciones para facilitar la realización de actividades físicas como práctica fundamental para llevar una vida saludable. Las iniciativas en este eje fueron:

- **Descuentos en gimnasios y academia:** Para los colaboradores de Asunción y Gran Asunción se han establecido acuerdos con gimnasios de manera que puedan acceder a descuentos en la mensualidad (en muchos casos también aplicables al cónyuge). En el año se mantuvieron acuerdos con más de veinte centros de entrenamiento.

- **Subsidios:** Para los colaboradores de ciudades del interior, se ofrece una cobertura parcial, a modo de subvención, en el costo de la mensualidad de la actividad física elegida.

### Recreación

Este eje tiene la intención de ejercitar la habilidad para administrar adecuadamente el tiempo de permanencia en las oficinas y ofrecer espacios de esparcimiento. Las acciones del año fueron:

- **Seguimiento de permanencia:** consiste en el seguimiento de los horarios de entrada y salida de los colaboradores para monitorear

el tiempo de permanencia en el Banco. Esta medida permite identificar situaciones de sobrecarga con miras a buscar soluciones que permitan un mejor equilibrio.

- **“Este es el Viernes”:** Un viernes al mes los colaboradores pueden iniciar sus actividades del fin de semana desde más temprano. La implementación de este beneficio, implica la coordinación de un equipo de guardias para garantizar los servicios a los clientes. También se prevé un sistema de compensación para quienes quedan de guardia o no han podido utilizar el beneficio en la fecha indicada.

- **Taller de huerta urbana:** En sus inicios este Taller surgió como una opción de recreación, pero fue estableciéndose como un espacio de desarrollo personal y de profundización en temas relacionados al cuidado del medio ambiente. En 2019, se desarrollaron tres sesiones, que incluyeron visitas a un establecimiento agroecológico. Del taller participaron 36 colaboradores.



## Otras iniciativas implementadas

### Home office, trabajo desde casa

Esta medida permite a los colaboradores desarrollar su jornada de trabajo desde la comodidad de sus hogares bajo ciertas condiciones técnicas, de horarios y bajo acuerdos previos con el gestor respecto a las tareas a realizar durante los días de trabajo en casa. En el año, más de 60 colaboradores pudieron trabajar desde sus casas.

En esta modalidad de trabajo, encontramos beneficios para el colaborador, para el Banco y para el entorno:

**Para el colaborador**, permite una mayor flexibilidad y autonomía en la administración del tiempo entre asuntos laborales y personales; aumenta la productividad y creatividad respetando el ritmo de trabajo de cada uno y; reduce costos y tiempo por desplazamientos.

**Para la empresa**, mejora el clima organizacional, se incrementa la productividad y el compromiso del colaborador, permite alinear las prácticas laborales a tendencias globales reconocidas como positivas, entre otros beneficios.

**Para el entorno**, el mayor beneficio identificado es la contribución en la reducción del tráfico y de la polución ambiental.

### Voy como Soy. Nuevo código de vestimenta

En el año fue consolidado el nuevo código de vestimenta "Voy como soy". Este nuevo código busca mejorar la experiencia del colaborador, al permitirle vestir prendas de forma más alineada a sus formas de expresión, al tiempo de valorar la diversidad, dejando de lado ciertos estándares tradicionales del mundo corporativo.

Con determinadas definiciones, el Código orienta la vestimenta para diferentes perfiles de colaboradores en cuanto a las funciones

que cumple, de tal forma a asegurar que los mismos vistan apropiadamente para la ocasión en la que les toque desempeñar su trabajo.

### Disposición de oficinas Itaú

Nuestras oficinas en el principal edificio administrativo (Torre Itaú), están dispuestas de forma a ofrecer espacios físicos más propicios para el trabajo colaborativo entre colaboradores de diferentes áreas y especializados en distintas disciplinas. El formato propone un ordenamiento sin posiciones fijas que permite a los colaboradores agruparse según las tareas que deben realizar. Estas oficinas ofrecen espacios de reuniones formales e informales, áreas de trabajo y de esparcimiento que aportan comodidad y flexibilidad en la jornada laboral.

Para el próximo año, se prevé esta misma iniciativa en las oficinas administrativas en el edificio conocido como Casa Matriz.

## Diversidad

Nuestros equipos están conformados por personas con diferentes ideas y creencias, pero que tienen en común el deseo de realizarse y de aprovechar las oportunidades.

En Itaú, estamos seguros de que el proceso de desarrollo y crecimiento de las personas, solo puede darse en un entorno de respeto y tolerancia, sin limitaciones que tengan que ver con su raza, género, identidad de género, orientación sexual, cultura, condición de discapacidad, origen social o su edad. En este sentido, iniciamos en 2019, un camino para explorar con más fuerzas las oportunidades que tenemos como organización, de fortalecer nuestro ambiente de trabajo desde la valoración de la diversidad y la inclusión.

El frente Diversidad, desarrollado en conjunto por un grupo de trabajo conformado por las áreas de Personas, Sustentabilidad y Marketing, atiende cinco temas: Género, LGBT+, Discapacidad, Edad y Raza. En el año, enfocados en generar una mayor sensibilización interna, trabajamos en las siguientes acciones relacionadas a los tres primeros puntos de la agenda de Diversidad.



#### • **Manifiesto sobre Diversidad**

Para dar inicio a las actividades en el frente Diversidad, la Superintendente de Personas, Calidad de Servicios, Sustentabilidad y Marketing, publicó internamente un manifiesto en el que se establece un posicionamiento institucional sobre la tolerancia y respeto por la diversidad. Esta comunicación enunció claramente la relevancia del tema para la empresa.

#### • **Encuesta sobre Diversidad e Inclusión**

A partir de una selección aleatoria, un grupo de 400 colaboradores de Itaú Paraguay participaron de una encuesta realizada a nivel regional sobre la percepción de los colaboradores respecto a las oportunidades de desarrollo de carrera, ambiente laboral, respeto y discriminación en torno a los temas de diversidad.

La encuesta incluyó preguntas sobre asuntos relacionados a equidad de género, público LGBT+, personas con discapacidad, edad, raza, origen social, formación, religión y formas de pensar. Asimismo, los colaboradores fueron consultados sobre el rol de Itaú en la promoción de la diversidad dentro de la sociedad.

A partir de los resultados obtenidos, se desarrolló un plan de acciones que será implementado desde 2020.

#### **Algunos resultados**

# 72%

de los colaboradores invitados respondieron la encuesta.

# 82%

piensa que Itaú Unibanco tiene un ambiente más abierto e inclusivo que la sociedad.

# 85%

considera que tiene libertad para expresar quien es en la empresa.

#### • **Género (ODS 5.1 5.5)**

Semana de la diversidad de género: en esta semana se ofrecieron charlas sobre diferentes temas relacionados a la igualdad de género. Entre ellas, “Papel del liderazgo y de las organizaciones en la carrera femenina”, transmitida en directo desde nuestra Casa Matriz en São Paulo y desarrollada por Claudia Politanski (Vice-Presidente de Personas, Jurídico y Marketing) y Marcio Schettini (Director General de Banca Consumo) de Itaú Unibanco.

Adicionalmente, durante la Semana de Diversidad de Género, se invitó a todos los colaboradores a conectarse a transmisiones en vivo (vía YouTube) de las charlas que fueron realizadas en São Paulo con traducción simultánea. Los temas fueron: “La importancia de la educación en la igualdad de género –Papel de la Familia”, “Mujeres en áreas de negocios: desafíos y conquistas”, “Cultura organizacional – Propósito y valores”.

• **Bloque “Estereotipos”:** en encuesta sobre diversidad: en la encuesta realizada, fue incluido un bloque de enunciados específicos sobre ciertos estereotipos de género, para

evaluar la percepción de los colaboradores en asuntos vinculados a la mujer, la maternidad y el desarrollo de carrera en la empresa.

• **Semana para Ella:** consistió en un ciclo de diez charlas dirigidas exclusivamente a las colaboradoras con el objetivo de promover el empoderamiento y liderazgo de las mujeres y proveer información sobre asuntos de su interés. Algunos de los temas presentados fueron: “Liderazgo femenino”, “Preparación para la maternidad”, “Creando mi identidad femenina - Reconstruyendo mis creencias” y “Lactancia en el mundo de hoy”.

• **Encuentro Mamás Itaú:** este encuentro, desarrollado en formato de conversatorio, fue organizado con la intención de reflexionar entre mujeres madres, bajo la guía de una profesional en psicología especializada en el tema de educación de los hijos. Se trató de la importancia de encontrar el equilibrio entre maternidad y trabajo y la importancia de la educación emocional de los hijos.

• **Contenido durante inducción corporativa:** durante los ciclos de Inducción Corporativa realizados con nuevos colaboradores, el área de Sustentabilidad





presenta el compromiso de Itaú con el Sello Empresa Segura Libre de Violencia y Discriminación contra las Mujeres del Ministerio de la Mujer. En esta presentación se expone cómo el Banco cuenta con directrices en el Código de Ética sobre los canales de denuncia para casos internos de violencia o discriminación. Además se menciona que se cuenta con directrices claras sobre la no discriminación por género en nuestras Políticas de Selección y Sustentabilidad. Así también, se hace alusión a la disponibilidad del área de Personas y de Sustentabilidad para orientación sobre casos de violencia y los números de teléfono del Ministerio de la Mujer para situaciones de violencia.

- **Salud y seguridad ocupacional:** en 2018 y 2019, fue desarrollada una encuesta dirigida a colaboradores, en la cual se incluyeron las siguientes preguntas: “Cuándo está en el trabajo ¿piensa en las exigencias domésticas y familiares?” y “¿Hay situaciones en las que debería estar en el trabajo y en la casa a la vez?”. El análisis de estos indicadores (diferenciados entre hombres y mujeres) nos permitió conocer cómo se sienten nuestros colaboradores frente a las exigencias simultáneas del ámbito laboral y familiar.

Estas informaciones nos permitieron identificar la potencial existencia de jornadas muy extensas, horarios incompatibles con la vida familiar, normas rígidas de permisos y otros aspectos, que pueden representar oportunidades para mejorar la gestión de personas y que están relacionadas con la salud de nuestros colaboradores.

- **LGBT+**

Este es un nuevo frente que estamos dispuestos a explorar y comprender mejor, con miras a garantizar un ambiente de trabajo seguro y basado en el respeto entre colaboradores independientemente a sus decisiones sobre orientación sexual e identidad de género. Consideramos, en este sentido, que el respeto y la tolerancia son muy importantes para permitir a las personas trabajar con mayor plenitud y con todo su potencial.

- **Semana de la diversidad LGBT+:** esta semana fue celebrada en todo el Holding Itaú Unibanco, y como unidad nos sumamos a la movilización haciendo extensivo el posicionamiento del Banco sobre el tema, a la vez de invitar a todos los colaboradores a participar de las charlas sobre diversidad desde la perspectiva LGBT+. Estas

charlas fueron desarrolladas en Brasil con transmisión en directo para los demás países. Los temas de los que pudieron participar colaboradores del Banco fueron la apertura de la Semana de la Diversidad LGBT+ a cargo de Candido Bracher, Presidente de Itaú Unibanco y; una charla sobre Contexto histórico LGBT+.

Durante la semana, entregamos merchancing a los colaboradores (colgantes y prendedores) con la inscripción de la semana “Itaú es naranja, y también es de todos los colores”

- **Personas con discapacidad**

La inclusión de personas con discapacidad es un tema con el que venimos trabajando hace varios años en el Banco y somos conscientes que aún hay mucho más por hacer. Sabemos que el respeto por las personas y el acceso a oportunidades de desarrollo, deben ir más allá de la discapacidad y nos recuerdan que, por sobre todo, tenemos que poner a las personas en primer lugar.

- **Semana de la diversidad sobre personas con discapacidad:** la persona antes que su discapacidad, fue la reflexión a la que nos invitaba la Semana de la Diversidad

sobre Personas con Discapacidad. Durante esta semana, ofrecimos espacios en el formato de talleres, charlas y conversatorios sobre diferentes asuntos relacionados a la discapacidad y la empresa. Estos fueron los temas de estos espacios:

- Charlas de apertura de la Semana de la Diversidad sobre Personas con Discapacidad y, Contexto Histórico de Personas con Discapacidad (Transmisión en vivo desde Itaú Brasil)

- Historias de Vida: ¿Cómo se vive la Discapacidad?, en la que compartimos historias de una colaboradora con discapacidad en la empresa y de madres con hijos con discapacidad.

- Atención de personas con Discapacidad, de la mano de la Fundación Teletón, presentamos buenas prácticas de relacionamiento con personas con discapacidad para ser aplicadas en la atención a clientes y en las interacciones del día a día.

- Inclusión Laboral para gestores de equipos, junto con la Fundación Solidaridad, desarrollamos una charla y conversatorio



sobre inclusión laboral con gestores de diferentes equipos del Banco.

## Comunicación interna

La comunicación con nuestros colaboradores constituye un aspecto crucial para el éxito de nuestras actividades. Para que esto ocurra se genera y se difunde información que permita al colaborador desarrollar sus tareas en línea con la visión del negocio. Al mismo tiempo, la comunicación nos mantiene en contacto constante con los colaboradores con el fin de incentivar actitudes y conocer sus opiniones sobre diferentes asuntos relacionados a la organización.

### Puertas abiertas

En un clima de puertas abiertas que facilita la comunicación entre equipos y gestores, las oficinas de gerentes, superintendentes, directores y del presidente, se encuentran disponibles para recibir a colaboradores. En la tarea de mantener informados a nuestros colaboradores, reconocemos a los gestores de equipos como principal fuente de comunicación. Éstos, son responsables por garantizar que exista una interacción fluida y transparente con los colaboradores en el grupo de trabajo, a la vez de promover el diálogo integrado con otras áreas.

### Formación en comunicación

Con la intención de que nuestros gestores, puedan apropiarse de los mensajes institucionales como líderes de la organización, trabajamos con ellos en talleres de comunicación en cascada. Estos talleres tienen por intención desarrollar una instancia de comunicación y un espacio de encuentro en el que se pueda difundir y compartir información en la estructura jerárquica en ambas direcciones (de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba). De esta forma esta dinámica en cascada otorga herramientas de comunicación que los gestores pueden aplicar diariamente con sus equipos, en la conducción de las estrategias y prioridades del negocio, manteniendo el mismo lenguaje dentro del discurso institucional y haciendo accesible la información a todos los niveles jerárquicos. En 2019, se han desarrollado tres talleres de comunicación en cascada de los que participaron 45 líderes de equipos.

### Canales físicos y digitales de comunicación

A partir de este año implementamos cartelera digital (mediante monitores) ubicada en los edificios administrativos, cuyo contenido va actualizándose de acuerdo a la campaña que esté vigente, eliminando

impresiones tradicionales.

Otro de los recursos físicos de los que nos valemos para mantenernos cercanos a los colaboradores, son los recorridos por departamentos y sucursales realizados por el Área de Personas, con la intención de comunicar informaciones específicas, a la vez de relevar opiniones de los colaboradores.

El portal corporativo es otro de los espacios digitales desde el cual se puede acceder a informaciones más específicas, como aplicaciones, solicitudes, formularios, políticas y procedimientos. Adicionalmente, el micro-sitio “Hecho para mí”, también disponible en el portal corporativo, está diseñado para que el colaborador pueda encontrar en un solo lugar todo lo que puede interesarle. Cuenta con una sección de beneficios, otra sobre desarrollo y performance, un apartado institucional y una sección de sociales.

La “Red de acciones sociales de Itaú” es un sitio exclusivo para colaboradores voluntarios de las acciones de voluntariado corporativo. El espacio además de ser el canal para las inscripciones a las actividades del año, permite al colaborador interactuar

con voluntarios de Paraguay y de otros países de la región.

### Campañas institucionales internas

Desarrollar campañas institucionales nos permite dar una especial prioridad a los temas estratégicos para el negocio y para el impacto que queremos generar en nuestro entorno. A continuación las principales campañas del año:

#### • ¿Qué está buscando nuestro cliente?

Vinculada a la campaña institucional externa “¿Qué estás buscando?”, dirigida a clientes, establecimos la campaña interna “¿Qué está buscando el cliente?” El objetivo de esta campaña fue mantener presente en la mente de nuestros colaboradores el compromiso de poner al cliente en el centro de todo para ayudarlo a alcanzar lo que está buscando. La campaña fue sostenida con encuentros periódicos por áreas en donde se compartían y discutían las prioridades y avances de proyectos de la agenda de centralidad del cliente. Además fue acompañada con mensajes de la alta dirección del Holding y comunicaciones constantes.



• **Pasaporte Itaú:** Esta campaña, es parte de un frente que busca posicionar en la mente del colaborador, que somos parte de una empresa que trabaja localmente en cada país con estándares globales de negocios y de gestión, ajustándonos a los cambios en nuestro sector y a las transformaciones en el mundo. Conocer más de Itaú por el mundo y vivir la internacionalidad del Banco, fue la premisa para el lanzamiento del frente Mindset Global. Con Pasaporte Itaú, nueve colaboradores de nueve de los países en los que opera el Banco (Argentina, Chile, Colombia, Brasil, Estados Unidos, Inglaterra, Paraguay, Uruguay y Suiza) visitaron otras unidades y conocieron la cultura y el negocio local, conectados por los mismos objetivos que persigue la empresa.

• **Voluntarios Itaú Unibanco:** Bajo el eslogan “Somos personas que mueven personas”, lanzamos en 2019, la campaña para ser parte de Voluntarios Itaú Unibanco. Esta campaña, convoca todos los años a colaboradores para participar de los programas de voluntariado relacionados a causas como la educación, el uso consciente del dinero y la inclusión de personas con discapacidad.

[\(Ver más informaciones sobre “Voluntarios Itaú Unibanco”\)](#)

## Medición de la experiencia del colaborador

La medición de los niveles de satisfacción y de la experiencia de nuestros colaboradores es fundamental para monitorear los resultados de los programas e iniciativas dirigidas al público interno. Estas mediciones nos permiten conocer las percepciones de los colaboradores sobre el clima de trabajo, sobre el relacionamiento con sus pares y gestores, sobre las oportunidades de desarrollo en la empresa y sobre cuán conformes se sienten trabajando en Itaú.

### Identificación de dolores del colaborador

En 2019, el Área de Personas del Banco ha desarrollado un proceso para conocer con mayor profundidad la experiencia del colaborador de Itaú. De esta forma, se inició un diagnóstico que tenía por objetivo identificar las inquietudes cruciales (dolores) de nuestros colaboradores, extraídas mediante el análisis de resultados y comentarios de la encuesta de Clima Organizacional, de la encuesta denominada Pulso y la de Experiencia del Colaborador<sup>18</sup>. Adicionalmente, se realizó una encuesta específica denominada Simple. Siempre sobre los dolores del colaborador, se llevaron a cabo cinco grupos focales

con colaboradores de distintas áreas, se condujeron diez entrevistas en profundidad también con colaboradores y se realizó un grupo focal particularmente sobre comunicación interna.

Como resultado de este análisis, se identificaron 40 aspectos como dolores de los colaboradores, y se desarrollaron planes de acción para atender los 10 aspectos más relevantes dentro de cinco frentes de acción: i) procesos de selección, ii) sistemas informáticos, iii) entrenamientos, iv) calidad de vida y, v) comunicación interna.

Las principales acciones iniciadas en el año para atender estos frentes fueron:

### Procesos de selección

- Mejora del tiempo de selección de nuevos colaboradores para cobertura de reemplazos y de nuevos cupos para evitar sobre carga de trabajo en los equipos.
- Proceso de retroalimentación a postulantes, una vez culminado el proceso.

### Sistemas informáticos

- Elaboración de Manual para Gestores sobre incorporación del nuevo colaborador.
- Mejora en los tiempos para la concesión de accesos a recursos tecnológicos.

<sup>18</sup> En todos los casos son anónimas; son administradas por consultoras externas al Banco y solo se reciben resultados consolidados sin poder identificar respuestas específicas de encuestados.



### Entrenamiento y remuneración

- Definición de grilla de entrenamientos para colaboradores.
- Disponibilizar entrenamientos de la Casa Matriz.
- Desarrollo de presentaciones sobre estructura salarial para determinadas áreas del Banco.

### Calidad de vida

- Relevamiento sobre Salud y Seguridad Ocupacional.
- Ampliación del piloto de home office.
- Implementación del piloto de jornadas flexibles.

### Comunicación interna

- Realización de talleres de comunicación en cascada para gestores para mejorar la comunicación con los equipos.
- Realización de talleres con gestores y desarrollo de guía, sobre cómo dar una retroalimentación efectiva.

### Encuesta Experiencia del colaborador

En esta encuesta se monitorea la percepción del colaborador con respecto a 17 afirmaciones que permiten evaluar su satisfacción desde tres aspectos: ambiente físico, cultural y tecnológico. La encuesta, además, permite obtener lo que llamamos Índice de Experiencia del Colaborador. El estudio de este índice se basa en el concepto de promotores y detractores (Net Promoter Score). Por un lado, los promotores son colaboradores quienes de acuerdo a su experiencia recomendarían trabajar en Itaú a otras personas (colegas y amigos) y; por otro lado, los detractores son colaboradores que no recomendarían Itaú como una empresa para trabajar. En la medición realizada en

2019, el 69% de los respondientes eran promotores, el 24% eran neutros y el 7% eran detractores. Con esto, el índice de experiencia del colaborador fue de 62 puntos (promotores menos detractores).

### Encuesta Pulso

La misma tiene por objetivo conocer la opinión de los colaboradores respecto al ambiente de trabajo y la gestión de personas; brindando a gestores y equipos un seguimiento más simple, ágil y regular ya que se realiza dos veces al año. En el primer semestre de 2019, se obtuvo un índice de 84,13% y en el segundo semestre se obtuvo un índice de 83,49%.

### Encuesta de Clima Organizacional

Basada en la metodología de Great Place to Work Institute, esta herramienta propone a los participantes evaluar su relacionamiento con la empresa en las dimensiones credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería. **(ODS 8.8)**

La misma se realiza desde las oficinas de Great Place to Work Paraguay y nos permite participar del ranking local de las mejores empresas para trabajar, en el cual en 2019, ocupamos por cuarta vez consecutiva el

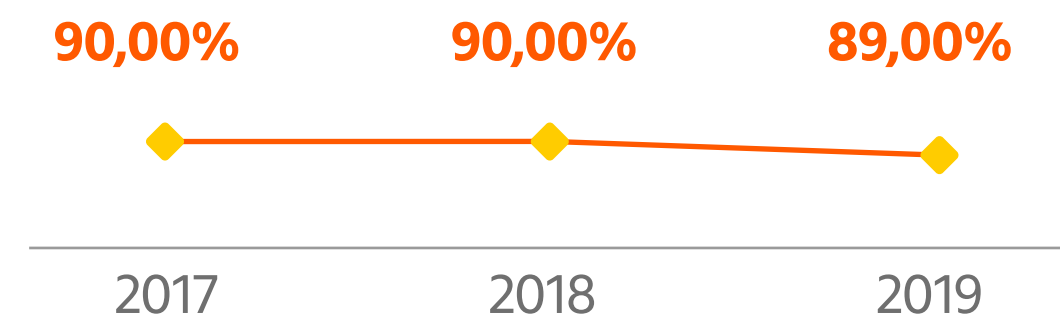
primer lugar como la Mejor Empresa para Trabajar en Paraguay en la categoría “Empresas Multinacionales con más de 150 colaboradores”.

Los resultados de estas encuestas son compartidos con las áreas del Banco para analizarlos con miras a identificar oportunidades de mejora y desarrollar planes de acción que permitan el mantenimiento de un buen clima de trabajo. Para los casos de departamentos con resultados bajos en la evaluación de los atributos, el Área de Personas cuenta con dos modalidades de conversación con los colaboradores pertenecientes a esos equipos. El fin de estos acercamientos es conocer sus opiniones, profundizar sus apreciaciones y pensar en medidas de corto plazo para mejorar el entorno de trabajo en sus secciones. Estos espacios son el “Taller de clima laboral” y las “Escuchas activas”. En ninguno de los dos casos participan gestores de las áreas en cuestión.

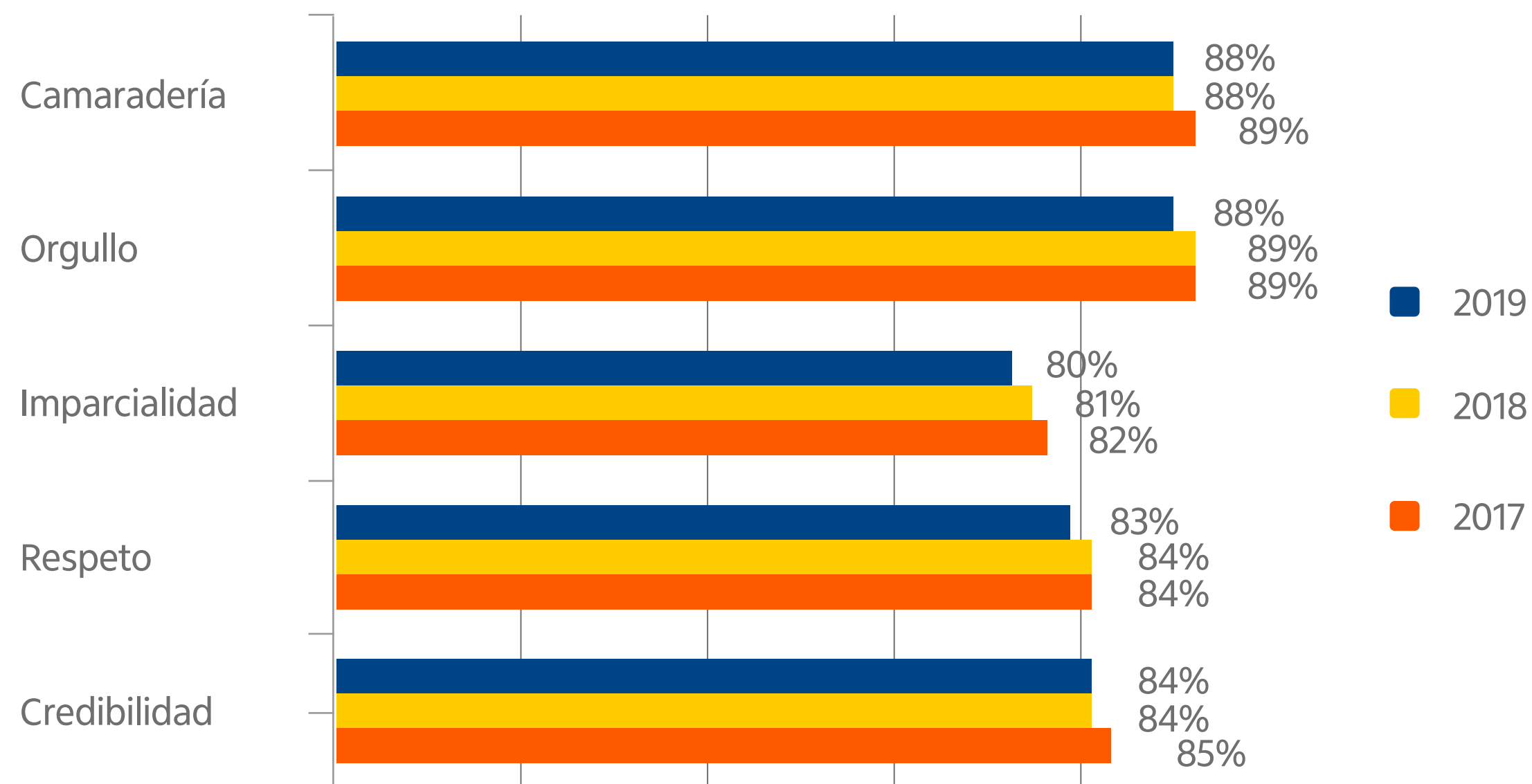


### Resultados en la Encuesta GPTW Paraguay

#### 1. Satisfacción general



#### 2. Dimensiones principales



### Encuesta Cliente Interno

Esta encuesta evalúa la satisfacción de los colaboradores con el servicio y asistencia que reciben de las áreas con las que se relacionan y de las cuales dependen para realizar su trabajo. En 2019, en una escala del 1 al 5, la satisfacción fue de 3,54 (en 2018 fue 3,38).





# Satisfacción del cliente



## ¿Por qué este tema es material?

La centralidad en el cliente, como una prioridad estratégica para el Banco, permite enfocar nuestras acciones hacia el objetivo de mejorar la experiencia de nuestros clientes en su relación con Itaú. Entendemos que para alcanzar nuestra visión de performance sustentable es fundamental que se encuentre satisfecho y, en este camino, la valorización que tengan sobre la empresa, influye en las decisiones y transformaciones que llevamos a cabo.

El ofrecimiento y generación de soluciones financieras que se adecuen a sus necesidades y momentos de vida, la construcción de una cultura de atención interna orientada hacia el cliente, la incorporación de la voz del cliente a nuestros procesos de transformación y la resolución de problemas; son los principales componentes en los que nos encontramos trabajando para mantener relaciones duraderas.

Buscamos identificar y entender cuáles son las mayores inquietudes que tienen nuestros clientes, para así encontrar las causas de estos problemas, y consecuentemente, soluciones que mejoren su experiencia con Itaú.





## Centralidad en el cliente

### Principios de Centralidad

Queremos ser reconocidos como una referencia en satisfacción de clientes, no solo entre bancos del sector financiero, sino en el mercado, independientemente de la actividad o sector; nos desafiamos a cambiar de liga. Esto demanda estar muy cerca del cliente, orientar todo lo que hacemos pensando en qué está buscando el cliente.

Esta centralidad implica un cambio en el comportamiento de nuestros equipos, por lo cual es fundamental establecer criterios que definan nuestra manera de actuar, por esto fueron declarados y comunicados los Principios de Centralidad en el Cliente. Estos principios, guían a los equipos en este camino de cambio, definiendo las premisas que debemos considerar para el diseño y desarrollo de negocios y soluciones centrados en el cliente:



Traer la voz del cliente a la organización para la toma de decisiones, implica un diseño de distintas herramientas que definen cómo realizar esta escucha y conducir sus resultados hacia instancias estratégicas de toma de decisión.

La voz del cliente la tenemos a través de nuestras distintas encuestas. Los

comentarios que en ellas encontramos sobre oportunidades de mejora son siempre muy apreciados y valorados pues es un espacio en el que el cliente dedica un tiempo para expresarnos aquellos puntos sobre los que podemos seguir mejorando. Además, a través de un radar de calidad en donde incluimos los principales motivos de contactos, solicitudes y reclamos, también

podemos apreciar las experiencias más demandadas. Asimismo, mediante el monitoreo de cumplimiento de procesos, logramos entender aquellos que precisan ser mejorados.

A partir del análisis de todas estas informaciones, conformamos un equipo interdisciplinario con las distintas áreas que



intervienen en los procesos para compartir los dolores del cliente identificados y a partir de allí definir una agenda que atienda los procesos a mejorar.

A través de un esquema de priorización, fueron identificados 12 procesos prioritarios de gran impacto en la mejora de experiencia y satisfacción de clientes.

### Agenda prioritaria de centralidad en el cliente

Para llevar a cabo esta agenda, se conformaron 12 equipos de trabajo, encargados de analizar en detalle, proponer y diseñar soluciones para estos procesos. El conjunto de estos proyectos fue denominado “Agenda prioritaria de centralidad en el cliente”, con el objetivo de asegurar avances que tengan como resultado un impacto concreto en la experiencia de nuestros clientes y de esta forma lograr mejores resultados en términos de satisfacción.

Este trabajo involucró a más de 80 personas, impactó más de 7 millones de experiencias anuales de clientes, partiendo de 1.300 escuchas. Los procesos impactados fueron de solicitudes, reclamos y servicios en canales digitales. A continuación los principales proyectos con sus resultados más

significativos:

<b>Procesos de contracargos</b> 97% de casos finalizados en tiempo (antes 57%)	<b>Duplicación de pago de tarjetas</b> Reducción del 20% a través de una gestión proactiva de aviso al cliente.
<b>Entrega de productos</b> Más de 10 puntos de mejora en el porcentaje de entregas en tiempo.	<b>Pago de Servicios</b> Nuevo esquema de monitoreo proactivo, eliminado dos tipos de reclamos.

más de **1.300**

escuchas de clientes revisadas para identificar “dolores del cliente”

más de **7,6 MM**

de experiencias de clientes impactadas

**12 equipos**

de trabajo con más de **80** colaboradores de distintas áreas del Banco enfocados en mejoras de procesos

### Calidad de servicio (G4 FS15)

El área de Calidad de Servicio tiene como principal objetivo garantizar un servicio de calidad a través de una atención profesional que brinde soluciones y respuestas oportunas a las solicitudes y reclamos de nuestros clientes, buscando siempre mejorar su experiencia en servicios y productos.

#### Cultura de Atención

Transmitir una cultura de atención sobre todo a los canales de contacto con clientes, es un desafío constante, donde buscamos incorporar conceptos, modelos y herramientas que permitan brindar una atención profesional, oportuna y sin problemas.

Esta cultura interna que se transmite, es consistente con lo que se busca transmitir a los clientes, por lo cual se trabaja en conjunto con el área de Marketing y Endomarketing para que todo aquello que queramos transmitir al cliente primero esté fortalecido internamente de manera a entregar la propuesta de valor que prometemos.

En 2019 realizamos diversos encuentros para entender el rol que cumple cada una de las

áreas dentro de nuestra campaña ¿Qué está buscando nuestro cliente? La misma parte de la premisa de Centralidad en el Cliente, que nos desafía a crear un banco a partir de la mirada del cliente, de sus dolores, necesidades y expectativas.

[\(Ver más informaciones sobre esta Campaña\)](#)

#### Pilares de la Cultura de Atención Itaú

**Atención profesional:** una atención profesional se traduce en un estilo de atención caracterizado por colaboradores que transmiten la identidad Itaú, que conocen nuestros productos y servicios y, brindan soluciones a las necesidades de cada cliente.

**Atención oportuna:** brindar soluciones en el momento oportuno es clave para lograr la satisfacción de los clientes. Nuestros procesos y servicios deben estar orientados a cumplir las expectativas de nuestros clientes, e incluso anticiparnos cuando sea posible.





**Atención sin problemas:** una experiencia con problemas genera un cliente insatisfecho. El correcto diseño de los procesos, brindar informaciones claras y precisas, y nunca olvidarse de dar una respuesta al cliente, nos permite generar una experiencia sin problemas.

• **Lanzamiento de los 7 Principios de Centralidad en el Cliente**

El lanzamiento de los Principios fue realizado por el Presidente del Banco, invitando a los colaboradores a reflexionar sobre los mismos y a ponerlos en práctica.

[\(Ver más informaciones sobre los Principios\)](#)

• **Semana del Cliente**

Estar cerca de nuestros clientes, es fundamental para entender sus necesidades. Por esto, para generar aún más conciencia sobre el desafío de poner al cliente en el centro, al nivel de todo el Holding, en octubre tuvo lugar la Semana del Cliente. En cada uno de los países, las acciones involucraron, visitas a las sucursales, capacitaciones, charlas con expertos, comunicaciones internas y desafíos.

Algunas de las actividades de esta semana en Itaú Paraguay fueron:

- **Encuentro con el Presidente:**

Considerando la Centralidad del Cliente como un tema estratégico, se llevó a cabo un evento interno que contó con la participación de más de 750 colaboradores. Durante el mismo se relataron historias de clientes y distintas dinámicas que condujeron a la presentación de los desafíos para 2020.

- **Jornada del Comité Ejecutivo en sucursales:**

Todos los integrantes de nuestro Comité Ejecutivo, presidente, directores y superintendentes realizaron una jornada de trabajo en nuestras sucursales, atendiendo en las cajas, área comercial y orientando a clientes en el ingreso. Durante la misma, además, de atender clientes, generaron espacios con los colaboradores buscando juntos oportunidades que permitan mejorar cada vez más nuestra atención. Al finalizar las jornadas la experiencia y oportunidades fueron documentadas de manera a seguir trabajando en las mismas.

- **Ciclo de llamadas de gestores a clientes:**

Gestores de áreas de soporte que no interactúan de manera directa con clientes, realizaron llamadas a clientes poniéndose a disposición y buscando conocer su

percepción sobre los servicios del banco.

**Gestión de reclamos**

A través de cualquiera de nuestros canales de atención los clientes puedan conducir sus solicitudes, consultas y reclamos.

Para una efectiva conducción y solución de los mismos, se cuenta con herramientas que permiten registrar cada contacto para dar seguimiento a los casos hasta finalizarlos, vinculando tareas, responsables de diferentes áreas y plazos determinados que son monitoreados por el área de Calidad.

En nuestra principal plataforma de registro de solicitudes y reclamos, en 2019, se han ingresado 26.924 (28.332 en 2018) reclamos de los cuales fue el 92% finalizado en tiempo (82,10% en 2018).

Además de los canales de contacto directo, el departamento Central de Atención (dentro de la Gerencia de Calidad de Servicios) actúa como una segunda instancia para brindar las soluciones en tiempo, y además conocer las causas que permitan encaminar mejoras. Desde esta área se ofrece orientaciones a las áreas de contacto con el cliente y se desarrollan soluciones de casos derivados por éstas. En la unidad Central de Atención fueron recibidos 4.613 reclamos (4.159 en 2018). De éstos, 44 provinieron de

organismos como la Secretaría de Defensa al Consumidor (SEDECO) y la Unidad de Defensa del Banco Central del Paraguay, todos resueltos en tiempo y en conciliación con los clientes.

**Radar de calidad**

El desafío de la centralidad en el cliente exige que todas las áreas estén siempre al tanto de la experiencia de nuestros clientes, por esto hemos desarrollado el Radar de Calidad con el fin de compartir con todos los gestores, los principales indicadores y el seguimiento de evaluaciones realizadas por nuestros clientes.

El Radar genera información relevante para conocer las diferentes momentos en la relación con el cliente. Así, este tablero, nos indica en qué canales contactan los clientes, para qué contactan, cuál es el tiempo de respuesta, cuál es el tiempo de espera en cajas y cómo evalúa el cliente el servicio recibido en sucursales, espacios Personal Bank y en el SAC.



### Radar de calidad

Llamadas atendidas	SAC	1.515.647
Tickets atendidos	Sucursales	1.206.506
Contactos	Redes	15.906
		<b>Total: 2.737.609</b>



### Encuestas

- > Sucursales: **9,02**
- > SAC.: **8,62**
- > Personal Bank: **9,14**



### Tiempo de espera en caja

> Titular	> P.Bank	> Empresa	> No cliente
16 min.	6 min.	29 min.	20 min.

### Procesos BPM

**92% en plazo**  
26.924 reclamos

**87% en plazo**  
259.791 solicitudes

## Comunicación y transparencia (ODS 10.5)

Nuestro compromiso con la transparencia en la comunicación con clientes, implica garantizar que las informaciones (comunicaciones, promociones y publicidad en general), sobre productos y servicios que ofrecemos, sean claras y les permitan comprender sus condiciones y funcionamiento. De esta forma, pueden tomar decisiones más seguras al momento de contratar un servicio financiero o cuando lo están utilizando.

### Canales de comunicación

• **Atención personalizada:** contamos con 100 puntos de atención, en 30 localidades del país, entre sucursales, espacios Personal Bank, Centros de Atención al Cliente y puestos Itaú Express, con colaboradores capacitados para brindar una atención profesional, oportuna y sin problemas. En sucursales, fueron atendidos 1.206.056 tickets para las distintas áreas disponibles (5% menos que en 2018).

• **Servicio de Atención al Cliente Telefónico:** la línea 617 1000 brinda atención 24 horas, a través de representantes que atienden consultas, solicitudes y reclamos. Así también, para el contacto con

estos representantes, se encuentra disponible la dirección de correo electrónico sac@itau.com.py. En este servicio, en el año, fueron atendidas 1.515.647 llamadas (13% menos que en el año anterior).

• **Redes sociales:** los perfiles del Banco en redes sociales, como Facebook y Twitter, son otros canales efectivos y dinámicos para estar en contacto con nuestros clientes. En 2019, atendimos 15.906 contactos a través de estas plataformas (25% más en comparación a 2018).

### Prácticas de transparencia

La información clara, simple y transparente es uno de nuestros principios de relacionamiento con el cliente. De manera a garantizar que esta premisa sea siempre considerada, en el año emprendimos las siguientes acciones:



• **Evaluación de nuevos productos y servicios:** nuestra Política Corporativa de Aprobación de Productos establece un proceso para la evaluación y aprobación de nuevos productos (y de modificaciones en ya existentes). Del mismo participan distintas áreas del Banco (14 áreas como mínimo) para atender asuntos como el cumplimiento legal, el impacto socio-ambiental, la transparencia en las condiciones de funcionamiento, la gestión de riesgos operacionales, y la calidad de servicio, vinculada en cada caso.

En 2019, fueron 13 los productos que ingresaron a este flujo por ser nuevos o porque sufrieron alguna alteración en su funcionamiento. Además, otros 21 productos y servicios creados anteriormente al establecimiento de este proceso de evaluación, pasaron por una fase de re-validación.

• **Experiencia del cliente en células de banca digital:** Estas células son grupos de trabajo que desarrollan soluciones para la Banca Digital, y en ellas, se incorpora la retroalimentación brindada por clientes en su experiencia con nuestras plataformas digitales. Así mejoramos constantemente los textos en mensajes, las informaciones ofrecidas, los formatos de pantallas y la cantidad de pasos en las transacciones con el objeto de que sean más claros

y sencillos para el cliente.

• **Comunicaciones de marketing:** Desde el área de Marketing se desarrollan comunicaciones sobre productos, promociones y beneficios, que incluyen informaciones claras sobre condiciones, tasas, cuotas y excepciones.

• **Mejoras en la disponibilidad y acceso a informaciones en canales digitales:** En cada solución digital buscamos brindar información cada vez más completa y en línea de manera a que los clientes puedan tomar mejores decisiones.

Brindar transparencia demanda que el cliente encuentre respuestas precisas y completas en las instancias de atención al cliente. De esta manera, trabajamos en las siguientes iniciativas en torno a los equipos de colaboradores que mantienen contacto con clientes:

• **Capacitaciones:** El área de Personas establece un plan de entrenamientos para dotar a los colaboradores de las herramientas que necesitan para atender a clientes, haciendo énfasis en la importancia de la calidad de servicio y la transparencia en las relaciones. Esta agenda incluye la inducción corporativa, los entrenamientos

abiertos y los espacios de formación de la Escuela de Atención y Ventas.

• **Mi Foco:** Esta es una herramienta disponible en nuestro portal corporativo interno a través de la cual, los colaboradores tienen acceso a informaciones y capacitaciones sobre condiciones y funcionamiento de los productos y servicios, que permiten brindar informaciones correctas ante consultas.

• **Perfil de correo “Buen día”:** Atendiendo el dinamismo en las informaciones sobre actualizaciones en productos y servicios, promociones y otros; contamos con el perfil de correo “Buen día”, el cual dirige comunicados diariamente a colaboradores de sucursales para proporcionar información, antes de que sea divulgada externamente.

Además de las acciones realizadas internamente, participamos en foros para promover prácticas de transparencia en el mercado:

• **Grupos de Protección al Consumidor y de Educación Financiera de la ENIF:** Estos foros interdisciplinarios tienen como objetivo proteger al consumidor y proporcionar orientación financiera que le permita utilizar sus productos como instrumentos que

mejoren su calidad de vida.

• **Equipos de trabajo de la Asociación de Bancos:** En estos equipos se establecen delineamientos sobre cobros de tarifas y comisiones; y acciones que promuevan la transparencia de la información disponible para el consumidor.

### **Voz del cliente**

Creamos espacios que nos permiten escuchar al cliente, conocer sus expectativas y experiencias, con la intención de incorporar su percepción a los distintos procesos de mejora y al desarrollo de nuevos servicios y productos.

• **Entrevistas:** en estas entrevistas buscamos conocer las preferencias de los clientes en cuanto al funcionamiento de los productos y servicios del Banco, realizar pruebas de prototipos de mejoras o nuevos servicios, para ir ajustándolos de acuerdo a su experiencia como usuario. En el año se llevaron a cabo reuniones individuales con 10 clientes; con el objetivo de identificar las oportunidades de mejora dentro del proceso de apertura de cuentas y de concesión de préstamos.

• **Encuestas de satisfacción:** nuestra visión nos conduce a ser el banco líder en



satisfacción de clientes, por lo cual a través de estas herramientas buscamos tener un feedback del cliente sobre nuestros productos, servicios y canales de atención.

### Medición de la satisfacción de clientes

Las encuestas nos ayudan a medir los resultados de los esfuerzos que emprendemos para conseguir que nuestros clientes se encuentren satisfechos. En 2019, llevamos a cabo diferentes encuestas de satisfacción, de las que participaron 18.012 clientes. Estas encuestas fueron las siguientes:

- **Encuesta de satisfacción de clientes personas físicas:** en el año se realizó la encuesta para los clientes de la Banca Personal. La misma fue desarrollada mediante una plataforma web y mediante llamadas telefónicas. El resultado anual promedio fue de 9,10 puntos en una escala del 1 al 10 (8,91 en 2018). La tasa media de participación fue de 23% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.
- **Encuestas dinámicas:** estas encuestas nos permiten conocer la percepción de

nuestros clientes de forma mensual. Se realizan telefónicamente y buscan medir la satisfacción con los canales de contacto: Sucursales, SAC y espacios Personal Bank.

**Sucursales:** en esta versión son encuestados clientes que han visitado alguna de nuestras sucursales en un determinado mes. En promedio, en 2019, la calificación recibida fue de 9,02 (en 2018 fue 8,99). Mensualmente, fueron encuestados 750 clientes, en promedio.

**SAC:** en la versión SAC, las encuestas se realizan a clientes que han utilizado los servicios de 24 horas en el Teléfono. La calificación promedio en 2019 para esta encuesta fue 8,62 (en 2018 fue 8,51). Fueron encuestados en promedio, 160 clientes por mes.

**Personal Bank:** la encuesta está dirigida a clientes del segmento Personal Bank y la intención es evaluar atributos que se relacionan con los productos y servicios disponibles en el segmento y sus experiencias de atención. Este año fueron encuestados 2.535 clientes y la evaluación final de satisfacción fue de 9,14 puntos (en 2018 fue 9,06).

**Agencia Digital:** la encuesta está dirigida a

clientes de la Agencia Digital y la intención es evaluar atributos que se relacionan con los productos y servicios disponibles en el segmento y sus experiencias de atención. Este año fueron encuestados 600 clientes y la evaluación final de satisfacción fue de 8,64 puntos.

- **Encuesta regional de satisfacción:** esta encuesta desarrollada en simultáneo en Itaú Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, se realiza de manera telefónica para clientes PF y web para clientes PJ. De ella, participan clientes de Itaú y no clientes personas físicas y jurídicas y; tiene por principal objetivo evaluar la satisfacción de los clientes Itaú en comparación a la satisfacción de clientes de otras entidades bancarias. Para personas físicas el resultado de esta encuesta fue de 8,95 puntos en una escala del 1 al 10 (8,61 en el 2018) y para personas jurídicas, el resultado fue de 7,78 (8,42 en 2018).

<p><b>8,62</b></p> <p>Encuesta Dinámica SAC</p> <p><b>+0,11 puntos que en 2018</b></p>	<p><b>9,14</b></p> <p>Encuesta Dinámica Personal Bank</p> <p><b>+0,08 puntos que en 2018</b></p>
<p><b>8,95</b></p> <p>Encuesta Regional de Satisfacción Persona Física</p> <p><b>+0,34 puntos que en 2018</b></p>	<p><b>7,78</b></p> <p>Encuesta Regional de Satisfacción Persona Jurídica</p> <p><b>-0,64 puntos que en 2018</b></p>

Estos indicadores además de mostrarnos los avances, generan también debates en función a las variaciones, pues medir es solo el primer paso, y a través de la misma seguir promoviendo mejoras que nos permitan seguir avanzando en lograr clientes satisfechos.

<p><b>9,10</b></p> <p>Encuesta de Satisfacción Persona Física</p> <p><b>+0,03 puntos que en 2018</b></p>	<p><b>9,02</b></p> <p>Encuesta Dinámica Sucursales</p> <p><b>+0,3 puntos que en 2018</b></p>
--	--



# Transformación digital



## ¿Por qué este tema es material?

La velocidad con la que se transforma el mundo está cambiando de manera exponencial. Cada vez somos más rápidos, más exigentes con la calidad y buscamos estar más conectados. Esto nos desafía a mantenernos como empresa, en un estado de permanente renovación.

Atendiendo el comportamiento de nuestros clientes, notamos un gran aumento en la cantidad de transacciones digitales y reconocemos la expectativa de una atención inmediata. Con nuestros equipos internos, comprobamos que redes más dinámicas de colaboración y procesos más autónomos y optimizados, son capaces de mejorar la experiencia en el trabajo y, en consecuencia, nos permiten ser más eficaces para atender rápidamente la necesidad de informaciones actualizadas.

Creemos que tenemos un gran potencial de ser agentes de cambio en la sociedad, distribuyendo conocimiento y creando soluciones para los desafíos de estos tiempos de manera colectiva. Por esto, decidimos que la transformación digital sea uno de los frentes prioritarios en nuestra estrategia de desarrollo. Solo esta transformación es capaz de posibilitar un desarrollo rápido y consistente, al mismo tiempo de agilizar operaciones y análisis, para facilitar la vida de las personas.





## Premisas de la Banca Digital (GRI 102-2)

Como una de nuestras prioridades estratégicas, la transformación digital coloca a la tecnología como aliada y nos conduce a encaminar esfuerzos y recursos para innovar constantemente en nuestras plataformas digitales, con miras a mejorar la experiencia de los usuarios y la satisfacción de los clientes.

Las premisas fundamentales desde las que desarrollamos soluciones en nuestra Banca Digital son:

**1. Brindar funcionalidades** y características de servicios basados en la **necesidad del cliente.**

**2. Ofrecer soluciones simples,** fáciles de utilizar y que sean **consistentes en las informaciones expuestas.**

**3. Asegurar la disponibilidad** de los servicios.

**4. Garantizar la seguridad** en las operaciones.

En diciembre de 2019, más de 139.000 clientes personas físicas utilizaron al menos uno de los canales digitales disponibles, lo que representó un aumento de 17,7% en comparación a la cantidad de clientes en diciembre de 2018. Sobre las transacciones, en el año se realizaron más de 6.400.000 transacciones (28% más que el año anterior).

En el caso de empresas, más de 6.800 clientes utilizaron canales digitales en el último mes del año (lo que representa una participación del 81% del total de clientes empresas) y se realizaron aproximadamente 5.200.000 de transacciones (lo que representa una participación del 60% del total de transacciones de la Banca Empresa).

## Canales de la Banca Digital

Desde los servicios web (Home Banking) y aplicaciones móviles, nuestra Banca Digital busca facilitar la gestión cotidiana de los clientes al permitirles realizar consultas, transacciones y contratación de productos de manera ágil y segura; dándoles la posibilidad de utilizar su tiempo de manera más eficiente.

### • **24 horas en el celular.** Aplicaciones móviles

Este canal se compone de cuatro aplicaciones de servicios con diferentes funcionalidades:

• **App Itaú PY/Personal Bank:** desde estas aplicaciones, los clientes pueden solicitar y activar claves de acceso; realizar consultas sobre sus cuentas, tarjetas de crédito, seguros e inversiones; desbloquear tarjetas de débito y bloquear y desbloquear sus tarjetas de crédito por robo o extravío. Asimismo, pueden hacer simulaciones y contrataciones de productos como préstamos y ahorros programados; realizar transferencias interbancarias, pagos de servicios, depósitos de cheques y canje de puntos de programas de recompensa.

También cuenta con una opción de chat en línea para consultas.

Al cierre del año, la valoración media de la experiencia de los usuarios con la aplicación "Itaú PY" fue de 4,3 en una escala de 5 puntos máximos.

• **App Itaú Empresas:** a través de esta aplicación los clientes del segmento corporativo pueden acceder a informaciones sobre sus cuentas, tarjetas de crédito, préstamos y autorizar pagos previamente programados a través del sitio web de pagos electrónicos para empresas. Los usuarios de esta aplicación, valoraron su experiencia con un puntaje de 5 al culminar 2019.

• **App Itaú Pagos:** esta aplicación se encuentra diseñada para facilitar las transferencias a cuentas Itaú y a otros bancos para personas físicas. La misma permite, además, que el cliente pueda transferir dinero fácilmente a sus contactos telefónicos (que también cuenten con la aplicación), sin necesidad de conocer su número de cuenta. Por otro lado, permite agregar cuentas de manera manual y enviar solicitudes de cobros.



Su valoración media entre los usuarios fue de 4,7 puntos al cierre del año.

• **Itaú Tarjetas PY:** está orientada exclusivamente a consultas y operaciones con tarjetas de crédito, para llevar un control de uso, clasificando los movimientos por categoría de gastos. También posibilita solicitar nuevas tarjetas y de adicionales, y aumentos de línea de crédito; realizar avisos de viaje, visualizar movimientos y saldos en línea, con la opción de descarga de extracto de la tarjeta; así como conocer beneficios disponibles. Esta aplicación obtuvo una valoración de 4,3 al final del año, por parte de los usuarios.

#### • **24 horas en internet**

• **Home banking web:** Es un canal de acceso a través del sitio web [www.itaubank.com.py](http://www.itaubank.com.py) que ofrece una amplia variedad de servicios y operaciones como: consultas sobre cuentas y tarjetas de crédito; descarga de extractos de cuentas y tarjetas; simulación y contratación de productos (como préstamos y ahorros programados); transferencias a cuentas Itaú y de otros bancos, pago de servicios públicos y privados; realización de operaciones aduaneras; canje de puntos de programas de recompensas; consultas de facturas impositivas; avisos de débito y

crédito y actualización de datos de contacto.

• **Pagos Electrónicos para empresas:** es un canal de acceso para empresas a través del sitio web [www.itaubank.com.py/Paginas/paraempresas\\_pagoselectronicos](http://www.itaubank.com.py/Paginas/paraempresas_pagoselectronicos) que ofrece una amplia variedad de servicios y operaciones como: pago de salarios, pago a proveedores, cobro electrónico, pago de servicios, transferencias locales e internacionales, operaciones aduaneras, custodia de cheques, solicitud de chequeras, débitos comandados y automáticos, y operaciones de factoring.

#### • **Otros servicios digitales**

• **Notificaciones vía SMS:** consiste en un servicio de envío de alertas de operaciones para personas físicas y jurídicas vía mensaje de texto y/o correo electrónico. A partir de configuraciones, los clientes pueden ser informados sobre movimientos en sus cuentas y tarjetas de crédito, derivadas de operaciones en cajeros automáticos, compras en comercios locales e internacionales, el crédito de fondos, pagos y vencimientos. De igual forma, pueden configurar la frecuencia y el medio (SMS o correo electrónico) por el que deseen recibir estas alertas.

• **iToken:** Es una herramienta de seguridad

integrada dentro de la app Itaú PY que reemplaza al dispositivo físico como soporte para realizar transferencias superiores a Gs. 20.000.000, dentro del Home Banking. Anteriormente se precisaban de dispositivos físicos para obtener las claves para este tipo de transferencias.

### Agencia digital

Nuestras agencias digitales, presentan un nuevo modelo de atención diseñado y dirigido a clientes que prefieren medios remotos de comunicación, que buscan optimizar su tiempo y requieren de horarios diferenciados.

Con la expansión de la agencia digital en 2019, atendimos a más de 10.000 clientes personas físicas, mediante una interacción con oficiales de cuenta de manera 100% digital y remota.

Los principales beneficios puestos a disposición de los clientes son el horario extendido (8:00 a 20:00 horas), durante el cual pueden realizar operaciones, consultas, reclamos o contratar productos y servicios, de forma efectiva a través del teléfono, correo electrónico y chat online. (GRI 102-10)

Con el objetivo de identificar oportunidades para mejorar constantemente el servicio ofrecido, realizamos encuestas para medir la satisfacción de los clientes de agencias digitales. Así, la encuesta de satisfacción general tuvo un resultado de 8,88 (sobre 10 puntos máximos)

### Cuenta digital

Mediante una plataforma web de contratación 100% digital, brindamos a clientes y no-clientes una mayor comodidad y agilidad para contratar una nueva cuenta corriente o caja de ahorro sin necesidad de acudir al Banco.

La solicitud de apertura se hace en sólo 15 minutos, desde el sitio [www.itaubank.com.py/cuentadigital](http://www.itaubank.com.py/cuentadigital) utilizando un smartphone o Tablet, requiriendo algunos documentos de respaldo que se digitalizan a través de la cámara del dispositivo. Las cuentas pueden contratarse tanto en guaraníes como en dólares americanos y sin límites de depósitos mensuales o anuales. Además, durante la solicitud el cliente puede de igual manera contratar tarjetas de crédito y líneas de sobregiro. Posterior a la generación de las cuentas, el cliente recibe los productos solicitados en un plazo de 3 días en promedio.



Al cierre de 2019, contábamos con 2.400 cuentas digitales abiertas.

## Otros canales 24 horas

Los servicios disponibles en el teléfono y las terminales de auto-atención en sucursales, también resultan útiles para realizar ciertas operaciones las 24 horas.

### • 24 horas en el teléfono

Con la línea (021) 617 1000 del Servicio de Atención al Cliente Telefónico (SAC), ofrecemos dos modalidades de atención. Desde la Banca Telefónica o mediante la atención de operadores, este canal permite realizar consultas, reclamos, solicitudes y ciertas operaciones con cuentas y tarjetas de crédito.

### • Terminales de autoservicio

Los cajeros automáticos y las terminales tauser y tauser net brindan a los clientes la opción de auto-atenderse. El Banco cuenta con la flota más grande de cajeros automáticos en todo el país bajo la Red Infonet, con 292 equipos ubicados en sucursales y diferentes puntos del país.

## Metodología Ágil de trabajo

Para ofrecer servicios innovadores se necesitan nuevas miradas y formas de trabajo en equipo que sean capaces de entregar soluciones a nuestros clientes de manera más ágil y eficiente. Es por eso que utilizamos la metodología de trabajo Ágil, la cual nos permite innovar constantemente con rapidez y en cualquier fase de los proyectos. La misma se basa en los siguientes pilares: colaboración, comunicación, autonomía responsable, testeos y aprendizajes rápidos y tolerancia al error.

Actualmente, contamos con tres salas que trabajan bajo la metodología Ágil. Cada sala está conformada por representantes de diferentes áreas para incorporar distintas perspectivas del negocio al desarrollo de iniciativas de la Banca Digital:

• **Sala de ventas:** esta sala está enfocada en las experiencias de ventas de productos disponibles en los canales digitales, los cuáles son préstamo pre-aprobado, tarjetas de crédito y ahorro programado. La contratación de estos productos se puede realizar directamente desde el home banking, así como también desde las

aplicaciones disponibles.

• **Sala de digitalización:** este equipo está enfocado en la captación y retención de clientes dentro del canal digital y comprende dos frentes:

1.) Digitalización: cuyo objetivo es incrementar la cantidad de clientes que utilizan canales digitales incentivando el acceso a las aplicaciones y sitio web, y migrando clientes que utilizan canales físicos hacia los canales digitales.

2.) Fidelización: tiene la intención de que los clientes, ya digitalizados se mantengan como usuarios recurrentes como consecuencia de una excelente experiencia. Al cierre de diciembre contamos con un índice de fidelización del 92% de nuestros clientes digitales.

• **Sala de adquisición:** este equipo tiene como objetivo principal idear acciones para captar nuevos clientes, además de ofrecer nuevos productos a los ya clientes. En ambos casos, a través del flujo de Cuenta Digital. La sala también tiene la tarea de monitorear el correcto funcionamiento del flujo de apertura de cuentas digitales.

### • Squad de vitrina

Se suma a las tres salas de trabajo Ágil, el

Squad de Vitrina; un equipo enfocado en la centralización de comunicaciones -dentro de los canales digitales del Banco- con los clientes internos y externos, diseñando estrategias de comunicación y campañas de ofertas de productos.

### Formación para los equipos

De manera a acelerar la transformación digital, impulsamos entrenamientos constantes entre nuestros colaboradores, ofreciéndoles herramientas que puedan ayudarlos en los procesos de desarrollo de soluciones digitales.

En 2019, la formación consistió en las metodologías Design Thinking y Ágil. En relación a esta última, participamos anualmente del encuentro denominado "Inmersión Digital" (São Paulo, Brasil), en conjunto con otros países de la región, como parte de los espacios de entrenamiento y alineamiento de estrategias digitales.

Además, este mismo año, se iniciaron sesiones del Foro Transformación Digital, en el cual equipos multidisciplinarios comparten temas con el objetivo de diseminar el conocimiento digital y mantener a todos actualizados con respecto a las innovaciones del mercado.





# Educación financiera



## ¿Por qué este tema es material?

Sabemos que las transformaciones son el resultado de cambios individuales, por esto consideramos que uno de nuestros papeles en la sociedad, es indicar caminos para que nuestros colaboradores, clientes y la sociedad en general, hagan elecciones financieras cada vez más alineadas a sus necesidades y momentos de vida.

Para nosotros, mantener una relación saludable con nuestros clientes, implica también poder entender sus necesidades con el objetivo de ofrecer conocimiento y soluciones financieras que le permitan tener una relación más equilibrada con el dinero.

Creemos que a partir de la mejora en el manejo de las finanzas personales y familiares, los recursos financieros pueden ser mejor aprovechados y con esto acceder a mejores condiciones de vida. (GRI 203-2)(G4-FS16)(ODS 1.4) (ODS 10.2)





## Colaboradores (G4 FS16) (ODS 1.4)

Como una empresa que ofrece soluciones financieras a la sociedad, es para nosotros fundamental que nuestros colaboradores puedan participar de espacios en los que reciban contenido sobre uso consciente del dinero, tanto para incorporarlos a sus finanzas personales como para aplicarlos en el relacionamiento con clientes.

En 2019, estas fueron las iniciativas llevadas a cabo con el público interno:

### Programa de Uso Consciente para Colaboradores

Desde las áreas de Beneficios y Compensaciones y de Sustentabilidad, se llevó a cabo el programa interno de uso consciente del dinero. En 2019, el mismo consistió en un Ciclo de Experiencias Financieras con cinco encuentros sobre diferentes temas relacionados a finanzas personales y familiares. Con acompañamiento del Banco, las charlas y talleres fueron conducidos por especialistas paraguayos y del extranjero (Chile y México).

Los temas de estos encuentros fueron: “Consciencia social colaborativa”, “Gestión de emociones y trabajo colaborativo”,

“Economía del comportamiento y arquitectura de las decisiones”, “Decisiones conscientes a la hora de comprar” y “Coaching Financiero”. En total participaron 215 colaboradores de este programa.

### Programa de voluntariado corporativo

Este año presentamos un piloto de un nuevo voluntariado llamado “Banco de Elecciones” para dar acompañamiento al programa con el mismo, nombre dirigido a estudiantes de Educación Media de instituciones educativas del departamento Central.

Para ser voluntario, el colaborador recibe un entrenamiento para brindarle herramientas para realizar el monitoreo de las actividades desarrolladas por los estudiantes dentro del programa Banco de Elecciones. Este año seis voluntarios participaron de la experiencia.

(ODS 1.4) ([Ver más informaciones sobre el Programa Banco de Elecciones](#))

## Cientes (G4 FS16) (ODS 1.4)

Buscamos que en la manera en que conversamos con nuestros clientes, esté presente una correcta orientación financiera y trabajamos para que las comunicaciones, acerca de nuestros productos y servicios, incluyan informaciones sobre el manejo adecuado de los mismos.

Las siguientes iniciativas de educación financiera dirigidas a nuestros clientes tienen el objetivo de promover la toma de mejores decisiones cuando utilizan su dinero:

### Programa de Educación Financiera para Empresas

El Programa Multiplicadores, desarrollado para empresas clientes que tienen contratado el servicio de pago de salarios para sus empleados, pone a disposición de los clientes contenido sobre uso consciente del dinero, en formato de charlas, guías y comunicaciones digitales y físicas que pueden ser utilizados en las empresas. Los materiales contienen consejos, recomendaciones, ejemplos prácticos y ejercicios sobre cómo utilizar adecuadamente los recursos financieros.

En el caso de las charlas, las mismas son realizadas por colaboradores del Banco. Para esto, los colaboradores son capacitados en oratoria y en contenido de educación financiera. En el año se han realizado dos entrenamientos para dictar estas conferencias con colaboradores de Asunción y Gran Asunción; de los mismos participaron 30 colaboradores que se han fortalecido en su labor como multiplicadores de uso

consciente del dinero (G4 FS15) (ODS 10.5). Respecto al tema de las charlas, estas presentan cuatro frentes: “Consumir y ahorrar”, “Salir del rojo”, “Usá bien tu dinero” y “Familia y Dinero”.

En 2019 fueron realizadas 98 charlas dentro del Programa Multiplicadores, de las que participaron más de 2.716 personas de 116 empresas clientes.

**4.627**

**clientes participantes** de las charlas de uso consciente del dinero

**124**

**charlas** realizadas en de todo el país.

**136**

**empresas** beneficiadas. (116 solo en 2019)

**97,5%**

de clientes participantes en 2019, consideró que **obtuvo herramientas que puede aplicar para mejorar sus finanzas personales.**



### **Charlas “Manejando mi Dinero”**

En complemento a las charlas del Programa Multiplicadores, y con la Economista Gloria Ayala Person, desarrollamos la charla “Manejando mi dinero”, en la cual se proporcionan orientaciones y herramientas para mantener ordenadas las finanzas personales y familiares. En el año fueron desarrolladas 26 charlas, en 20 empresas, que alcanzaron a más de 1.900 personas.

### **Ciclo de Charlas Educación Financiera para tu Empresa**

Desarrollamos este ciclo de charlas dirigido para empresas clientes, y empresas y organizaciones miembros de la Red del Pacto Global de las Naciones Unidas.

El ciclo incluyó los siguientes temas; “Economía del comportamiento y arquitectura de las decisiones”, con Emiliano Díaz del Valle, del Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento; “Consciencia financiera y liderazgo personal”, con Gloria Ayala Person, de la empresa CAVIDA; “¿Cómo hablar de educación financiera con los colaboradores?”, con Patricia Torrents, del área de Sustentabilidad de Itaú Paraguay y; “Beneficios de la educación financiera integral en los colaboradores”, con Deysi Abente, de la empresa Superarte.

En total asistieron 113 personas a las charlas ofrecidas.

## **Sociedad (G4 FS16) (ODS 1.4)**

### **Sitio “Uso consciente del dinero”**

Este micro-sitio que se encuentra ubicado en el sitio web del Banco ([www.itaú.com.py/usoconsciencedeldinero](http://www.itaú.com.py/usoconsciencedeldinero)); ofrece informaciones y herramientas que pueden ayudar a las personas a utilizar mejor su dinero. Es de acceso libre y gratuito y su contenido se basa en cuatro temas: “usá bien tu dinero”, “salir del rojo”, “consumir y ahorrar” y, “familia y dinero”.

Cada uno de estos temas presenta orientaciones y ejemplos útiles en diferentes situaciones del contexto familiar y personal de las finanzas. El sitio cuenta también con un simulador de presupuesto que permite registrar ingresos y gastos que arrojan cálculos automáticos y proporcionan consejos en los casos en que la situación financiera en cuestión esté equilibrada, existan oportunidades de inversión o deban realizarse ajustes.

Por su parte, el Test de Consumo, es otra herramienta que a partir de preguntas simples, provoca reflexiones sobre los hábitos de consumo de las personas,

proporcionado ciertas recomendaciones de acción.

### **Contenido sobre educación financiera en medios masivos**

Otros medios masivos de comunicación que nos ayudan a que más personas tengan acceso a conocimientos sobre educación financiera, son la radio y la televisión. Por esto, semanalmente son emitidas cápsulas radiales con contenido y orientaciones sobre educación financiera, preparados en conjunto con la Economista Gloria Ayala Person.

En televisión, para ampliar conceptos sobre el tema, patrocinamos el programa “Hablando de Dinero”, conducido igualmente por la mencionada profesional. En determinadas ocasiones el programa cuenta con la participación de ejecutivos del Banco, para conversar sobre asuntos específicos relacionados a productos y servicios financieros. El programa se emitió una vez a la semana en un canal de cable.

### **Programa de Educación Financiera para Estudiantes de Educación Media “Banco de Elecciones”**

Banco de Elecciones es el nombre del programa de educación financiera desarrollado por Banco Itaú en 2018, para

ofrecer orientaciones sobre uso consciente del dinero a estudiantes de últimos años de la Educación Media. Tiene por objetivo dar a los adolescentes la oportunidad de empezar a tomar decisiones y ponerse metas en relación al dinero, planear acciones y establecer medidas para alcanzarlas.

Banco de Elecciones propone a los estudiantes la definición de una meta en común para el año –que implique el uso de dinero- a partir de la cual puedan aplicar herramientas que les permitan realizar una planificación financiera y diseñar acciones de recaudación para alcanzar su objetivo.

Este año, los alumnos fueron acompañados en el proceso por Voluntarios de Itaú y la consultora Emnoba, para orientarlos y monitorear los avances de sus planes y acciones. Participaron de esta segunda edición del programa más de 740 estudiantes, de 30 instituciones educativas, de diferentes localidades de Asunción y Gran Asunción.

### **Acción Naranjas con Niños**

La Acción Naranjas “Aprendiendo en Familia” es una iniciativa de uso consciente del dinero dirigido a niños y niñas y, diseñada para incentivar el valor del trabajo y el ahorro. En la Acción, los niños participan



de una actividad (realizada en ferias y centros comerciales) en la que pueden elegir obsequios a los que se les asigna un valor de cantidad de jugos de naranja que se deben vender (entregar a personas del público) para poder acceder al obsequio. Concluida la dinámica los participantes reciben sus recompensas y reflexionan sobre el ahorro y el valor del trabajo en conjunto con facilitadores de la acción.

En 2019, la Acción fue desarrollada durante las vacaciones escolares de invierno, en el Campamento para niños del centro comercial Paseo la Galería. Participaron de la actividad más de 440 niños y niñas.

### **Estrategia Nacional de Inclusión Financiera**

Desde el año 2014, Banco Itaú forma parte de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), trabajando en conjunto con diferentes instituciones públicas, actores del sector privado y organizaciones de la sociedad civil. Actuamos con mayor énfasis en el área temática “Educación Financiera” de la Estrategia, la cual tiene por desafío desarrollar competencias ciudadanas para mejorar las condiciones de manejo

de finanzas personales trabajando en torno a tres componentes: i) campañas de sensibilización sobre inclusión financiera, ii) formación de estudiantes del Nivel Medio en Educación Económica y Financiera y iii) formación de socios, usuarios y/o beneficiarios de programas y servicios públicos y privados.

En 2019, participamos de tres encuentros de planificación de actividades, que permitirán retomar el desarrollo de acciones desde la ENIF en 2020.

### **Semana Mundial del Dinero**

La Semana Mundial del Dinero (Global Money Week), tiene la intención de incrementar el nivel de conocimientos sobre conceptos financieros en niños, adolescentes y jóvenes. De esta forma, congrega a organizaciones relacionadas con el tema para desarrollar actividades que contribuyan con este objetivo.

Para sumar nuestra participación a esta Semana, promovida localmente por el Banco Central del Paraguay (BCP), la Fundación Paraguaya y la Fundación AMCHAM, recorrimos cinco instituciones educativas

del departamento Central, en las que fue desarrollada la actividad “Aprendemos Jugando”, consistente en un simulador de decisiones, que invita a los participantes a reflexionar acerca de la importancia de tomar buenas decisiones financieras para el futuro, generar consciencia sobre el hábito de ahorro, y reconocer la importancia de los seguros (producto de protección), entre otros temas. De la misma participaron más de 387 alumnos.





# Gestión de proveedores



## ¿Por qué este tema es material?

En el desarrollo de nuestras actividades, los proveedores de bienes y servicios adquieren, cada día, un mayor protagonismo, ya que de su buen desempeño también depende el nuestro. El vínculo que con ellos establecemos es muy relevante en nuestra tarea de lograr la satisfacción de cada cliente.

El relacionamiento con nuestros proveedores, se sostiene en políticas y procedimientos que guían los procesos de selección y contratación y que buscan asegurar el cumplimiento de legislaciones vigentes; en espacios de formación para acompañar su desarrollo, y en la transmisión de nuestros valores corporativos para mantener comportamientos éticos y transparentes en las interacciones comerciales.





## Principales cifras sobre proveedores (GRI 102-9)

En 2019, mantuvimos activas a 1.064 empresas que proveyeron algún bien o servicio al Banco en el periodo. En total fueron desarrollados 336 procesos de contratación y fueron pagados Gs. 457.158 millones, lo que representó un aumento de 20,7% en comparación al nivel de pagos a proveedores en 2018. Del total pagado, el 97,8% fue destinado a proveedores nacionales.

Indicador	Año 2019	Año 2018	Año 2017
Proveedores activos <sup>19</sup>	1.064	924	941
Proveedores homologados administrativamente	1.789	1.677	1.517
Procesos de contratación	336	262	361
Pago a proveedores en Gs (no incluye impuestos).	457.158.899.879	378.529.464.307	386.962.471.308
Porcentaje de pagos que corresponde a proveedores locales <sup>20</sup> . (GRI 204-1)	97,8%	98,0%	97,9%

## Políticas de relacionamiento con proveedores

### Política de Evaluación de Proveedores

Esta Política establece tipos de proveedores del Banco, los procesos de evaluación de los que se vale y define lineamientos para evitar situaciones de conflictos de interés.

### Política de Compras

Propone directrices respecto a la relación con proveedores y sobre el proceso de contratación del Banco. Su propósito es garantizar que los procesos de adquisición, sean realizados de manera eficiente, ética, eficaz y exenta de riesgos legales u operacionales que puedan perjudicar el desempeño del área involucrada y la satisfacción de los clientes.

### Política de Sustentabilidad

En la sección de relacionamiento con grupos de interés de esta Política, se indican dos frentes principales de gestión en la relación con proveedores. Estos frentes son:

- La promoción y facilitación del desarrollo de los proveedores con respecto a la agenda de sustentabilidad y;
- El perfeccionamiento de los requisitos que deben ser atendidos en la contratación de proveedores, de manera que atiendan los criterios de sustentabilidad.

### Clasificación de proveedores (GRI 102-9)

Las empresas proveedoras de Itaú son clasificadas de acuerdo a la frecuencia de adquisición/contratación y el tipo de servicio o producto que proveen. De esta forma se cuenta con los siguientes tipos de proveedores: i) Proveedor estratégico: provee bienes o servicios indispensables para el adecuado funcionamiento de la empresa y posee un riesgo según el volumen de facturación y rubro del servicio; ii) Proveedor recurrente: son proveedores con una frecuencia mayor a cinco

facturaciones en un periodo de 12 meses y/o con los que se mantenga una relación contractual y; iii) Proveedor eventual: proporcionan bienes y servicios ante necesidades eventuales del Banco.

De acuerdo al riesgo, los proveedores pueden ser clasificados como de riesgo extremo, alto, medio o bajo según el servicio que ofrecen. Para definir el riesgo asignado a cada proveedor, contamos con un documento que asigna un tipo de riesgo a diferentes servicios que recurrentemente son contratados y productos que son comprados, los cuales hacen posible que el Banco pueda funcionar. El documento "Riesgos por ramo de actividad", dentro de la Política de Evaluación de Proveedores, establece esta clasificación.

<sup>19</sup> Se considera proveedor activo, a aquella empresa que haya proveído algún servicio o producto en el año en cuestión.  
<sup>20</sup> El 2,2% restante, corresponde a pagos realizados a empresas proveedoras que operan en el extranjero.



## Evaluación de proveedores

El proceso a través del cual evaluamos a potenciales proveedores, consiste en una homologación que tiene el objetivo de constatar el cumplimiento de determinadas cuestiones relacionadas al sector de funcionamiento, para luego habilitarlas como proveedores potenciales.

Ya sea en el marco de una adjudicación otorgada como resultado de un proceso de compras, de un servicio contractual o de una compra directa, todas las empresas que proveen bienes y servicios al Banco o que simplemente participen de concursos de precios (sin precisamente constituirse posteriormente en un proveedor efectivo) deben pasar por este proceso de homologación.

Es requisito que esta evaluación se encuentre vigente, para que las empresas puedan continuar prestando servicios. La validez de los resultados de estas verificaciones depende del tipo de riesgo que se le asigne al proveedor: proveedores de riesgo extremo y alto deben evaluarse cada un año, los de riesgo medio cada tres años y los de riesgo bajo cada cinco años.

La homologación cuenta con dos modalidades:

- **Homologación administrativa:** implica la adhesión del proveedor al Código de Ética de Itaú para Proveedores y la presentación de una serie de documentos que permiten validar datos de la empresa, la situación de cumplimiento tributario de la misma, inscripción en el Registro de Prestadores de Servicios (REPSE) del Ministerio de Industria y Comercio, y otras verificaciones relacionadas a lavado de dinero e impedimentos para operar con el Banco.
- **Homologación técnica:** en esta modalidad de homologación, se realizan verificaciones con proveedores estratégicos o de riesgo extremo. Para llevarla a cabo, representantes del Banco visitan a las empresas proveedoras para conocerlas con más profundidad. En la ocasión relevan ciertas informaciones sobre la infraestructura física y de sistemas del proveedor, las técnicas de producción que tienen, equipamientos, calificación de los empleados e indicadores de reclamos de clientes. En cuanto a prácticas laborales se consulta sobre iniciativas en contra del trabajo infantil, trabajo forzado, discriminación, asedio, prácticas de salud y

seguridad, libertad de asociación, derecho a negociación colectiva y remuneración.

Así también, esta verificación incluye un ítem sobre la gestión de información confidencial del Banco y de sus clientes a las que determinados proveedores pueden acceder, para garantizar la adopción de prácticas de seguridad de la información entre los empleados del proveedor.

Esta fase de la homologación hace posible una mayor proximidad con nuestros proveedores al generar una oportunidad de diálogo que favorece tanto al Banco como a la empresa prestadora de servicios. En 2019, una empresa pasó por este proceso de evaluación. (ODS 8.7)

## Procesos de compra

Las contrataciones se realizan mediante condiciones contractuales<sup>21</sup>, por compras directas y desde el desarrollo de concursos de precios alineados a directrices de la Política de Compras del Banco y el Procedimiento de Compras. Las empresas que son invitadas a participar de estos concursos presentan propuestas de acuerdo a las necesidades especificadas.

En 2019, fueron llevados a cabo 336 concursos de precios, en los que se han realizado evaluaciones de las propuestas de proveedores teniendo en cuenta, además del precio y características del producto o servicio, ciertos criterios relacionados a la gestión social y ambiental de las empresas concursantes.

Los criterios tenidos en cuenta para las evaluaciones en procesos de compra son: i) la propuesta económica; ii) la propuesta técnica del producto o servicio para asegurar que se ajusta al requerimiento; iii) los resultados de los procesos de homologación administrativa y técnica; iv) la calidad histórica de los trabajos; v) la tenencia de licencias ambientales según el rubro de la empresa proveedora y; vii) la capacidad del servicio postventa. (GRI 102-9)

21 El Banco cuenta con un Contrato de Prestación de Servicios preestablecido por el área Jurídica con cláusulas que exponen controles y compromisos con respecto a normas de protección infantil, trabajo forzoso y medio ambiente. A dicho contrato se adjunta un anexo donde se indican detalladamente los datos del bien o servicio que será brindado por el proveedor.



Esta evaluación es realizada por el Área de Compras y compartida con las áreas usuarias junto con la recomendación de contratación, la cual se relaciona a la calificación obtenida por cada proveedor.

Una vez seleccionado el proveedor, se comunica la adjudicación al proveedor escogido y también se notifica a los demás proveedores participantes del proceso, que no fueron seleccionados para la compra o contratación.

#### **Portal de Proveedores**

En 2019 fue utilizado en modalidad piloto el nuevo sistema de compras y portal de proveedores. En total fueron gestionadas 29 compras.

Este portal busca optimizar los procesos de compras del Banco, digitalizar procesos, y constituirse en un canal de comunicación que centralice la interacción entre el Banco y los proveedores o empresas que deseen ofrecer servicios y productos a Itaú.

Igualmente, se ha incluido, un segmento en el que las empresas proveedoras -o postulantes para prestar servicios al Banco- pueden encontrar prácticas de

responsabilidad social que esperamos puedan incorporar en sus operaciones y que son consideradas por Itaú como prioritarias en la gestión socio- ambiental de sus proveedores. Estas prácticas abordan temas como la conducta ética y cumplimiento legal, derechos humanos, prácticas laborales, gestión ambiental, y desarrollo de la sociedad.

### **Desarrollo de proveedores**

En 2019, estas fueron las iniciativas de desarrollo llevadas a cabo:

#### **• Compromiso de proveedores con la niñez y adolescencia**

Dentro de nuestras acciones en favor de los derechos de la niñez y adolescencia –en conjunto con la organización Global Infancia- hemos acompañado a dos empresas proveedoras en el proceso de adhesión a los Principios de Empresa Amiga de la Niñez; la empresa de servicios de limpieza Highest S.A. y la empresa de merchandising Solumarket S.A. Este proceso requirió de encuentros con la alta gerencia para revisar los principios e identificar las oportunidades de crecimiento en la empresa desde la perspectiva de la niñez y adolescencia.

Además, el proceso implica el asesoramiento de la organización especializada para el desarrollo de los planes de acción y capacitación. **(ODS 8.7) (ODS 16.2)**

#### **• Taller sobre accesibilidad**

En el contexto de la Semana de la Diversidad de Personas con Discapacidad, desarrollada en septiembre, ofrecimos el “Taller accesibilidad física: Instalaciones accesibles” a nuestros proveedores, en conjunto con la Fundación Teletón. El objetivo fue brindar orientaciones claras a proveedores del Banco que trabajan en rubros de montaje de eventos y construcción, de manera a que incorporen esta mirada en sus operaciones.

Los temas tratados fueron: accesibilidad y diseño universal; instalaciones accesibles; detalles y parámetros que convierten a un espacio en un lugar accesible, cómodo y seguro y; criterios que se aplican para realizar correctamente un estudio de accesibilidad. Participaron del taller, representantes de siete empresas proveedoras.





# Ciudadanía corporativa



## ¿Por qué este tema es material?

El propósito de nuestra marca nos impulsa a trabajar en iniciativas que, como entidad enfocada en ofrecer soluciones financieras, atiendan diferentes necesidades, reconociendo nuestro rol potencial en el desarrollo del país y como agentes de transformación.

La intención de Itaú de impactar positivamente en la vida de las personas, va más allá de los resultados del negocio, por esto nos involucramos con iniciativas de educación y cultura; causas con las que asumimos compromisos desde la Fundación Itaú.

Las acciones emprendidas y apoyadas en pos del desarrollo de la sociedad, a través de nuestra inversión social, es lo que llamamos ciudadanía corporativa. Ésta, incluye iniciativas con la comunidad, en alianza y coordinación con organizaciones de la sociedad civil e instituciones públicas; así como también, contempla los principios adoptados por Itaú mediante los compromisos voluntarios asumidos.

En la ejecución de nuestra ciudadanía corporativa, la movilización de colaboradores del Banco como voluntarios, nos permite estar cerca de la comunidad a través de programas relacionados con educación, emprendimiento e inclusión de personas con discapacidad.





## Relacionamiento con la sociedad

La Política de Sustentabilidad de Itaú Paraguay define las principales directrices que guían la forma en que nos relacionamos con la sociedad y con las comunidades entorno a nuestros centros de operación. De esta forma, reconocemos a la sociedad como un público que debemos atender, en los siguientes términos:

1. Mantener permanente y activa nuestra agenda de compromiso con los principales desafíos de desarrollo sostenible del país y de las comunidades en las que el Banco tiene presencia;
2. Apoyar mecanismos de mercado, políticas públicas e iniciativas que promuevan mejoras continuas en la sociedad y mitiguen impactos sociales y ambientales;
3. Compartir conocimientos sobre educación financiera, contribuyendo con el desarrollo del asunto en la sociedad y;
4. Estimular el trabajo voluntario en beneficio de la misma.

### Alcance de la inversión social

La inversión social de Itaú, se hace efectiva a partir de la ejecución de presupuestos definidos para el Banco y la Fundación Itaú, destinados al desarrollo y la promoción de iniciativas de fortalecimiento de la sociedad.

Mediante una apropiada gestión de estos recursos y la articulación con diferentes organizaciones, nuestra inversión social alcanzó en 2019, a más de 250.000 personas de 79 localidades del país.

En el 90% del total de localidades en las que el Banco cuenta con centros de operaciones<sup>22</sup>, tuvimos al menos una iniciativa, cubriendo de esta forma los 17 departamentos del país con iniciativas socio-culturales.

**Gs. 9.021<sup>23</sup> millones**  
de inversión social privada.

**250.376**  
**personas de 79 localidades** del país fueron alcanzadas directa o indirectamente con las acciones.

**74**

**iniciativas impulsadas**, en temas relacionados a educación, cultura, arte, liderazgo, inclusión, niñez y adolescencia, y medio ambiente.

**55**

**organizaciones** con las que generamos alianzas para el desarrollo de acciones conjuntas.

## Compromisos y participaciones

### Compromisos voluntarios (GRI 102-12)

De forma voluntaria hemos adoptado el compromiso de alinear nuestra gestión a asuntos sociales, ambientales, económicos y de buen gobierno, incluidos en el marco de iniciativas locales y globales. Esto nos permite acompañar la evolución de prioridades de desarrollo y contribuir con el mejoramiento de las condiciones relacionadas a determinados desafíos del país.

- **Pacto Global de las Naciones Unidas**  
Desde 2013 somos signatarios de este

acuerdo mundial que nos permite, como empresa, contribuir con la agenda global de desarrollo, definida por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), cuyo horizonte de cumplimiento es el año 2030. (ODS 17:16)

El Pacto Global enuncia 10 principios que incluyen aspectos sociales, ambientales y económicos y; se integran transversalmente a los 17 ODS<sup>24</sup>; los cuales fundamentalmente buscan poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Nuestra participación dentro de la Red del Pacto Global Paraguay, representa el reconocimiento del Banco sobre la relevancia de esta agenda.

Este año, participamos activamente de la Mesa de Equidad y Prosperidad y de la de Medio Ambiente. En un trabajo coordinado con otras empresas y organizaciones, Itaú estuvo involucrado en el desarrollo de dos destacadas iniciativas; el “Reconocimiento Verde” y el relevamiento “Iniciativas de Empresas de la Red del Pacto Global Paraguay alineadas a metas del ODS 1 - Fin de la Pobreza”.

<sup>22</sup> Se considera “centro de operación” a las sucursales de servicios completos, centros de atención al cliente (CAC) y puestos Itaú Express en supermercados. (GRI 413-1)

<sup>23</sup> El valor de la inversión incluye impuestos.

<sup>24</sup> Este Reporte de Sustentabilidad, se constituye como la séptima Comunicación de Progreso desde nuestra adhesión al Pacto Global.



• **Empresa Amiga de la Niñez (ODS 8.7)**

A través del reconocimiento otorgado por la organización Global Infancia, organización especializada en los Derechos de la Niñez y la Adolescencia, desde el año 2015 nos constituimos como una “Empresa Amiga de la Niñez”. La distinción resulta de la revisión de los planes y políticas de la empresa en relación a 32 indicadores, que componen los 10 Principios Empresariales por los Derechos de la Niñez y la Adolescencia. (ODS 16.1 16.2)

Global Infancia revisa anualmente nuestros avances en los principios a partir de las iniciativas desarrolladas y trabaja en conjunto con el Banco para identificar oportunidades para fortalecer nuestra gestión interna y externa, vinculada al público de la niñez y la adolescencia. Los principios que componen este reconocimiento están disponibles en [www.empresayninez.org.py](http://www.empresayninez.org.py).

Al largo de 2019, mantuvimos el foco en nuestra cadena suministro con el objetivo de sumar más empresas al compromiso con los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Al respecto, trabajamos de cerca con dos empresas proveedoras de bienes y servicios del Banco; quienes han revisado sus

prácticas desde la perspectiva de los principios para desarrollar un plan de acciones concretas para los próximos años. [\(Ver más información\)](#)

Otra iniciativa destacada en el año que tuvo como principal público a niños y niñas, es el programa de voluntariado corporativo “Leé para un Niño”, que impulsamos en conjunto con la Fundación Itaú. [\(Ver más información\)](#)

Asimismo, desde el Banco se mantuvieron vigentes actividades relacionadas a educación financiera dirigidas a niños y adolescentes, como la Acción Naranjas y el Programa Banco de Elecciones. [\(Ver más información\)](#)

• **Empresa Segura Libre de Violencia y Discriminación contra las Mujeres (ODS 5.1 5.2) (ODS 8.5 8.8) (ODS 16.1)**

En 2019, tras un año de interrupción, el Ministerio de la Mujer dio continuidad al “Sello Empresa Segura Libre de Violencia y Discriminación contra las Mujeres”. Desde el Banco renovamos nuestra postulación para volver a acceder al mismo (Itaú contó con el Sello mientras estuvo vigente hasta 2017).

Para adjudicar este reconocimiento, los postulantes son evaluados a partir de las evidencias presentadas, que en el caso de Itaú estaban relacionadas a políticas, procedimientos, normas de comportamiento, prácticas internas, cumplimiento de legislaciones e iniciativas sociales emprendidas desde el Banco y la Fundación Itaú. En particular, las mismas atienden las tres grandes dimensiones del Sello: cultura organizacional, práctica cotidiana y, trabajo con y hacia la comunidad.

[\(Ver más información sobre acciones con perspectiva de género para Colaboradores\)](#)

**Participaciones (GRI 102-13)**

Las participaciones y membresías que mantenemos en otras organizaciones representan una de las formas en que -a través de la coordinación con otras instituciones- trabajamos con miras hacia el desarrollo sostenible. Este involucramiento nos permite avanzar en la construcción de condiciones y prácticas de mercado más beneficiosas para todas las partes interesadas. (ODS 17.17)



**Pacto Global**  
Red Paraguay





## Voluntarios Itaú Unibanco

Voluntarios Itaú Unibanco, es el programa de voluntariado corporativo (coordinado por el Banco y la Fundación Itaú), ofrece a los colaboradores opciones de servicio, vinculadas con causas educación que adoptamos: educación, uso consciente del dinero, emprendimiento e inclusión de personas con discapacidad.

Este programa guarda una relación estrecha con el propósito de nuestra marca Itaú, el de “estimular el poder de transformación de las personas” y se ha convertido en uno de los medios que nos mantiene más próximos a la sociedad, al vincularnos con diferentes causas y sus actores de forma directa.

Desde Voluntarios Itaú Unibanco, buscamos que se generen transformaciones tanto en los beneficiarios que reciben las orientaciones, asistencia e impacto del trabajo, como en los voluntarios mismos quienes, a través de los espacios de formación en los que reciben contenido para poder realizar sus actividades, consiguen entender el contexto de las situaciones en la que actúan, conocer otras realidades y ensayar su capacidad de involucrarse con su entorno.

Estos fueron los programas disponibles en 2019:

- **Leé para un niño. Mediación de lectura de libros de cuentos con niños y niñas (ODS 4.2)**

En 2019, la Fundación Itaú desarrolló el programa de voluntariado “Leé para un Niño”, el cual permitió a los voluntarios visitar organizaciones para leer libros de cuentos a niños y niñas, buscando contribuir con su desarrollo lingüístico, cognitivo y emocional.

En el primer año del programa, fueron beneficiados 68 niños y niñas de 3 a 5 años de edad, de la Fundación Casa Cuna (Asunción) a través de la intervención de 26 voluntarios entrenados como mediadores de lectura. En total, fueron más de 80 horas de mediación. (ODS 4.2)

[\(Ver más información sobre el desarrollo del Programa Leé para un Niño\)](#)

**26**  
Voluntarios

**Leé para un niño**

**81**  
horas de trabajo

**68**  
personas impactadas

**1**  
localidad alcanzada



- **Entrenadores para la vida en la empresa Charlas sobre orientaciones para la inserción en el mercado laboral con estudiantes de últimos años de Educación Media**

Desarrollado por la Fundación Itaú, “Entrenadores” busca mejorar las oportunidades de inserción de jóvenes bachilleres al mercado laboral. Está dirigido a alumnos del último año de la Educación Media y se lleva a cabo por medio de encuentros con los estudiantes quienes reciben orientaciones sobre cómo redactar adecuadamente un currículum, y cómo prepararse para la primera entrevista de trabajo; además, se dan consejos sobre la búsqueda del primer empleo y se transmiten buenas prácticas para el desenvolvimiento dentro de la empresa. Asimismo, el programa aprovecha el espacio para tocar temas como la trata de personas y los canales de contacto con la Unidad Especializada en la Lucha contra la Trata de Personas.

En el año, las instituciones beneficiadas fueron los Colegios: Nacional Pablo Ávila (Asunción), Hogar de Jesús de Fe y Alegría y San Antonio de la organización Fe y Alegría (Mariano R. Alonso y San Lorenzo,



respectivamente). Los entrenamientos estuvieron a cargo de 27 voluntarios, que invirtieron 40 horas de trabajo, alcanzando a 200 alumnos. (ODS 4.4) (ODS 5.2) (ODS 8.6)



**27**  
Voluntarios

**Entrenadores  
para la vida  
en la empresa**

**40**  
horas de trabajo

**200**  
personas impactadas

**3**  
localidades alcanzadas

• **Asesores de “La Compañía”.**  
**Asesoramiento en la creación de una microempresa**

Para dar acompañamiento a las microempresas creadas desde la experiencia

**6**  
Voluntarios

**Asesores de  
“La Compañía”**

**72**  
horas de trabajo

**52**  
personas impactadas

**2**  
localidades alcanzadas



“La Compañía” de Junior Achievement (Fundación Paraguaya), se crea esta opción de voluntariado. Durante las semanas de conformación y funcionamiento de las microempresas, los voluntarios Itaú asesoran a los alumnos, monitorean sus avances y dan orientaciones. En este año, seis voluntarios previamente entrenados, fueron asesores de dos compañías de los colegios Pablo Ávila (Asunción) y Cristiano Interactivo (Ciudad del Este). Se invirtieron 72 horas de trabajo voluntario que alcanzaron a 56 alumnos. (ODS 4.4)

• **OGA. Construcción e instalación de estructuras para hacer más accesibles las viviendas de usuarios de la Fundación Teletón.**

En este programa, creado por la Fundación Teletón, colaboradores voluntarios trabajan en la construcción e instalación de barras de apoyo, rampas de madera y sillas diseñadas para el momento del baño, en las casas de usuarios de la Fundación.

En el año, 53 voluntarios invirtieron 530 horas para llegar a 20 hogares de usuarios. Las localidades beneficiadas fueron: Asunción, Capiatá, Guarambaré, Itauguá, Lambaré, Limpio, Luque, San Bernardino. (ODS 10.2)

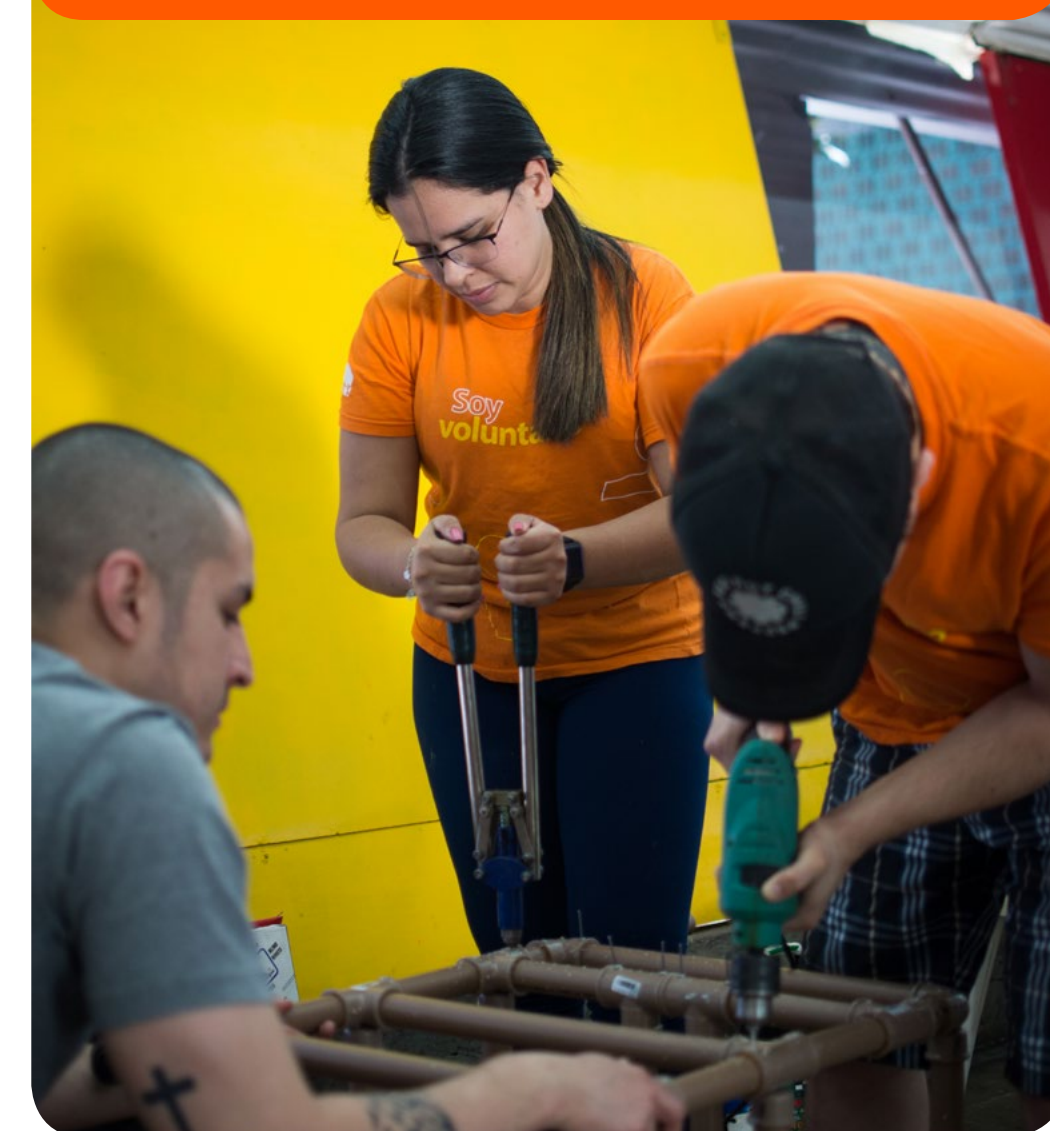
**53**  
Voluntarios

**OGA**

**530**  
horas de trabajo

**20**  
personas impactadas

**8**  
localidades alcanzadas





**828**  
Voluntarios

**Teletón**

**6.023**  
horas de trabajo

**2013**  
Personas impactadas

**20**  
localidades alcanzadas

• **Teletón. Moviendo los límites**

Como Banco de Teletón, asumimos la responsabilidad de asegurar que nuestras plataformas de servicios físicos y digitales funcionen adecuadamente para recibir donaciones de la ciudadanía durante los eventos de recaudación (Comilona y Maratón), que le permiten a la Fundación Teletón, seguir ofreciendo servicios de rehabilitación integral gratuita para niños, niñas y adolescentes de 0 a 18 años, con afecciones neuromusculoesqueléticas. (ODS 10.2)

A lo largo del año, estas son las principales acciones realizadas en las que participaron colaboradores voluntarios del Banco:

• **Maratón de recaudación:** En este evento se obtiene la mayor parte de los recursos necesarios (más del 75%) para garantizar el sostenimiento apropiado de los cuatro Centros de Rehabilitación Integral Teletón, ubicados en Asunción, Coronel Oviedo, Paraguarí y Minga Guazú. Durante la Teletón de 2019, el Banco mantuvo habilitadas sucursales, cajas auxiliares instaladas en localidades estratégicas del interior y puestos Itaú Express, lo que implicó la movilización de más de 820 colaboradores de Itaú, quienes asumieron diferentes funciones en estos puntos de recaudación y en centros de monitoreo y control. También, estuvo disponible toda la plataforma 24 horas del Banco con sus servicios en internet y mobile banking, el servicio de atención al cliente telefónico y la red de cajeros automáticos. En 2019, la Maratón superó su meta recaudando Gs. 15.540.135.117.

• **Comilonas:** Estos eventos consisten en ferias de gastronomía en las que también se recaudan recursos para la Fundación Teletón, además de estrechar el vínculo

con la comunidad. En el año se llevaron a cabo dos, una en Ciudad del Este y otra en Asunción. Más de 150 colaboradores participaron como voluntarios en estas actividades.

**Satisfacción general de voluntarios y organizaciones aliadas**

Anualmente evaluamos la experiencia de los colaboradores como participantes de los programas de voluntariado. Las evaluaciones buscan conocer la satisfacción con el entrenamiento recibido y el acompañamiento brindado por el Banco y la Fundación Itaú, entre otros aspectos. En 2019, la tasa de respuesta para el cuestionario aplicado a voluntarios fue del 69%. El 96% de los voluntarios que contestaron la encuesta, indicó que estaba satisfecho o muy satisfecho con su participación en la Red de Voluntarios en 2019.

**96%** de los voluntarios satisfechos con su participación

**Actuación regional de voluntarios**

Nuestra intención de generar cambios positivos en la vida de las personas está presente en la esencia de cada una de las unidades de Itaú de Latinoamérica. Por esto trabajamos coordinadamente con las redes de voluntarios de Brasil, Argentina, Chile y Colombia pues creemos que en el intercambio de nuestras experiencias y la coordinación de actividades en conjunto existe una gran oportunidad de generar impacto en el entorno. (ODS 17.16)

• **Acción Voluntaria Global (AVG)**

Por tercer año consecutivo tuvo lugar la semana de Acción Voluntaria Global de Itaú durante la cual colaboradores de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Paraguay y Uruguay actuaron como voluntarios en actividades relacionadas a educación.

La iniciativa busca cada año fortalecer el potencial de movilización de Itaú en la región persiguiendo un modelo de voluntariado transformador definido por cuatro premisas principales; i) desarrollo de doble vía (colaborador y beneficiario), ii) escalabilidad, iii) innovación y iv) cultura de voluntariado.



Por su parte Paraguay, participó de la AVG con aplicaciones de los programas: Entrenadores, La Compañía y Leé para un Niño.

## Otras iniciativas

### **Paseo del Recuerdo. San Bernardino**

En 2019, la popular guarania “Recuerdos de Ypacaraí” (Demetrio Ortíz) cumplió 70 años. Aprovechamos este aniversario para reconectarnos con nuestra cultura, a través de una campaña que implicó una instalación musical construida a orillas del Lago Ypacaraí, en la ciclovía Víctor Rubén Dumot.

La instalación donada por Itaú a la ciudad de San Bernardino, construida por el artista Fernando Ambere Feliciangeli, permite a las personas reproducir la canción, al pasar la palma de la mano por palancas que hacen sonar tubos de metal. El Paseo del Recuerdo, fue visitado por aproximadamente 900.000 personas en el verano de 2019.

### **Concurso de fotografía digital “Atardecer en Paraguay”**

En el año, tuvo lugar la quinta edición de este concurso que tiene por intención retratar atardeceres de nuestro país únicamente utilizando teléfonos celulares sin aplicar filtros ni ediciones. Se recibieron más de 7.700 fotografías, que fueron evaluadas por un jurado compuesto por los reconocidos fotógrafos Tetsu Esposito y Éltón Nuñez. Como resultado del concurso, a parte de la selección de ganadores, se publicó un libro electrónico, con una selección de las 50 fotografías destacadas de la edición. Esta publicación y de ediciones anteriores, se encuentran disponibles en [www.atardecerenparaguay.com](http://www.atardecerenparaguay.com)

### **Redes sociales**

Nuestros perfiles en redes sociales nos permiten estar más cerca de las personas al interactuar con ellas y al acompañarlas diariamente con mensajes, orientaciones y campañas. A las iniciativas “Paseo del Recuerdo” y “Atardecer en Paraguay” (administradas a través de redes sociales), sumamos otras acciones destacadas, que compartimos a continuación:

#### • **Campañas Madres y Padres**

Mediante materiales audiovisuales, recordamos el día de las madres invitando al público a reflexionar sobre el rol de las mujeres en la sociedad con el concepto “Seguí buscando como mamá, pero no te olvides de buscar como mujer.” De la campaña fueron protagonistas mujeres colaboradoras del Banco, familiares y amigos. La campaña tuvo un alcance de 364.153 personas.

En relación al día de los padres, bajo el concepto “Descubrí qué busca papá pasando tiempo con él” homenajeamos a los padres en su día, invitando a la reflexión sobre la relevancia de pasar más tiempo con ellos. La campaña tuvo un alcance de 338.497 personas.

#### • **Día del idioma Guaraní**

¿Qué significa Itaú? fue la consigna de esta campaña, difundida en conmemoración Del día del Idioma Guaraní (25 de Agosto). Aprovechamos esta fecha, contando el significado del nombre “Itaú” (piedra negra) en nuestro idioma nativo. La iniciativa incluyó artículos y publicaciones en nuestros perfiles de Facebook y Medium, en donde el logo Itaú, fue presentado con los

colores utilizados en el origen de la marca.

#### • **Más contenido sobre iniciativas del Banco en LinkedIn**

Este año incrementamos la producción de contenido en LinkedIn, dando a conocer nuestras prácticas diarias de una manera más frecuente y diseminando las tendencias en el mundo corporativo a través de la participación de los miembros del Comité Ejecutivo del Banco. De esta forma, logramos sumar más de 25.800 seguidores en nuestro perfil de LinkedIn, convirtiéndonos en el banco con más seguidores del país en dicha red social.

#### **Programas de pasantías (ODS 4.4) (ODS 8.6)**

Banco Itaú cuenta con dos tipos de pasantías, la universitaria y la de colegios.

• **Universitaria:** ofrece la oportunidad de adquirir experiencia en un ambiente corporativo con tareas específicas en diferentes áreas del Banco y que, en muchos casos, representa el acceso al primer empleo. El programa está disponible en todas las localidades del país en las que el Banco cuenta con centros de operación. La selección del pasante incluye entrevistas y evaluaciones psico-técnicas y al término del



periodo de pasantía, tiene la posibilidad de participar de procesos de selección para cubrir puestos en la empresa. En 2019, participaron del programa 80 estudiantes.

**Colegios:** está dirigido a estudiantes de segundo curso del Nivel Medio; tiene una duración de 240 horas (para Bachilleratos Técnicos en Administración de Negocios, por exigencias del Ministerio de Educación y Ciencia) o menos (para otros bachilleratos). En 2019 accedieron a este programa 54 estudiantes de colegios de Asunción, del departamento Central y de ciudades del interior del país.

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

Esta competencia cuenta con el apoyo de Itaú y tiene el objetivo de potenciar la formación de estudiantes de la carrera de Derecho en asuntos relacionados a Derechos Humanos. La iniciativa es organizada por la Dirección de Derechos Humanos de la Corte Suprema de Justicia, en conjunto con el Centro de Estudios Judiciales y el Instituto Interamericano de Derechos Humanos. En 2019, tuvieron lugar en el Banco, ensayos de juicios en los que los estudiantes representantes del país, entrenaron sus

habilidades para luego participar de la competencia a nivel internacional, en la ciudad de Washington D.C.

### **Otros apoyos**

Este año tuvimos la oportunidad de contribuir con el sostenimiento y la realización de actividades específicas, en las siguientes organizaciones: APADEM, Cámara de Comercio Paraguay Brasil, Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay, Fundación Banco de Alimentos, Fundación Pai Pukú, y el Rotary Club de Encarnación.

### **Relacionamiento con la Prensa**

La reputación de Itaú es resultado de la percepción de los públicos que se relacionan con la empresa, en diferentes situaciones y sobre diversos asuntos. La prensa es uno de esos públicos y tiene un papel destacado en este proceso, pues ayuda a formar nuestra imagen y multiplicar la información que producimos. Por esto, consideramos fundamental consolidar y mejorar las relaciones con los periodistas de forma ética y transparente.

En 2019, periodistas de los principales medios del país fueron recibidos por miembros del Comité Ejecutivo del Banco,

quienes les brindaron información sobre inversiones, rentabilidad, agro-negocios, internacionalización de las operaciones, transformación digital, gestión de riesgos, diversidad, gestión de personas, sustentabilidad, campañas de marketing, productos y servicios, entre otros asuntos.

Por otro lado, desde Reporte Macro Latam de Itaú, compartimos el escenario económico y las proyecciones macroeconómicas del país y la región, durante todo el año.

Otra acción muy relevante que tuvo lugar en 2019, fue la undécima edición del Press Trip. Este es un encuentro anual internacional entre las áreas del Banco encargadas del relacionamiento con la Prensa, del cual participan periodistas invitados por cada país. El Press Trip 2019, fue realizado en la ciudad de Sao Paulo, y participaron Argentina, Chile, Colombia, Perú, Paraguay y Uruguay. Esta es una excelente oportunidad que ofrecemos a miembros de la prensa paraguaya para entrar en contacto con algunos de los principales ejecutivos de Holding, al tiempo que les permite ampliar sus conocimientos sobre el panorama económico latinoamericano, las tendencias digitales para los bancos y conocer parte

de la Cultura Itaú. Hasta la fecha, logramos la participación de más de 20 periodistas paraguayos de diferentes medios de comunicación.







## Fundación Itaú

“ Cuando nos involucramos, la realidad se transforma ”

**Animarnos a sumergirnos de lleno en nuestra sociedad, nos abre la posibilidad de imaginar futuros diversos, incluyentes, poderosos. A través de la cultura, como una de las herramientas que moldea la manera en que las sociedades se imaginan su futuro y la manera de llegar a él. Y a través de la educación que escribe nuestras oportunidades en la vida, para explorar, soñar y crear el país que queremos. De esto se trató el 2019, de un sinfín de conexiones que nos involucran acción por acción para que la realidad se transforme.**

### Composición del Directorio de la Fundación Itaú

- **Presidente:** André Gailey (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Vice-Presidente:** Norma Prantte (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Secretario:** José Britez (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Tesorero:** Alfredo Palacios (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Directores:** Angela Dannemann (Fundación Itaú Social Brasil), y Gustavo Spranger (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Síndico Titular:** Patricia Torrents (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Síndico Suplente:** Pablo Lu (Externo. Mersan Abogados)
- **Directora Ejecutiva:** Alexandra Niz (Fundación Itaú Paraguay)

## Un 2019 en permanente crecimiento

Al realizar el recuento de un año, nos sucede a menudo que entramos en un tiempo de recapitulación de nuestras metas, objetivos y acciones. Es normal que en ese espacio encontremos cosas que nos complazcan y cosas que nos desafíen a redoblar los esfuerzos. Porque al fin y al cabo, la inconformidad es un motor fundamental para el crecimiento y es ese crecimiento el que nos impulsa para adelante.

En Itaú, tenemos claro que somos gente que mueve gente, que establece puentes para que las personas vivan sus vidas de la mejor manera posible. Que cree en la enorme responsabilidad que conlleva estimular el poder de transformación de las personas a través de todas las plataformas posibles.

En ese contexto, y con el objeto de incorporar las mejores prácticas de ética y de transparencia, el Directorio de la Fundación Itaú Paraguay (FIP), en noviembre de 2019, aprobó la publicación de la actualización del Manual de Políticas y Procedimiento de la Fundación Itaú Paraguay. Esto incluyó dos módulos específicos; la Política y Procedimiento de Prevención de Lavado de dinero y de Financiamiento del Terrorismo y sus respectivos anexos.

Como parte de este proceso, la FIP fortaleció su relación con las áreas del Banco vinculadas a su gestión, a través de documentaciones que determinan acuerdos, flujos y procesos para asegurar la transparencia y calidad de cada una de nuestras alianzas estratégicas.

Trabajar de forma colaborativa, fomentando el fortalecimiento de nuestros aliados a través del permanente contacto, la generación de espacios de conversación y el aprendizaje es un estilo de gestión que nos identifica. En el año realizamos dos encuentros de capacitación con nuestros 45 aliados estratégicos: en febrero, un taller de comunicación con un enfoque al conocimiento y manejo de herramientas para el desarrollo de estrategias de crossmedia, y en diciembre, una charla con representantes de la SEPRELAD (Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero), quienes compartieron información relevante acerca de las normativas que rigen al sector, y recomendaciones y sugerencias para la aplicación de las mismas.



**52%**

de la inversión en 13 iniciativas de Educación y

**48%**

en 32 iniciativas de Cultura.

**243 mil**

personas alcanzadas.

Desde la Fundación Itaú, desarrollamos iniciativas propias y brindamos apoyo a distintas organizaciones para desarrollar proyectos vinculados a educación y a cultura que estimulen la transformación social de personas, de comunidades y del país. En cada iniciativa, indicamos los ODS vinculados.

## Educación

**Creemos en la educación como la herramienta que nos da la posibilidad de soñar, explorar, aprender, crear y construir el país que queremos.**

### • Programa Leé para un Niño

La primera infancia es una etapa trascendental en la vida de las personas pues

en los primeros años de vida, se desarrollan las habilidades intelectuales, emocionales, físicas, sociales y perceptivas. En este sentido, leer libros en la primera infancia tiene múltiples beneficios para los niños como el fomento de los vínculos afectivos, la estimulación de la memoria y de la concentración, el desarrollo del lenguaje y la agilidad mental, el desarrollo de la imaginación y la creatividad, entre otras ventajas.

Leé para un Niño, tiene por intención crear conciencia sobre la importancia de la lectura hacia los niños e inspirar un nuevo comportamiento en las personas entorno al hábito de leer libros. Entre sus objetivos específicos se reconocen: i) incrementar la capacidad de comprensión del lenguaje y la creatividad de niños y niñas, ii) desarrollar la capacidad de razonamiento, enriquecer el lenguaje, y adquirir nuevos conocimientos y iii) estrechar vínculos entre adultos y niños en procesos de aprendizaje.

El diseño del programa -llevado a la práctica a través del involucramiento de voluntarios del Banco- implicó un trabajo en conjunto con el área de Sustentabilidad del Banco y con una especialista en mediación en Literatura Infantil. Como resultado se logró,

entrenar a 26 colaboradores del Banco como mediadores de lectura, desarrollar guías para la mediación, seleccionar libros de cuentos con criterios específicos alineados a los objetivos del programa y contar con un documento de sistematización de todo el proceso.

El programa fue implementado en la Sede 1 de la Fundación Casa Cuna, en donde se reacondicionó y equipó una sala de mediación de lectura y se dotó a la organización de una biblioteca especialmente formada con 68 títulos de cuentos para lectura infantil. Con el fin de que el programa trascienda las fronteras de Casa Cuna y llegue hasta el hogar de cada niño, se buscó el involucramiento de padres y madres con el Programa dando espacio a la realización de un taller acerca de la importancia de la lectura en la infancia.

Según un informe de la Fundación Casa Cuna, el cual ofrece datos sobre la evolución del aprendizaje de los niños y niñas, se observó un aumento del 25% en el desarrollo de la dimensión del lenguaje que manifiestan los niños y niñas, participantes del Programa.



• **Asociación “Juntos por la Educación”.**  
**La Educación como bien público. (ODS 4)**  
**(ODS 17)**

Juntos por la Educación es una organización de la sociedad civil comprometida con la educación pública de calidad, con una meta: un país de oportunidades para todos. Conscientes de la relevancia de la educación, el Banco es miembro benefactor de esta Asociación, desde su establecimiento en el año 2012, y es miembro activo del Directorio desde la Fundación Itaú.

Con el objetivo promover el debate informado sobre políticas públicas de educación, e identificar los desafíos y las recomendaciones que orienten la definición e inversión de recursos para las mismas,



a lo largo del 2019 fueron realizadas presentaciones, charlas y diálogos sobre educación con docentes, estudiantes, universidades públicas y privadas, con el Fondo de Excelencia para la Educación y la Investigación, con organizaciones de la sociedad y con el público en general. Con estos espacios se alcanzó a más de 3.000 personas.

Entre las diversas acciones desarrolladas en este año, destacamos “El Observatorio Educativo Ciudadano”, creado con el objetivo de generar información relevante y oportuna sobre la educación en el país. El Observatorio recaba datos, los procesa, los integra en una plataforma, realiza el monitoreo de los mismos y los difunde. En este 2019, a través del Observatorio, logramos alcanzar a más de 60.000 personas que se encuentran suscriptas al observatorio.



• **Programa “Poravé”. Fundación DEQUENI. Creemos en el impacto de programas que mejoran la calidad de la educación. (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 17)**

El Programa Poravé, busca fortalecer la capacidad del docente en la enseñanza de la lectoescritura y en la gestión organizativa de la asociación de cooperadoras escolares y los comités de niños y niñas. En 2019, la escuela “Don Federico Llamosas” (Caaguazú) fue la beneficiaria del programa, al que tuvieron acceso 220 niños y niñas del primer y segundo ciclo de la educación escolar básica.



• **Centro Vy’a Rendá. Red de Escuelas “Fe y Alegría”. Más posibilidades de integración socio-cultural y educativa. (ODS 1) (ODS 4) (ODS 8) (ODS 5) (ODS 10)**

El Programa Ambiente Protegido “Vy’a Renda”, que cuenta con el apoyo de la Fundación Itaú, es un centro de educación no formal que fomenta la permanencia en el sistema escolar y la inclusión; funciona en el Bañado Norte, y son usuarios del mismo 150 niños, niñas y adolescentes.



• **Programa “La Compañía” Junior Achievement. Fundación Paraguaya. Potenciando una juventud emprendedora. (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)**

La educación financiera fortalece el desarrollo de habilidades para la vida. Por esto, apoyamos el programa “La Compañía”, un espacio que brinda a los participantes la experiencia de la creación de una pequeña empresa, potenciando su creatividad, capacidad emprendedora y capacitación formal en el área de administración. El mismo se lleva adelante en el lapso de 15 semanas, y todas las microempresas creadas por los estudiantes compiten a nivel nacional. En edición 2019, la Fundación Itaú posibilitó que 65 estudiantes de dos instituciones educativas (una de la Capital y otra en Ciudad el Este), participen del programa.

• **“Fábricas de Inteligencia”. Plan Internacional Paraguay. Por una infancia con más oportunidades (ODS 1) (ODS 3) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)**

La estimulación temprana en la primera infancia es fundamental para constituir la base que facilita el aprendizaje en la educación primaria. De la mano de Plan



Internacional Paraguay, desde su programa “Fábricas de Inteligencia”, se proporciona espacios de estimulación temprana y de formación docente en instituciones educativas ya establecidas. Así también, se hace posible el fortalecimiento de cinco centros comunitarios de atención integral a la niñez. En 2019, fueron alcanzados con este proyecto 111 niños y niñas, 10 docentes y 75 padres.

• **“Robótica Educativa”. Centro Educativo Arambé. Creatividad, trabajo en equipo, pensamiento lógico y espacio para la experimentación. (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10)**

Esta iniciativa del Centro Educativo Arambé (Luque) brinda herramientas, valores humanos y formación integral a través de una educación de excelencia. Con la modalidad de robótica educativa de enseñanza interdisciplinaria, se potencia el desarrollo de habilidades y competencias en la vida. En 2019, uno de los equipos logró clasificar para la competencia mundial llevada a cabo en Kentucky (E.E.U.U). En total fueron 170 los estudiantes del Centro que recibieron esta formación.



**Educación Inclusiva**  
**Creemos en una educación de calidad que considere la diversidad, las necesidades y capacidades de todas las personas para impulsar su potencial.**

• **Fundación Arranco. Formación con impacto multiplicador. (ODS 4) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10)**

La Fundación Arranco se especializa en la atención a niños, niñas y adolescentes con discapacidad intelectual focalizándose en su desarrollo integral y su inserción socio-educativa. Somos aliados en la capacitación a docentes que se involucran en aulas regulares, implementando metodologías de trabajo y participación con el apoyo de maestras integradoras. Este año logramos que estas actividades lleguen a 76 personas,

entre maestros, psicólogos, usuarios y familiares de los mismos.

• **Empresa Social “Candela”. Un camino hacia la inclusión laboral. (ODS 1) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10)**

Con Candela, empresa social de inclusión, trabajamos la problemática de la falta de datos precisos acerca de la empleabilidad de las personas con discapacidad y el impacto de la misma en sus vidas. A través de este proyecto buscamos promover la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual (PDI) en empresas y organizaciones. Logramos la realización de un estudio sobre la incidencia de la empleabilidad de PDI, cinco talleres y la capacitación de 100 personas en experiencias de inclusión laboral de PDI en empresas y organizaciones.



• **ALDEAS SOS de San Ignacio. Reducimos barreras. (ODS 3) (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)** Fortalecer a las familias y contribuir con el desarrollo integral de niños y niñas, es el objetivo de este proyecto. Aldeas SOS desarrolla en Paraguay el programa de acogimiento familiar, en 5 ciudades: Hohenau, San Ignacio, Asunción, Luque y Belén. Apoyamos a la Aldea de San Ignacio que acoge a 53 niños y niñas, jóvenes y adultos con discapacidad.



• **DENIDE. Innovar para Incluir. (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)**

Este es un espacio de aprendizaje sobre abordajes pedagógicos inclusivos, que aportan a la construcción de escuelas inclusivas en el país a la luz de la Ley 5136/13 de Educación Inclusiva. Apoyamos al DENIDE



como una oportunidad de generar conversaciones propositivas y aprendizajes significativos hacia la inclusión. En el año, más de 200 personas recibieron formación en este espacio.



• **Olimpiadas Especiales. La inclusión como herramienta de desarrollo integral. (ODS 3) (ODS 5) (ODS 10)**

Acompañamos la participación de la selección de Bádminton en los Juegos Olímpicos Especiales realizados en Abu Dabi, con el objetivo de destacar la fortaleza de la integración y la inclusión como herramienta de desarrollo integral, a través del talento de atletas paraguayos en el mundo.



## Cultura

**Las diversas formas de expresión artística son herramientas poderosas y esenciales para la identidad de un país y la promoción de una ciudadanía informada, creativa y tolerante.**

• **Fondo para el arte “Emergentes”. Una plataforma de despegue para el arte emergente. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11) (ODS 17)**

Parte de nuestro ADN es estimular el poder de transformación de las personas, y que mejor que estimularlo a través del arte. Así, vemos a Emergentes, como una posibilidad para que nuestros artistas nos muestren ese Paraguay diverso, incluyente y lleno de talento.

La edición 2019, fue la primera edición de tres años de piloto. El proyecto, que nació más bien como un concurso, a lo largo del año fue convirtiéndose en una plataforma orientada a artistas emergentes, donde se ofrecieron diferentes espacios para visibilizar, formar y capacitar a artistas jóvenes. Además, se asignaron fondos para proyectos seleccionados, de modo a poder incidir mucho más en la escena artística nacional, consolidando y fortaleciendo este sector.

Un jurado multidisciplinario, compuesto por Juan Carlos Maneglia, Adriana Ortiz,



### Proyectos emergentes 2019

• **JOPARA colectivo de arte. (Música)**

Un colectivo de artistas misioneros de distintas disciplinas que busca potenciar e impulsar la escena artística de San Ignacio Misiones.

• **T-errario público. (Artes visuales)**

Un proyecto que busca visibilizar problemáticas sociales y ambientales que atañen a la tierra en nuestro país, a través de una instalación que consta de 17 cubos de vidrio de diferentes dimensiones representando a cada departamento de Paraguay.

• **Taller de teatro para niños con discapacidad visual. (Artes escénicas)**

Talleres de teatro, desarrollo de un guion en braille y la presentación de una obra teatral con niños con discapacidad visual, del hogar Santa Lucía.

María Glauser, Lía Colombino, Omar Mareco, Claudia Casarino, Alejandra Díaz y Sebastián Ramírez, referentes del arte y la cultura en el país, acompañó esta primera edición, participó en la construcción del Proyecto y en la selección de tres de ellos; uno de artes visuales, uno de artes escénicas y uno de música, para la obtención de capital semilla, mentorías y acompañamiento en la ejecución de los mismos.

En medio de la ejecución de los proyectos surgió un espacio de formación alternativo que consistió en con tres clases magistrales con referentes internacionales; (i) en Música, con el maestro saxofonista, compositor y ganador del Grammy latino, Ed Calle; (ii) en Gestión Cultural, en el Primer Mercado de Economías creativas CREAPy y (iii) en producción audiovisual, con la audiovisualista argentina Nathalia Urruty y la actriz paraguaya Sari López. Estos espacios de formación contaron con la participación de 100 artistas emergentes.

Entre los resultados más destacados de la plataforma, podemos mencionar la participación de 595 artistas registrados, 149 postulaciones cerradas, 19 ciudades de 11 departamentos del país alcanzados, la participación de ocho referentes como jurados, la selección de tres proyectos, y la producción de tres materiales audiovisuales documentales del proyecto.



### Artes visuales

• **Fundación El Cántaro. El arte popular como herramienta de transformación Social.** (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

La Bio-escuela Popular El Cántaro tiene 11 años de trayectoria, con actividades ininterrumpidas como talleres, actividades culturales y una mediateca comunitaria que beneficia a niños, jóvenes y adultos de Areguá. Nuestra alianza ha posibilitado la reorganización de talleres y de programas, así como el fortalecimiento del equipo de trabajo. En 2019 se desarrollaron 72 actividades, de las cuales 44 fueron talleres con un total de 1.087 participantes.



• **Centro Cultural de la Ciudad Carlos Colombino “Manzana de la Rivera”.** La cultura como un espacio vivo. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10)

El Centro es un emblemático complejo cultural, concebido desde y para la ciudad. El mismo, consiste en una conjunción de varios espacios, donde se expresan y difunden diversas manifestaciones de la cultura viva contemporánea. En el año, las 388 actividades del centro recibieron un total de 35.630 visitantes.



• **Centro de Artes Visuales Carlos Colombino “Museo del Barro”.** Una visión contemporánea del arte en Paraguay. (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

El Museo del Barro es un ícono de la cultura paraguaya y un orgullo de la ciudad de Asunción. Este año el proyecto en común

que impulsamos, buscó contribuir con la reflexión, sobre la reivindicación del pensamiento de Bartolomeu Meliá y su obra El Paraguay Inventado. En esta obra se expresaron nociones de justicia social, soberanía lingüística y territorial, conectando visualidad, discurso disidente y utópico con la memoria. La muestra fue visitada por más de 17.400 personas.



• **Fundación Migliorisi. Conservación, difusión y promoción del arte y el diseño.** (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

La Fundación Migliorisi, trabaja en la preservación y promoción del arte y el patrimonio artístico local con una exposición permanente de arte sacro y exposiciones temporales de artistas nacionales e internacionales, consagrados y emergentes. Este año en el transcurso de siete muestras se contó con las visita de 4.200 personas.



• **Contar el Arte. Fundación TEXO. Espacios de conversación para el arte.** (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

Esta iniciativa propone aumentar la conversación en torno al arte contemporáneo, generar audiencia que consuma arte y creatividad paraguaya, así como dejar un legado con entrevistas y materiales bibliográficos a referentes, es lo que nos propone esta alianza. En 2019, 34 personas participaron del Seminario “Contar el Arte” y se realizaron seis ediciones de entrevistas abiertas con 561 asistentes.



• **Centro Cultural del Lago. Puesta en valor, promoción e investigación del arte popular.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Este espacio es un lugar de referencia del arte popular y la gestión cultural. Tiene como principal desafío actualizarse



permanentemente y buscar nuevos artistas; también renovar y conservar las tradiciones ancestrales de la cerámica. Durante 2019, se llevaron a cabo nueve exposiciones y 33 proyecciones. Participaron de las actividades más de 50 artistas de 8 ciudades del país y se recibió más de 4.000 visitantes.

• **Feria Internacional del Libro de Fotografía Autoral. Asociación de Fotógrafos “El Ojo Salvaje”. La fotografía como reflejo de nuestra realidad. (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)**

Apoyamos la realización de esta Feria, la cual consistió en un espacio de encuentro con acceso a material editorial relacionado con la fotografía y las artes visuales, y el fortalecimiento de vínculos entre creadores nacionales e internacionales. Durante cuatro días, la Feria recibió a cerca de 700 asistentes quienes participaron de charlas, talleres y lanzamientos de libros.



## Música

• **Festival y Campus Musical “Asunción a voces” con Cantarte. La música vocal generadora de comunidad. (ODS 4)**  
Apoyamos el desarrollo del Festival y Campus Musical “Asunción a voces”, en su séptima edición. Esta actividad se va convirtiendo en una referencia para la enseñanza, difusión y apreciación del canto y la música vocal, como medio de integración social, expresión artística y cultural, favoreciendo el desarrollo integral de las personas.

En complemento al Festival, se realizaron 8 talleres, dictados por 7 disertantes del ámbito musical, registrando unos 400 participantes. En los conciertos se contó con una audiencia de 944 personas.

• **“H<sub>2</sub>O Sonidos del Agua. Asociación Tierranuestra. Comunidades Musicales Transformadoras. (ODS 1) (ODS 3) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 6) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11) (ODS 12)**

Con la Asociación Tierranuestra, llevamos una alianza que contribuye a mejorar la calidad de vida de niños, niñas y jóvenes a través de la música como instrumento motivador y transformador. En el marco del proyecto “H<sub>2</sub>O Comunidades Musicales

Transformadoras”, en 2019, se realizaron iniciativas de formación de instructores, de fortalecimiento de orquestas, de formación de líderes y de fortalecimiento a comisiones de apoyo. Además, se llevaron presentaciones orquestales y talleres ambientales. En total, se alcanzó en el año a 64.931 personas.



• **Masterclass y Conversatorio “Un día con Berta Rojas y Paquito D’Rivera”. La música, un espacio de creación y dinamismo. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10)**  
De la mano de la maestra Berta Rojas, generamos un espacio donde la música fue la absoluta protagonista para la formación de jóvenes músicos paraguayos. La guitarrista, junto al renombrado músico cubano Paquito D’Rivera, ofreció una clase magistral a cuatro músicos previamente seleccionados. El evento, asimismo, fue abierto al público en general y se contó con la participación de alrededor de 250 personas.





• **Orquestas de la Ciudad de Asunción. La música como lenguaje universal que moviliza culturas. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)**

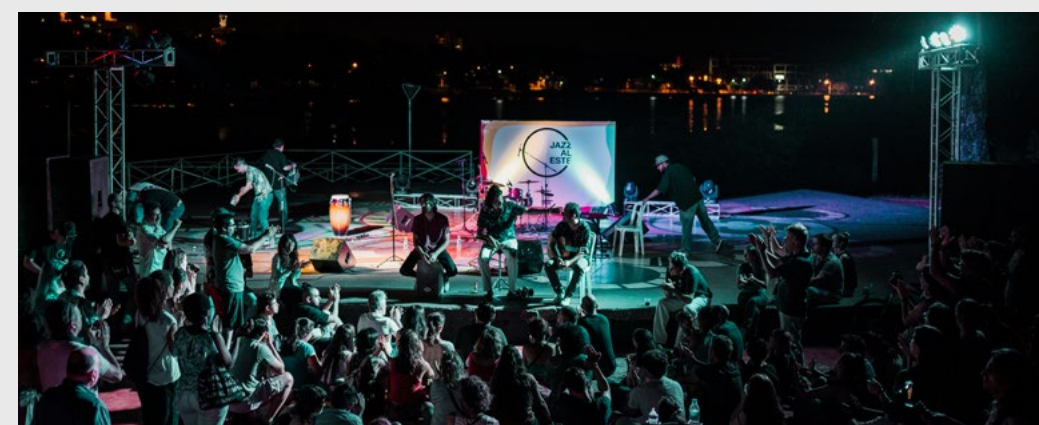
La Sociedad Filarmónica de Asunción, mediante la OSCA y la OCMA, acercan a los distintos barrios de la ciudad el arte musical, mediante conciertos en diferentes formatos. Este año, realizaron 33 conciertos, que unieron la música con el teatro callejero, la danza y la comunidad, y llegaron con los mismos a 9.290 personas.

• **Festival Internacional de Cuerdas. La música como puente entre culturas. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)**

La duodécima edición de este Festival fue un espacio artístico, cultural y social que propagó valores a través de la música de cuerdas. Durante los cuatro días del evento, se desarrollaron charlas, talleres, clases magistrales y conciertos, de los que participaron más de 240 alumnos y más de 400 espectadores.

• **Festival Internacional Jazz al Este. Música participativa e interactiva que borra fronteras entre artistas y audiencias. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)**  
La cuarta edición de este evento

internacional, reunió a artistas de distintas nacionalidades y géneros. El mismo consistió en un espacio gratuito de acceso a la música, a través de clases magistrales y conciertos dirigidos a estudiantes y aficionados, para incursionar en los diversos géneros del Jazz. En esta edición, se realizaron cuatro clases magistrales y un concierto del que participaron 600 personas.



• **Asociación de Música y Arte (Asomar). La música como motor de desarrollo. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10)**

Este conservatorio de música, que trabaja en conjunto con el Conservatorio Municipal de la ciudad de Concepción, nos permite acompañar el proceso de fortalecimiento de las capacidades musicales de 140 niños, adolescentes y jóvenes de Concepción, Pedro Juan Caballero y Belén. Para ello, se dictaron talleres de música, en arpa, guitarra y violín. En el año, participaron de las actividades de ASOMAR, 160 personas.



• **Talleres de Luthería. La lutería patrimonio intangible de cultura. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 11)**

La Escuela Taller Borja, es reconocida (a nivel nacional e internacional), por ser pionera en la formación de luthiers de guitarra y arpa, y como generadora de espacios de capacitación y conversación acerca del rescate de la cultura luthier. Apoyamos a esta institución que trabaja en la promoción y conservación de esta técnica artesanal y en la transmisión de conocimientos y competencias a las nuevas generaciones. De los diferentes espacios desarrollados por la Escuela en 2019, participaron 60 personas.

• **Concurso de covers para la guarania Kuñataí "Ecos de una guarania". Publicitaria Nasta. Puesta en valor de la guarania paraguaya. (ODS 5) (ODS 9) (ODS 11)**  
En la celebración de los 70 años de la

guarania "Recuerdos de Ypacaraí", apoyamos la realización de este concurso que buscaba revalorizar la música paraguaya entre las nuevas generaciones y acercar la canción a distintas audiencias. Del concurso, participaron 147 versiones de la canción y resultó ganadora la creada por la agrupación "Mbareté".



**Literatura**

• **Premio Itaú de Cuento Digital. Estimular la lectoescritura y la narrativa digital. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 9) (ODS 11)**

Esta es una iniciativa que organizamos anualmente en conjunto con las Fundaciones Itaú de Argentina y Uruguay. El concurso





invita a narrar cuentos que se desprendan de las páginas físicas e incorporen recursos digitales como imágenes, videos y sonidos. Hasta su novena edición, registramos 17.760 cuentos, de los cuales 227 fueron publicados en antologías.

En 2019, recibimos 3.144 cuentos, en distintos formatos, que nos permitieron estimular la lectura y escritura, en adolescentes y adultos. Como resultado de esta edición, se publicó la antología “Camino Narrativos”, con los 37 mejores textos seleccionados por un distinguido jurado compuesto por representantes de los tres países. Los compatriotas destacados en la edición 2019, fueron Miguel Ángel Ruíz Díaz (13 años) y Rodrigo Daniel Espinoza (19 años).



### Arte escénico y cine

• **Cine Móvil. Amamos Cine. Fundación CIRD. El cine como una experiencia transformadora.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

De las 254 ciudades del país, solo cuatro cuentan con salas de cine. El propósito que nos une a este proyecto, es extender el cine paraguayo como una fuente de identidad y de creación para la promoción de derechos culturales y la transmisión de valores nacionales.

Es así que, de la mano de esta alianza, llegamos por primera vez a las ciudades de Filadelfia, Loma Plata, Pozo Colorado y Horqueta, con proyecciones de cine nacional, que contaron con la participación de 2.636 espectadores. Esta iniciativa implicó el involucramiento de 62 instituciones educativas y nueve organizaciones sociales locales.

• **Artes escénicas para la vida. Taller Integral de Actuación (TIA).** (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10)

A través de las artes escénicas, este proyecto tiene por intención que los adolescentes cuenten con una nueva perspectiva de sí mismos y de sus entornos y, de esta forma, puedan potenciar sus posibilidades expresivas y de participación en sus comunidades. En el año, los 17 adolescentes participantes del proyecto concretaron la realización del cortometraje “Adolescente”.

• **Conversatorios por los 10 años del TIA Maneglia - Schembori**

Con el fin de generar vínculos artísticos y creativos, a través del intercambio de experiencias, métodos, prácticas y técnicas y, a modo de celebrar los 10 años del TIA; se desarrollaron dos conversatorios con artistas de gran trayectoria internacional y nacional, tales como Facundo Arana, Nicolás García y Florencia Martino. Participaron de estos espacios, 410 personas entre estudiantes, actores y referentes del ambiente audiovisual.



• **Programa “Teatro y educación”. Fundación Arlequín. El teatro para la formación de ciudadanía.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

Esta iniciativa mediante puestas en escena basadas en historias de nuestro país, busca fomentar la identidad y el orgullo, elementos indispensables para la construcción de ciudadanía. En 2019, la obra “Palma: del Petit Boulevard al Lido Bar” fue vista por 22.400 alumnos y 450 docentes, de 91 instituciones educativas del país.



• **Teatro Mbyky. Revitalizando la escena teatral.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Esta iniciativa busca revitalizar la escena teatral nacional, centrando sus esfuerzos en



la creación de nuevas obras y en la formación de dramaturgos, actores y directores. En su décima edición, fueron seleccionadas cuatro obras cortas, las cuales fueron puestas en escena y apreciadas por más de 960 espectadores.



## Danza

• **Encuentro Amarbailar. Empresa Social Amarbailar. La danza como expresión e interpretación de lo que somos. (ODS 4) (ODS 9) (ODS 10)**

Contribuir con la profesionalización de bailarines mediante espacios de formación, es el objetivo del Encuentro Amarbailar. En la edición 2019, el evento implicó el desarrollo de 17 clases y 6 charlas y la participación de tres profesores extranjeros. Así también, conllevó el involucramiento de 56 escuelas y Compañías de danza de 15 ciudades del país y de cuatro escuelas internacionales. En total participaron del encuentro 1.088 bailarines.



• **Encuentro Internacional de Danzas y Artes Contemporáneas “Crear en Libertad”. El arte como vínculo para la creación. (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10) (ODS 11)**

“Crear en Libertad” reúne a artistas, creadores, investigadores, programadores de festivales, productores y gestores de danza y artes contemporáneas de Paraguay, Iberoamérica y el mundo, para promover la creación y producción de obras a través de residencias, talleres, charlas y debates. En su décimo octava edición, el encuentro congregó a más de 700 participantes de ocho países y contó con más de 5.000 personas como público asistente, a las 15 obras en escena.





**Iniciativas impulsadas por Itaú por departamento en 2019** (GRI 102-5) (GRI 203-2) (GRI 413-1) (ODS 2.3)

N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Cantidad de iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
1	<b>Concepción</b>	Belén, Concepción, Horqueta, Vallemí.	Apoyo al Conservatorio de Música ASOMAR, Charlas de “Uso Consciente del Dinero”, Maratón de Recaudación Teletón, Programas Emergentes, Proyecto Cinemóvil, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	6	Sí
2	<b>San Pedro</b>	General Aquino, San Pedro, Tacuatí.	Iniciativa de Juntos por la Educación, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	2	No
3	<b>Cordillera</b>	Altos, Arroyos y Esteros, Atyra, Caacupé, Caraguatay, Cordillera, Mbocayatí, San Bernardino, Tobatí.	Bicisendas de San Bernardino, Concurso de covers de la guarania “Kuñataí”, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa de Voluntariado “OGA”, Programa Emergentes, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en las Aulas, Programación Cultural del Centro Cultural del Lago, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	8	No
4	<b>Guairá</b>	Itá Azul (Guairá), Iturbe, Villarrica.	Maratón de Recaudación Teletón, Programa “Fábricas de Inteligencia”, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	3	Sí
5	<b>Caaguazú</b>	Caaguazú, Coronel Oviedo, Repatriación.	Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón, Programa Emergentes, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en Aulas, Programa Poravé, Programación Cultural del Centro Cultural del Lago, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	7	Sí
6	<b>Caazapá</b>	Caazapá, Fulgencio Yegros.	Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón, Programa Emergentes, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en Aulas, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	5	No
7	<b>Itapúa</b>	Bella Vista, Encarnación, Hohenau, Itapúa, Obligado.	Charlas “Uso Consciente del Dinero”, Festival Internacional de Cuerdas, Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón, Masterclass y Conservatorio con Paquito de Rivera y Berta Rojas, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa Emergentes, Ruta Jesuítica.	8	Sí



N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Cantidad de iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
8	<b>Misiones</b>	Ayolas, Ayolas Semilla, Misiones, San Ignacio, San Juan Bautista, Santa Rosa, Santiago.	Aldea SOS de San Ignacio, Jopará. Colectivo de Arte, Maratón de Recaudación Teletón, Programa Emergentes, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras, T-errario Público.	6	Sí
9	<b>Paraguarí</b>	Paraguarí, Pirayú, Quiindy, Yaguarón, Ybytymí.	Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa Emergentes, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en las Aulas, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	6	No
10	<b>Alto Paraná</b>	Monday, Acaray, Alto Paraná, Ciudad del Este, Hernandarias, Minga Guazú, San Cristóbal, Santa Rita.	Carlas "Uso Consciente del Dinero", Comilona de Teletón de Alto Paraná, Competencia Interuniversitaria de Juicios Orales de la Corte Suprema de Justicia, Contar el Arte - Investigación sobre el rol de marcas en Paraguay que financian proyectos culturales, Festival Jazz al Este, Maratón de Recaudación Teletón, Masterclass con el Maestro Ed Calle, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa de Voluntariado "La compañía", Programa Emergentes, Programa La Compañía de Junior Achievement, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	12	Sí
11	<b>Central</b>	Areguá, Asunción, Capiatá, Fernando de la Mora, Guarambaré, Itá, Itauguá, Itauguá Guasú, Lambaré, Limpio, Luque, Mariano Roque Alonso, Ñemby, San Lorenzo, Villa Elisa, Villeta, Ypacaraí.	Auspicio Intercolegial Deportivo, Charlas "Uso Consciente del Dinero", Ciclo de Charlas Educación Financiera para tu Empresa", Comilona de Teletón Asunción, Competencia Interuniversitaria de Juicios Orales de la Corte Suprema de Justicia, Concurso de covers de la guarania "Kuñataí", Conferencia con José Dallo "Nuevos modelos de consumo y producción sostenible", Contar el Arte - Investigación sobre el rol de marcas en Paraguay que financian proyectos culturales, Corrida Dequení, Encuentro de Danza AmarBailar, Encuentro Internacional de Danza y Artes Contemporáneas "Crear en Libertad", Estudio de Impacto y talleres de capacitación sobre	46	Si



N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Cantidad de iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
11	<b>Central</b>	Areguá, Asunción, Capiatá, Fernando de la Mora, Guarambaré, Itá, Itauguá, Itauguá Guasú, Lambaré, Limpio, Luque, Mariano Roque Alonso, Ñemby, San Lorenzo, Villa Elisa, Villeta, Ypacaraí.	Inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual, Programa de Educación Inclusiva de Fundación Arranco, Feria Internacional del Libro de Fotografía Autoral, Festival Nacional de Creatividad “Jóvenes Talentos”, Festival y Campus “Asunción a voces”, Fiesta de las Colectividades de Hohenau, Foro y Taller de Luthera, Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón, Masterclass con el Maestro Ed Calle, Masterclass con Natalia Urruti “El rol del actor en la producción audiovisual”, Masterclass Gestión Cultural, Masterclass y Conservatorio con Paquito de Rivera y Berta Rojas, Obra teatral “Flores del Yuyal”, Olimpiadas Especiales del Paraguay, Programa “El arte como lazo vinculante y herramienta transformadora de mentes y realidades”, Programa de Formación de Docentes, Programa de Robótica Educativa, Programa de Voluntariado “Banco de Elecciones”, Programa de Voluntariado “Entrenadores”, Programa de Voluntariado “La compañía”, Programa de Voluntariado “Leé para un niño”, Programa de Voluntariado “OGA”, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en las Aulas, Programa La Compañía de Junior Achievement, Programa Vy´a Renda - Cena Benéfica Fundación Jesuítas, Programación Cultural del Centro Cultural de la Ciudad Carlos Colombino “Manzana de la Rivera” - Ciclo de Abono OSCA y OCMA, Programación Cultural del Centro Cultural del Lago, Programación Cultural del Centro de Artes Visual Carlos Colombino “Museo del Barro”, Programación Cultural Fundación Migliorisi, Proyecto “Artes escénicas como base de actuación para cine” - Conversatorios y talleres de actuación, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras, Taller de teatro para niños y niñas del Hogar Santa Lucía, Teatro Mbyky, T-errario Público.	46	Sí



N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Cantidad de iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
12	<b>Ñeembucú</b>	Cerrito, Ñeembucú, Pilar.	Masterclass y Conservatorio con Paquito de Rivera y Berta Rojas, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa La Compañía de Junior Achievement, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	4	No
13	<b>Amambay</b>	Pedro Juan Caballero.	Apoyo al Conservatorio de Música ASOMAR, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	2	No
14	<b>Canindeyú</b>	Canindeyú, Katueté.	Iniciativas de Juntos por la Educación, Maratón de Recaudación Teletón.	2	Sí
15	<b>Presidente Hayes</b>	Pozo Colorado, Villa Hayes.	Maratón de Recaudación Teletón, Programa Estudiantes al Teatro - Teatro en las Aulas, Proyecto Cinemóvil, T-errario Público.	4	No
16	<b>Alto Paraguay</b>	Alto Paraguay.	Premio Itaú de Cuento Digital, Programa Emergentes.	2	No
17	<b>Boquerón</b>	Boquerón, Filadelfia, Loma Plata, Mariscal Estigarribia.	Charlas "Uso Consciente del Dinero", Maratón de Recaudación Teletón, Premio Itaú de Cuento Digital, Programa Emergentes, Proyecto Cinemóvil, Proyecto Comunidades Musicales Transformadoras.	6	Sí



# Gestión ambiental



## ¿Por qué este tema es material?

Aun cuando las operaciones del sector financiero generan un impacto ambiental directo reducido en comparación a otros sectores de la economía, este tema adquiere relevancia cuando consideramos el tamaño de la estructura necesaria para que las instituciones financieras puedan operar con eficiencia. Es así que entendemos la importancia de conocer, gestionar y medir el impacto ambiental de nuestras actividades, y la presión que producimos sobre los recursos naturales, para conseguir reducirlos.

De esta manera, incorporamos criterios sociales y ambientales en nuestras actividades diarias, al tomar decisiones sobre el negocio y al diseñar nuevas soluciones financieras, con la intención de llevar una gestión ambiental cada vez más responsable. Igualmente, participamos de diferentes instancias, en conjunto con organizaciones y empresas para desarrollar espacios de formación y generar consciencia sobre temas relacionados a la conservación del medio ambiente.





## Política de Sustentabilidad

La Política de Sustentabilidad del Banco establece las siguientes directrices para la actuación de la empresa en relación al medio ambiente:

- Apoyar mecanismos de mercado y políticas internas que promuevan el respeto al medio ambiente, a la calidad de vida y al mantenimiento de la biodiversidad.
- Mitigar los impactos ambientales directos de las operaciones del Banco.
- Promover la eficiencia en el consumo de energía y de los recursos naturales.
- Promover la gestión y destinación adecuada de los residuos y efluentes generados en las actividades internas.

## Recolección selectiva y gestión de residuos (ODS 11.6)

La gestión de residuos inicia con el uso racional de los materiales, de manera a disminuir la generación de los mismos. Este año dimos énfasis a los procesos de reducción, reutilización y reciclaje de materiales en nuestro consumo interno.

Contamos con un procedimiento de recolección selectiva y de gestión de

residuos en la Torre Itaú (principal edificio administrativo) en coordinación con la consultora Gestión Ambiental (GEAM). Mediante la disposición de contenedores de residuos en todos los espacios de la Torre, esta modalidad permite separar residuos en tres categorías: (i) papeles y cartones; (ii) otros reciclables, como plásticos y vidrios, (iii) residuos no reciclables y/o materiales orgánicos.

Lo residuos no reciclables y orgánicos son almacenados en un depósito de desechos ubicado en el edificio, para su posterior retiro por el servicio municipal. Este depósito cuenta con un sistema de refrigeración como una medida de salud y seguridad para el personal que manipula los residuos; además contribuye a la conservación de los residuos mismos.

En cuanto a los materiales reciclables, los mismos son dispuestos también en el depósito, en compartimientos separados, trasladados periódicamente hasta las instalaciones de GEAM, en donde desde su programa Procicla<sup>25</sup>, son clasificados y destinados a la comercialización y generación de ingresos.

Para asegurar el adecuado tratamiento de los residuos, así como un aprovechamiento

eficiente de los materiales, se realizan entrenamientos periódicos sobre el funcionamiento y relevancia del proceso de recolección selectiva. De estas actividades, en el año, participaron 22 personas, entre colaboradores de diferentes dependencias del Banco y proveedores del servicio de limpieza y mantenimiento.

Por otro lado, para la gestión de residuos,

se realizan verificaciones de papelería no vigente para destinarla a reciclaje y relevamientos en depósitos del Banco para identificar mobiliarios en desuso, los cuales son destinados a la reutilización o donación según el estado en el que se encuentren. En esta misma línea, sistemáticamente se trata documentación confidencial no vigente (mayormente extractos de cuenta no entregados tras

### Acciones con colaboradores

A continuación, se comparten acciones específicas dirigidas al público interno para reducir la generación de residuos:

- **Reemplazo de vasos de plástico:** Para reducir el consumo de vasos de plástico de un solo uso, mediante una campaña que explicaba el impacto de este residuo, se ofrecieron para la venta interna, a precio de costo, hoppers y termos.
- **Colecta de ropas:** En la misma línea, desarrollamos una acción de colecta de ropas, para extender la vida útil de las mismas, mediante la donación, a través de dos organizaciones sin fines de lucro. Durante esta campaña hemos profundizado en el impacto ambiental de la industria textil, a la vez de sugerir alternativas para el uso consciente de estos materiales.
- **Contenedores disponibles para residuos domésticos:** Dentro del mes del ambiente hemos estimulado el reciclaje de materiales de uso doméstico, al disponer de contenedores para su colecta en la Torre Itaú. Los materiales reciclables fueron entregados a (GEAM).

<sup>25</sup> El programa trabaja en el tratamiento de residuos con personas calificadas para estas tareas. Tiene el objetivo de mejorar la calidad de vida de los trabajadores mediante la concesión de beneficios y compensaciones a partir de los ingresos generados por la comercialización de materiales.





varios intentos), que ingresa al proceso de reciclaje luego de ser destruida bajo un estricto control desde el punto de vista de seguridad y sigilo de la información.

Como resultado de estas acciones, en 2019 fueron destinados a reciclaje 4.214 kg de papeles y cartones y 1.555 kg de plásticos. En cuanto al impacto ambiental estimado, el reaprovechamiento de estos materiales evitó la tala de 59 árboles, el consumo de 84.280 litros de agua y la emisión de 5,5 toneladas de CO<sub>2</sub> <sup>26</sup>. (GRI 301-1) (GRI 306-2) (ODS 8.4)(ODS 12.2 12.5)(ODS 3.9)

### Gestión de equipos en desuso (GRI 306-2) (ODS 3.9) (ODS 11.6) (ODS 12.5)

Nuestra Política de Renovación de Equipos Informáticos dirige el tratamiento de la obsolescencia de equipos en la empresa. Esta Política establece que los equipos electrónicos e informáticos se retirarán de las oficinas por causas como el desgaste natural, la discontinuidad en la línea de producción del fabricante o la discontinuidad en la necesidad de mantener operativos los equipos. Así también, el valor contable que posee el bien, se suma como otro criterio para discontinuar su uso.

Considerando las definiciones de esta Política -y con la intención de obtener el mejor provecho de estos equipos- la primera alternativa de tratamiento es la donación a organizaciones de la sociedad civil e instituciones educativas, para lo que se realizan verificaciones digitales y físicas del estado de los equipos. Aquellos que resulten apropiados para la reutilización son entregados –en su mayoría- al proyecto PC Mochila de la Facultad Politécnica de Universidad Nacional de Asunción. El proyecto se encarga del reacondicionamiento del hardware, la instalación de softwares libres y la entrega de equipos a instituciones educativas.

En 2019, en concepto de donación, se han entregado 68 CPU y 31 equipos Tausernet (que a su vez incluyen CPU) al programa PC Mochila. La reutilización de estos equipos evitó la generación de más de 4 toneladas de residuos electrónicos en el año.

## 4.004 kg

de residuos electrónicos no generados por reutilización de equipos en desuso

Los equipos que no puedan destinarse a reutilización son cedidos a GEAM, para destinarlos a la separación en partes lo que posibilita el recupero y aprovechamiento de materiales reciclables y comercializables. Los materiales que resulten no reciclables en el proceso anterior junto con los equipos que no son aptos para someterse al proceso de disposición en partes, son destruidos por compañías especializadas en procedimientos de gestión responsable de materiales peligrosos. En el año, no hubo equipos que hayan pasado por el proceso de disposición en partes o destrucción de materiales peligrosos.

### Materiales recolectados para reciclaje o destrucción responsable

Material	Peso en kg
Papeles y cartones	4.214
Plásticos	1.555
Electrónicos	4.004

### Impacto ambiental por la reutilización de materiales

**59 árboles**

no talados

**84.280**

litros de agua ahorrados

**5,5 toneladas**

de CO<sub>2</sub> no emitidas

### Consumo de recursos

El consumo de energía eléctrica, combustibles y agua en edificios administrativos y sucursales del Banco es registrado mensualmente. A continuación, las operaciones que son monitoreadas para este registro y los niveles de consumo de 2019.

#### • Energía eléctrica

El consumo registrado proviene de facturas emitidas por la institución proveedora del servicio público y corresponden a 30 centros de operación del Banco (sucursales, edificios

<sup>26</sup> Las estimaciones sobre el número de árboles, litros de agua consumidos y toneladas de CO<sub>2</sub> emitidas, están relacionadas al proceso de producción de papeles y cartones.



administrativos, depósitos) que cuentan con medidores propios de consumo. En el caso de ocho sucursales, no se cuenta con la información sobre el consumo de energía eléctrica pues se encuentran ubicadas en centros comerciales (el consumo ya está incluido en el arrendamiento del predio). Esta misma situación se aplica para los puestos Itaú Express y para las cabinas de cajeros automáticos no ubicadas en la zona 24 horas de sucursales.

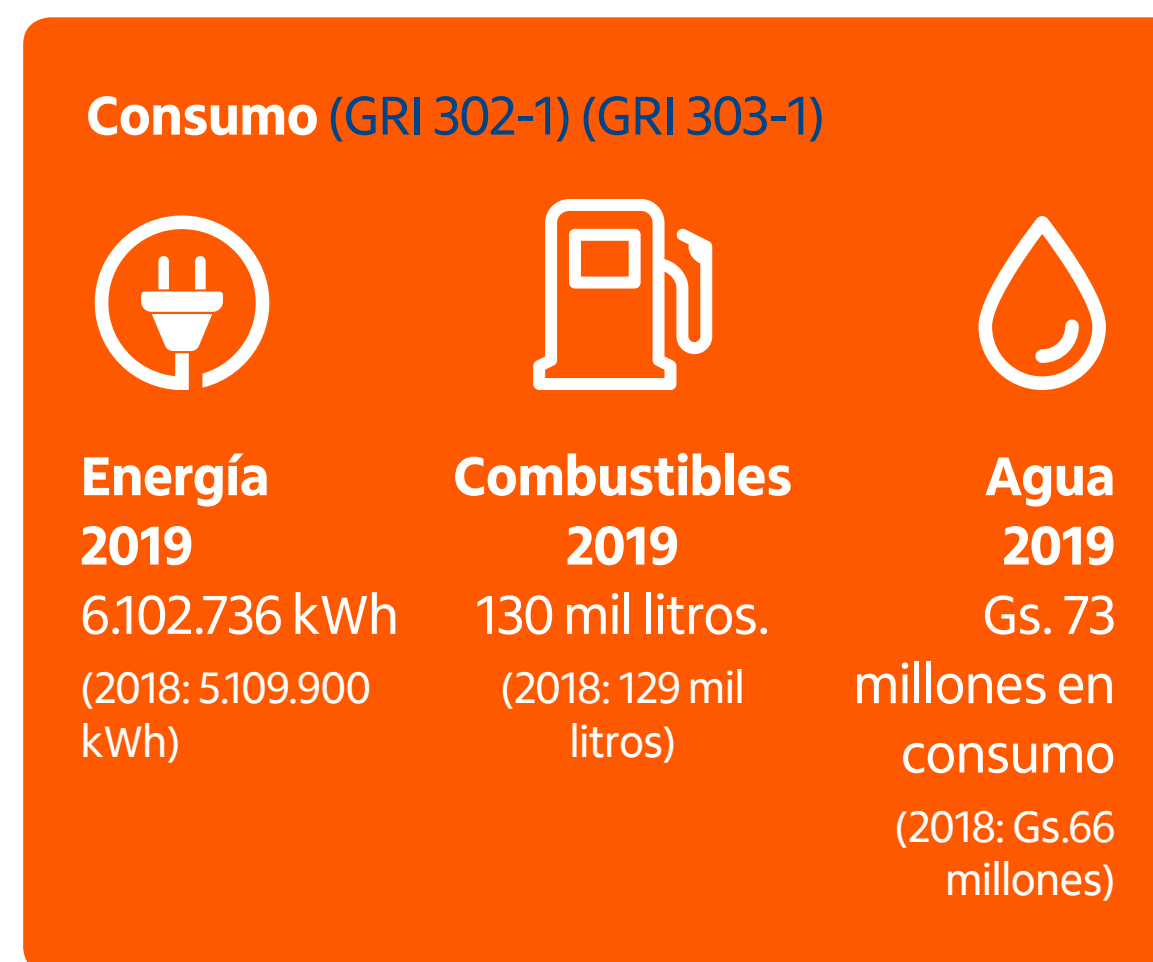
**• Combustibles**

Registramos el consumo de combustibles en los siguientes casos: i) traslados de colaboradores por cuestiones laborales (con vehículos propios o vehículos de la empresa); ii) trayectos del servicio de correspondencia interna en Asunción y Gran Asunción, y iii) el funcionamiento de generadores de energía.

**• Agua**

El agua consumida y utilizada en nuestros predios proviene del suministro público. Los niveles de consumo de agua corriente están expresados en términos del valor monetario incluido en la facturación mensual recibida por consumo en predios, excluyendo la porción pagada por el servicio de alcantarillado sanitario. Tal y como sucede en

el caso de la energía eléctrica, el consumo en ciertos predios no se encuentra incluido en el cálculo, pues el servicio de suministro de agua potable forma parte del arrendamiento y no puede discriminarse. (GRI 303-1)



**Iniciativas de consumo eficiente**

Estas iniciativas se encuentran vigentes con el objetivo de hacer más eficiente el consumo de energía eléctrica, de combustibles y de papel. (GRI 302-4) (ODS 7.3) (ODS 8.4) (ODS 12.2 12.5)



**• Energía eléctrica**

<b>Iniciativa</b>	<b>Descripción</b>
<b>Sistema de climatización en Torre Itaú</b>	Este predio, en el que se concentra el mayor porcentaje de colaboradores del Banco, cuenta un sistema de climatización que garantiza un mayor ahorro energético; pues funciona mediante una tecnología de circulación de agua en lugar de gases refrigerantes (Chillers). Las fachadas están constituidas por un sistema denominado “muro cortina”, compuesto por doble vidriado hermético y paneles composite, que ofrece mayor iluminación natural y menor radiación solar, conservando la temperatura y aislando los decibeles del exterior.
<b>Apagado automático de luces</b>	En predios administrativos durante los días laborales, las luces y los equipos acondicionadores de aire son apagados automáticamente pasadas las 19:00 horas, salvo excepciones previstas y en las áreas ocupadas las 24 horas.
<b>Servidores virtuales y CPU compartidas</b>	Centralizamos ciertos servidores físicos en unidades virtuales para reducir el consumo de energía en los propios equipos y en los sistemas de refrigeración. También contamos con equipos informáticos que comparten unidades centrales de procesamiento con lo que se reduce la cantidad de aparatos que requieren de energía eléctrica.



• **Combustibles**

Iniciativa	Descripción
<p><b>Reuniones por tele y video conferencias</b></p>	<p>Nuestras salas de reuniones de sucursales y predios administrativos cuentan con equipos para teleconferencias, lo que reduce la necesidad de traslados entre un centro de operación y otro. Así también, todos los niveles de la Torre Itaú cuentan con equipos de video llamadas en las salas de reuniones, lo que permite establecer contactos y presentaciones con otras unidades del Holding y con Casa Matriz, sin necesidad de traslados por vía aérea. Este equipamiento reduce la cantidad de viajes en los que se consume combustible.</p>



• **Papel**

Iniciativa	Descripción
<p><b>Cambio de materiales en sobres de correspondencia</b></p>	<p>Se encuentran vigentes las siguientes medidas: i) uso de papel reciclado (antes papel de fibra nueva) para sobres de tarjetas de débitos (reimpresiones y renovaciones); ii) sobres de correspondencia con dimensiones reducidas y, iii) uso de sobres de papel de fácil degradación (antes bolsas plásticas) para la remisión de extractos de cuentas.</p> <p><b>1.67</b> toneladas de papel no utilizadas por el reemplazo de materiales en correspondencias a clientes.</p>

Iniciativa	Descripción
<p><b>Cambio de materiales en sobres de correspondencia</b></p>	<p>La utilización de materiales alternativos para el envío de correspondencias supuso un ahorro de 1,67 toneladas de papel en 2019, lo que implicó que se evite talar 23 árboles, utilizar 33.400 Litros de agua y emitir 2,2 toneladas de CO<sub>2</sub>, esto en comparación a una producción a partir de fibras vírgenes (fibras de celulosa procedentes de madera).</p> <p>A pesar del ahorro por el proceso de reciclaje, igualmente existe una emisión de gases de efecto invernadero por la producción de estos sobres. Las emisiones de 2019 fueron medidas y compensadas a través del proyecto “La buena cocina”, a cargo de Nature Office. Estas emisiones fueron de 1,275 Tn de CO<sub>2</sub> durante el año (esta cifra no está incluida en el cálculo de emisiones presentadas en la sección “Emisión y compensación de gases del efecto invernadero”).</p>
<p><b>Extractos digitales</b></p>	<p>La opción disponible para clientes de recibir extractos digitales por correo electrónico junto con otras iniciativas de no impresión de extractos de tarjetas de crédito, resultaron en una optimización en el uso de papel.</p> <p>Al cierre de 2019, contábamos con 262.591 cuentas de tarjetas de créditos que no generaban extractos impresos, lo que representa el 67% del total de cuentas activas en el año. (56% de cuentas en 2018).</p>



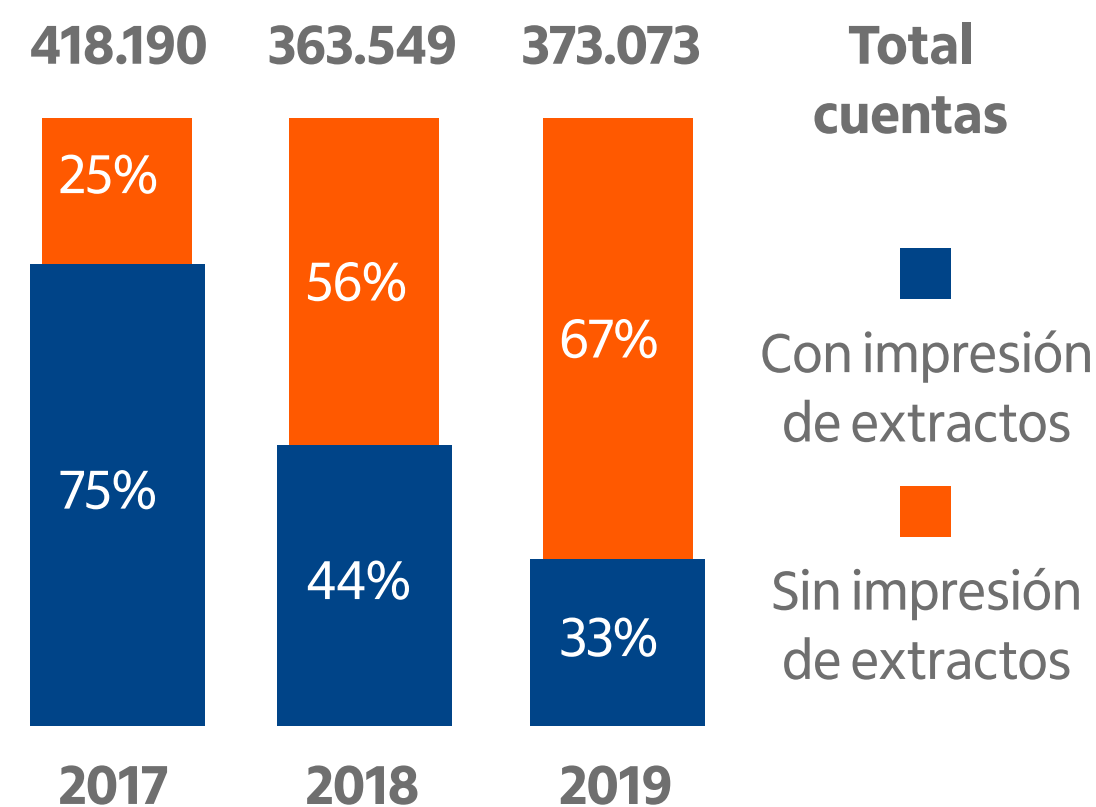
• **Papel**

<b>Iniciativa</b>	<b>Descripción</b>
<b>Seguimiento en la cantidad de impresiones</b>	Promovemos el uso de medios digitales en situaciones en que pueda prescindirse del papel mediante el seguimiento mensual de impresiones y copias realizadas en las oficinas. En 2019, en promedio se han realizado 457.777 impresiones mensualmente, lo que representó una disminución del 7% con respecto al año pasado. Adicionalmente, en el año se registró un aumento del 11% en las digitalizaciones. En promedio mensual, se digitalizaron 180.541 documentos mediante el escaneo, lo que evitó impresiones y copias en papel en procesos administrativos (162.032 en 2018).

**Digitalización de extractos de cuentas de tarjetas de crédito<sup>27</sup>**

**67%**

de cuentas de tarjetas de crédito con extractos digitales



**Emisión y compensación de gases del efecto invernadero<sup>28</sup>**  
(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3) (ODS 3.9) (ODS 12.4)

Realizamos la medición de nuestras emisiones de gases del efecto invernadero considerando el consumo de combustibles en vehículos de la flota de la empresa, en vehículos propios de colaboradores para viajes por trabajo, en viajes realizados por colaboradores por vía aérea, en el transporte interno de correspondencias para Asunción y Gran Asunción, en los generadores de electricidad ubicados en predios del Banco, y a partir de un relevamiento sobre la forma de transporte de colaboradores en sus trayectos de ida y vuelta hasta las oficinas (commuting), también se incluyó el combustible consumido en estos traslados. En cuanto al consumo de energía eléctrica son consideradas todas las sucursales y predios administrativos con las exclusiones mencionadas en el apartado “Consumo de recursos”.

Las emisiones están expresadas en toneladas de dióxido de carbono equivalente (CO2e), el cual representa la cantidad de los diferentes gases del efecto

invernadero en términos de la cantidad de dióxido de carbono. Asimismo, las emisiones se presentan organizadas en alcances; en el Alcance 1 se incluyen las emisiones directas relacionadas a las actividades internas de la empresa, el Alcance 2 contempla emisiones indirectas de la empresa (en nuestro caso, vinculadas a la energía adquirida) y el Alcance 3 reúne a las emisiones que tienen que ver con la cadena de producción.

<sup>27</sup> El total de cuentas excluye cuentas de tarjetas prepagas.

<sup>28</sup> Como signatario del Carbon Disclosure Project (CDP), Itaú Unibanco Holding S.A. divulga anualmente sus emisiones de gases del efecto invernadero. Para ello, construye un inventario considerando lineamientos de la metodología del GHG Protocol. Desde Itaú Paraguay, como unidad subsidiaria del Holding, medimos estas emisiones desde 2011.



<b>Emisiones de CO<sub>2</sub>e</b>		
<b>Alcances y fuentes</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Alcance 1</b>	<b>269</b>	<b>168</b>
Combustibles en generadores	16,98	15
Combustibles en vehículos de la flota Itaú	252,14	151
<b>Alcance 2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Consumo de electricidad en predios del Banco <sup>29</sup>	0	0
<b>Alcance 3</b>	<b>664,7</b>	<b>727</b>
Commuting y traslados de colaboradores	515,43	505
Traslado de colaboradores por cuestiones de trabajo	115,4	186
Transporte de correspondencia interna	33,9	36

**933,7**

toneladas de CO<sub>2</sub>e emitidas en 2019

**Compensación de emisiones**

En 2018, se hizo efectivo un acuerdo con la Fundación Moisés Bertoni (quien administra y custodia la Reserva Natural del Bosque Mbaracayú), mediante el cual el Banco destinó recursos financieros para contribuir con la conservación de la Reserva. (ODS 15.2)

En una primera etapa y considerando el nivel bajo de emisiones, se compensó las emisiones de los gases de efecto invernadero emitidos como consecuencia de las operaciones de la empresa de 2011 a 2016, las cuales ascendieron a 4.174 toneladas de CO<sub>2</sub>e.

En una segunda etapa, en 2019, se realizó la compensación de las emisiones correspondientes a los años 2017 a 2018, que sumaron 1.785 toneladas de CO<sub>2</sub>e. En el año seguimos apoyando las actividades de conservación de la Reserva Mbaracayú.

**Participación en mesas de trabajo**

**Mesa de Medio Ambiente del Pacto Global (ODS 8.4)**

Como miembros de la Red del Pacto Global en Paraguay integramos la mesa temática de Medio Ambiente, y trabajamos principalmente, con el ODS 13 “Acción por el clima” y con el ODS 15 “Vida de ecosistemas terrestres”.

En el año, en conjunto con la Organización Mundial de Conservación – WWF, se llevó a cabo la iniciativa “Reconocimiento Verde”, iniciada en 2018. Este reconocimiento busca visibilizar buenas prácticas de las empresas e impulsar un movimiento que traiga soluciones a los desafíos ambientales desde negocios sostenibles.

El Reconocimiento está dirigido exclusivamente a empresas privadas que desarrollaron proyectos medioambientales con implementación local en Paraguay de forma independiente, sean o no participantes de la Red del Pacto Global. Las cuatro categorías habilitadas por el Reconocimiento son: i) educación y sensibilización por el ambiente, ii) manejo de residuos, iii) eficiencia energética y iv) protección de la biodiversidad.

Las actividades más relevantes en 2019, al respecto de este Reconocimiento fueron:

- Lanzamiento del Reconocimiento, ocasión en que el Pacto Global y el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES) firmaron un acuerdo marco con el objetivo de diseñar y ejecutar acciones en conjunto en las áreas relacionadas a Ambiente y el Desarrollo Sostenible.
- Ceremonia de Reconocimiento Verde, llevado a cabo el 5 de junio, en coincidencia con el Día del Ambiente. Participaron más de 60 postulantes, de los cuales fueron finalistas 24 proyectos y 8 resultaron ganadores. La selección estuvo a cargo de un jurado conformado por expertos en temas

29 El consumo de energía eléctrica no genera emisiones pues la energía que consumimos es producida de forma hidráulica (100% renovable).



ambientales del sector público, la academia y el sector privado.

- Lanzamiento de la Memoria de Reconocimiento Verde, con el objetivo de reconocer a los participantes y ganadores de la primera edición del concurso, y de incentivar a otras empresas a replicar buenas prácticas e ir transformando sus procesos con miras a construir un sistema más sostenible y a la vez rentable.

#### **Mesa de Finanzas Sostenibles (MFS) (ODS 8.4)**

Desde 2014, participamos de la MFS (como miembros plenos desde 2018), en la que en conjunto con otras instituciones bancarias del país y en alianza con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, se trabaja para promover la aplicación de buenas prácticas ambientales en la gestión interna de las empresas, así como en el análisis del riesgo y toma de decisiones basados en el impacto ambiental potencial de las operaciones que se financian.

Destacamos las siguientes actividades durante el año:

- Establecimientos de alianzas, para el desarrollo de trabajos conjuntos con referentes de distintos sectores de la economía y del cuidado del ambiente, tales como: el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), el Instituto Forestal Nacional (INFONA), la Central Nacional de Cooperativas (UNICOOP), la organización The Nature Conservancy (TNC), la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Bolsa de Valores y Productos de Asunción (BVPASA), y la Federación de Cooperativas de Producción – FECOPROD LTDA.

- Organización de foros de discusión y aprendizaje, tales como el “Taller Introductorio y Avanzado de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales (ARAS)”; el “Segundo Foro Internacional de Finanzas Sostenibles”; y el Taller Internacional “Bonos Verdes, Sociales y Sostenibles: Nuevos mercados, nuevas oportunidades”.





## Desafíos para el 2020

### → **Centralidad en el cliente**

El desafío de la centralidad en el cliente demanda un cambio de cultura a partir de la cual la organización se mueve, teniendo como base la voz del cliente.

Este frente nos exigirá desarrollar nuevos espacios para escuchar al cliente, además de generar nuevas estrategias operacionales y de negocios que permitan contar con más tiempo para el relacionamiento y contacto con el cliente, al lograr una mayor eficiencia en las tareas operativas.

### → **Gestión de personas**

“Las personas son todo para nosotros”, enuncia uno de los principales puntos de Nuestra Manera. Por esto una de las tareas más desafiantes será mantener nuestro equipo motivado, en constante desarrollo, en un excelente clima laboral en el que se valora la diversidad y se cuida cada momento de la experiencia de nuestros colaboradores.

### → **Transformación digital**

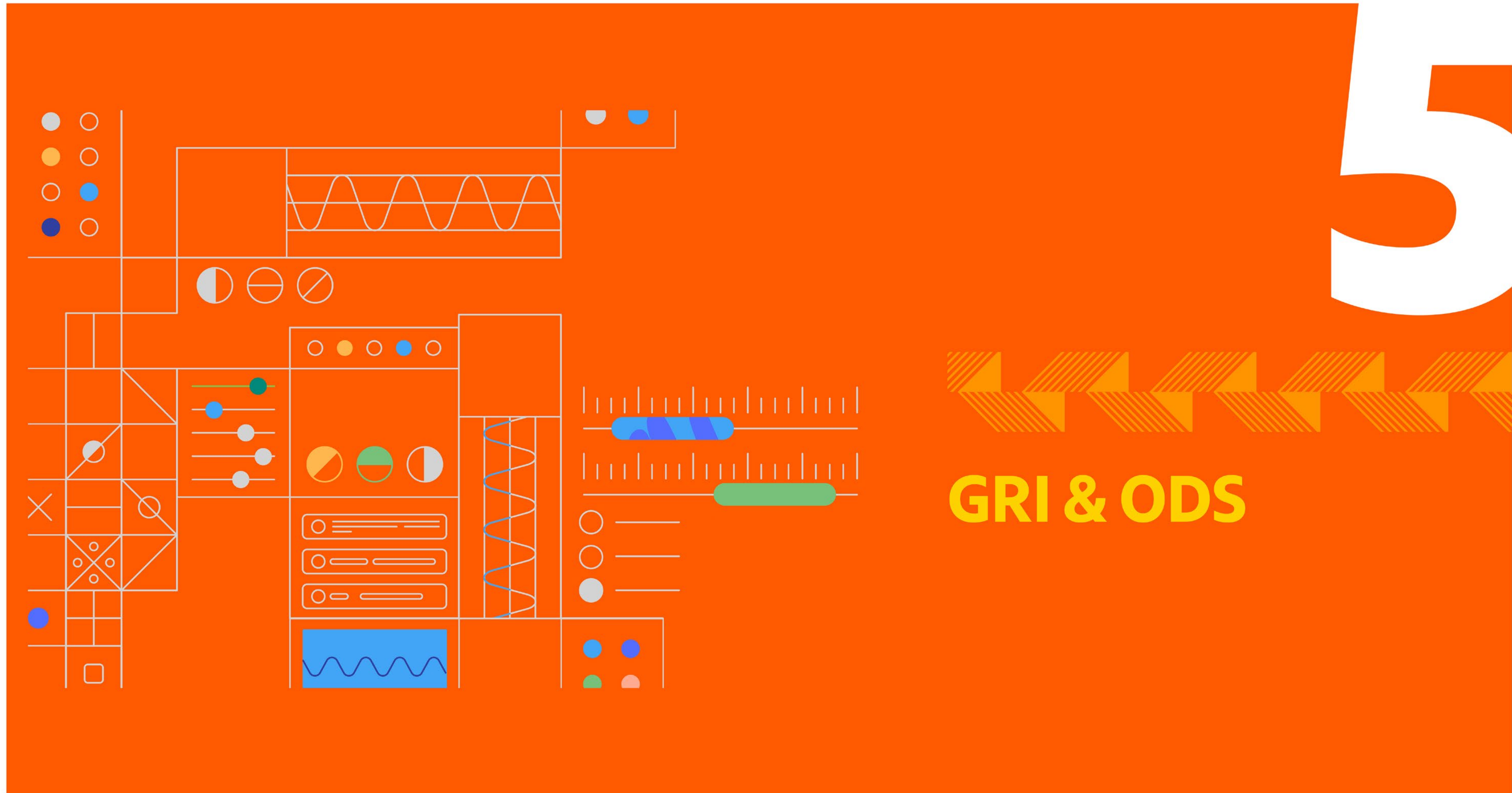
Preparar el banco del futuro, poniendo a disposición del cliente diversos productos y servicios auto-gestionables, es lo que nos propone el desafío de la transformación digital.

Desarrollar nuevas experiencias en los canales 24 horas y facilitar el acceso a los mismos para que más clientes puedan tener a su Banco siempre disponible cuando lo necesiten, son dos objetivos que movilizan distintos equipos interdisciplinarios en este proceso de transformación.

### → **Sustentabilidad e impacto en la sociedad**

Lograr un mayor integración de la gestión de la sostenibilidad con la estrategia de negocios, nos desafiará a asumir compromisos desde los diferentes frentes de gestión del Banco para generar impactos positivos en la sociedad.

Además, para incentivar una gestión sostenible, nos comprometemos a compartir prácticas en diversos foros, y seguir fortaleciendo el trabajo con aliados.







## Índice de Contenidos GRI y ODS

Este apartado presenta, el índice de contenidos de los Estándares del GRI que fueron incluidos en este reporte de acuerdo a la opción Esencial. También incluye los indicadores del suplemento del sector financiero (versión GRI 4) y el cuadro “Objetivos de Desarrollo Sostenible” para hacer referencia a las informaciones vinculadas a los ODS. (GRI 102.55)

### GRI 102 - Contenidos Generales

Indicador

Página/Respuesta

#### Perfil de la Organización

102-1	Nombre de la organización	Banco Itaú Paraguay S.A.
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	10, 18-21, 102.
102-3	Ubicación de la sede central de la organización	Casa Matriz: Oliva 349 esquina Chile. Asunción, Paraguay. Sede Corporativa: Avda. Santa Teresa y Herminio Maldonado. Asunción, Paraguay.
102-4	Ubicación de las operaciones	10, 131-134.
102-5	Propiedad y forma jurídica	71.
102-6	Mercados servidos	10.
102-7	Tamaño de la organización	11, 62,63, 68-70.



<b>102-8</b>	Información sobre empleados y otros trabajadores	76, 78, 79. La mayor porción de las actividades de la empresa es desarrollada por colaboradores con contratos directos con la empresa.
<b>102-9</b>	Cadena de suministro	110-112.
<b>102-10</b>	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	En el año no se registraron cambios significativos en relación al capital, a la cadena de suministro o el relacionamiento con proveedores.
<b>102-11</b>	Principio o enfoque de precaución	50.
<b>102-12</b>	Estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social desarrollados externamente a los que la organización esté suscrita o respalde.	34, 54, 114, 115.
<b>102-13</b>	Membresía a asociaciones	115.
<b>Estrategia</b>		
<b>102-14</b>	Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad.	7, 8.
<b>102-15</b>	Impactos, riesgos y oportunidades principales	7, 8.
<b>Ética e Integridad</b>		
<b>102-16</b>	Valores, principios, estándares y normas de conducta	12, 13.
<b>102-17</b>	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	44, 45, 46.



## Gobernanza

<b>102-18</b>	Estructura de gobierno	26-30.
<b>102-20</b>	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	28.
<b>102-21</b>	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales con el máximo órgano de gobierno.	No se han realizado procesos de consultas estructurados entre representantes del órgano superior de gobierno y los grupos de interés. Sí existen, naturalmente, encuentros y relacionamiento entre integrantes del Comité Ejecutivo y colaboradores, clientes, proveedores, representantes de instituciones gubernamentales y de organizaciones aliadas.
<b>102-22</b>	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	29.
<b>102-23</b>	Presidente del máximo órgano de gobierno	27.
<b>102-24</b>	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	27.
<b>102-25</b>	Conflictos de intereses	47.
<b>102-26</b>	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	28.
<b>102-27</b>	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	80.
<b>102-28</b>	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	27, 84.
<b>102-29</b>	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	53, 54.
<b>102-30</b>	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	53.
<b>102-31</b>	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	53.



<b>102-32</b>	Comité o cargo encargados de la evaluación y aprobación formal del informe de sostenibilidad de la organización y de garantizar que se traten todos los temas materiales	Superintendencia de Personas, Calidad de Servicios, Sustentabilidad y Marketing y; representantes del Comité Ejecutivo.
<b>102-35</b>	Políticas de remuneración	82, 83.
<b>102-36</b>	Proceso para determinar la remuneración	83.
<b>Participación de los Grupos de Interés</b>		
<b>102-40</b>	Lista de grupos de interés	34.
<b>102-41</b>	Porcentaje del total de empleados cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva	83.
<b>102-42</b>	Identificación y selección de grupos de interés	34.
<b>102-43</b>	Enfoque para la participación de los grupos de interés	34.
<b>102-44</b>	Temas y preocupaciones señalados a través de la participación de grupos de interés	Como resultado relevante de las consultas con grupos de interés realizadas en 2016, los aspectos que obtuvieron las valoraciones más altas fueron: i) ética, valores y transparencia; ii) calidad de atención y satisfacción de clientes; iii) atracción, retención y desarrollo (colaboradores); iv) eficiencia y desempeño económico y; v) educación financiera.
<b>Prácticas para la Elaboración de Informes</b>		
<b>102-45</b>	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Los estados financieros y contables incluidos en este informe al igual que las otras informaciones se refieren en su totalidad a los resultados y operaciones de Banco Itaú Paraguay S.A.
<b>102-46</b>	Definición de los contenidos del informe y las coberturas de los temas	34-40.



<b>102-47</b>	Lista de temas materiales	36-40.
<b>102-48</b>	Reexpresiones de información	No hubo reexpresiones de informaciones en el año.
<b>102-49</b>	Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios sobre el alcance y la cobertura de los aspectos materiales en relación al reporte anterior.
<b>102-50</b>	Periodo objeto del informe	Enero a Diciembre de 2019.
<b>102-51</b>	Fecha del último informe	Publicación en junio de 2019 sobre la gestión de 2018.
<b>102-52</b>	Ciclo de elaboración de informes	Anual.
<b>102-53</b>	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	4.
<b>102-54</b>	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	4.
<b>102-55</b>	Índice de contenidos GRI	145.
<b>102-56</b>	Verificación externa	El documento no ha sido sometido a verificación externa

## GRI 200 - Contenidos Específicos Económicos

Indicador

Página/Respuesta

Omisión

## GRI 201- Desempeño Económico

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	36, 61.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	61.



<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	54, 55, 62, 63.
<b>201-1</b>	Valor económico directo generado y distribuido	62.
<b>201-4</b>	Asistencia financiera recibida del gobierno	Itaú no recibió, hasta la fecha, fondos del gobierno
<b>GRI 202 - Presencia en el Mercado</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	75, 78, 82.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	91.
<b>202-1</b>	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	82.
<b>202-2</b>	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	28.
<b>GRI 203 - Impactos Económicos Indirectos</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	37, 113.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	105, 114.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	106, 118.
<b>203-1</b>	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Ver las secciones “Ciudadanía Corporativa” y “Gestión Ambiental”.
<b>203-2</b>	Impactos económicos indirectos significativos	105, 131-134.



## GRI 204 - Prácticas de Adquisición

**204-1** Proporción de gasto en proveedores locales 110.

## GRI 205 - Anticorrupción

**103-1** Explicación del asunto material y sus limitaciones 37, 45-47.

**103-2** Enfoque de gestión y componentes 44, 46, 47.

**103-3** Evaluación del enfoque de gestión 45, 47.

**205-1** Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción 54.

**205-2** Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción 46, 47.

**205-3** Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas 46.

## GRI 206 - Competencia Desleal

**103-1** Explicación del asunto material y sus limitaciones 37. Consideramos que la existencia de competencia es esencial para que los clientes y consumidores puedan ejercer su derecho a la libre elección. No obstante, permanecemos atentos a dos tipos de prácticas en este sentido: la competencia desleal la cual recurre a artimañas para privilegiar a empresas en perjuicio de otras, y la formación de trusts o carteles que someten al mercado a operativas que perjudican a los compradores. Por esto actuamos en conformidad con los preceptos de libre competencia y respetamos la reputación y las opiniones de nuestra competencia.

**103-2** Enfoque de gestión y componentes 37.

**103-3** Evaluación del enfoque de gestión 100.



<b>206-1</b>	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No se han tenido casos en el año.
--------------	---	-----------------------------------

## GRI 300 - Contenidos Específicos Ambientales

Indicador

Página/Respuesta

### GRI 301 - Materiales

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	38, 135.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136-140.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	137-140.
<b>301-1</b>	Materiales utilizados por peso o volumen	137.
<b>301-2</b>	Insumos reciclados utilizados	No se cuenta con un registro de materiales utilizados reciclados.

### GRI 302 - Energía

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	38, 135.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136, 138-140.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	136, 138-140.
<b>302-1</b>	Consumo energético dentro de la organización	138.
<b>302-4</b>	Reducción del consumo energético	138.





### **GRI 303 - Agua**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	38, 135, 136.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136, 138.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	138.
<b>303-1</b>	Extracción de agua por fuentes	138.
<b>303-3</b>	Agua reciclada y reutilizada	No se ha reciclado o reutilizado agua en el año.

### **GRI 304 - Biodiversidad**

<b>304-1</b>	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	No contamos con centros de operaciones ubicados en áreas protegidas o no protegidas de gran valor para la biodiversidad.
<b>304-2</b>	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Ídem anterior.

### **GRI 305 - Emisiones**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	38, 135.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	140.
<b>305-1</b>	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	140, 141.



<b>305-2</b>	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	140, 141.
<b>305-3</b>	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	140, 141.
<b>GRI 306 - Efluentes y Residuos</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	38, 135.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136, 137.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	136, 137.
<b>306-2</b>	Residuos por tipo y método de eliminación	137.
<b>GRI 307 - Cumplimiento Ambiental</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	135.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	136.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Ídem respuesta G4 DMA FS9 (Página 155).
<b>307-1</b>	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	En el año no hemos recibido sanciones por incumplimiento de legislación ambiental.
<b>GRI 308 - Evaluación Ambiental de Proveedores</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	40, 109-110.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	110, 111.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	111.



<b>308-1</b>	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	En el año no se han evaluado nuevos proveedores con criterios ambientales.
<b>308-2</b>	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No se han realizado verificaciones exhaustivas que permitan identificar impactos ambientales significativos, reales y potenciales en la cadena de suministro.

### GRI 400 - Contenidos Específicos Sociales

Indicador	Página/Respuesta
-----------	------------------

#### GRI 401 - Empleo

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39, 78.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	78, 83.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	79, 91.
<b>401-1</b>	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas	79.
<b>401-2</b>	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	83.
<b>401-3</b>	Permiso parental	83.

#### GRI 403 - Salud y Seguridad en el Trabajo

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39, 74, 85.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	44, 45, 74, 85, 86.



<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	85, 91.
<b>403-2</b>	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	En el año se registró un accidente automovilístico que afectó a un colaborador quien realizaba un recorrido por el interior del país. No hubo muertes por accidentes laborales o enfermedad laboral.
<b>403-3</b>	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Según el diagnóstico de salud y seguridad ocupacional realizado, no se han identificado empleados cuyo trabajo o lugar de trabajo represente una alta incidencia o alto riesgo de contraer determinadas enfermedades

### **GRI 404 - Formación y Enseñanza**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	14, 39, 74, 80-82, 84, 85
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	14, 74, 80-82, 84, 85.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	80-82, 84, 85, 91.
<b>404-1</b>	Media de horas de formación al año por empleado	82.
<b>404-2</b>	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	80-82.
<b>404-3</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	85.

### **405 - Diversidad e Igualdad de Oportunidades**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39, 87-90. Ver Página de Cuadro Temas Materiales y Cobertura
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	14, 27, 44, 45, 83, 87-90.



<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	14, 28, 27, 82, 87-91.
<b>405-1</b>	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	77.
<b>405-2</b>	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	82.
<b>GRI 406 - No Discriminación</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39, 44, 144.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	27, 44, 45.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	91.
<b>406-1</b>	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida	46.
<b>GRI 407 - Libertad de Asociación y Negociación Colectiva</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	39, 44, 109, 114.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	44, 45, 109, 111.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	91, 111.
<b>407-1</b>	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No se han identificado operaciones y/o proveedores con casos en que el derecho de asociación y negociación estén en riesgo.
<b>GRI 408 - Trabajo Infantil</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44.



<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	44, 45, 111, 112.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	111, 112.
<b>408-1</b>	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No se han identificado operaciones y/o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.
<b>GRI 409 - Trabajo Forzoso u Obligatorio</b>		
<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	40, 44, 114.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	44, 45.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	91.
<b>409-1</b>	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han identificado operaciones y/o proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.
<b>GRI 411 - Derechos de los Pueblos Indígenas</b>		
<b>411-1</b>	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No se ha recibido casos sobre violación de los derechos de los pueblos indígenas.
<b>GRI 412 - Evaluación de Derechos Humanos</b>		
<b>412-2</b>	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Si bien no existen entrenamientos que incluyan explícitamente contenido sobre derechos humanos, la construcción del Código de Ética contempla nociones sobre los mismos en sus principios y directrices. Ver información de entrenamientos sobre el código de ética en la sección "Código de Ética".



### **GRI 413 - Comunidades Locales**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	37, 113.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	131-134.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	118.
<b>413-1</b>	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	131-134.

### **GRI 414 - Evaluación Social de Proveedores**

<b>103-1</b>	Explicación del asunto material y sus limitaciones	40, 109, 110.
<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y componentes	110, 111.
<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	111.
<b>414-1</b>	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	En el año no se han evaluado nuevos proveedores con criterios sociales.
<b>414-2</b>	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No se han realizado verificaciones exhaustivas que permitan identificar impactos sociales significativos, reales y potenciales en la cadena de suministro.

### **415 - Política Pública**

<b>415-1</b>	Contribución a partidos y/o representantes políticos.	El Banco no realiza contribuciones a partidos políticos.
--------------	---	--



## 416 - Salud y Seguridad de los Clientes

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	32, 37, 48, 49, 98.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	48, 49, 98.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	48, 49, 100.
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No hemos identificado casos de incumplimiento de normativas relativas a impactos de productos y servicios en la salud y seguridad del cliente.

## GRI 417 - Marketing y Etiquetado

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	37, 98, 99.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	98, 99.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	97, 100.
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No hemos tenido casos de incumplimiento de estas normas
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En el año no se han identificados casos al respecto.

## GRI 418 - Privacidad del Cliente

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	37, 48, 49. Ver Página de Cuadro Temas Materiales y Cobertura
103-2	Enfoque de gestión y componentes	48, 49.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	48, 49.





**418-1** Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente

No se han recibido reclamos fundamentados sobre este tema.

### **GRI 419 - Cumplimiento socioeconómico**

**419-1** Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico

En el año no se han recibido multas o sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes y/o normativas en ámbitos socio-económicos.

## **Suplemento del Sector Financiero**

Indicador

Página/Respuesta

### **Sectorial - Portafolio de Productos**

G4 DMA Políticas con componentes ambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocios. **(Anteriormente FS1)**

53-60, 114, 136.

G4 DMA Procedimientos para evaluación y clasificación de riesgos ambientales y sociales de las líneas de negocio. **(Anteriormente FS2)**

56-60.

G4 DMA Proceso para el monitoreo de implementación, por parte del cliente, del cumplimiento de exigencias ambientales y sociales incluidas en contratos o transacciones. **(Anteriormente FS3)**

56-60.

G4 DMA Procesos para mejorar la competencia del personal en la implantación de las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocios. **(Anteriormente FS4)**

56-60.

G4 DMA Interacción con los clientes/inversionistas/aliados comerciales en relación a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales. **(Anteriormente FS5)**

56-60.



<b>G4 FS6</b>	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (Ej. Micro/pequeña y mediana/grande) y el sector de actividad	67, 68.
<b>G4 FS7</b>	Valor monetario de los productos y servicios creados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio, divididos por finalidades	No registrado aún.
<b>G4 FS8</b>	Valor monetario de los productos y servicios creados para proporcionar un beneficio ambiental específico para cada línea de negocio, divididos por finalidad	No registrado aún.
<b>Sectorial - Auditoría</b>		
<b>G4 DMA</b>	Amplitud y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de políticas ambientales y sociales, y procedimientos de evaluación de riesgos. <b>(Anteriormente FS9)</b>	Desde el Área de Auditoría Interna del Banco, el programa anual de trabajo, incluye la auditoría de los procesos vinculados a Créditos Corporativos, cuyo alcance contempla la revisión de aspectos socio-ambientales de los procesos y operaciones evaluadas.
<b>Sectorial - Control Accionario Activo</b>		
<b>G4 FS10</b>	Porcentaje y número de empresas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medio ambientales y sociales	59.
<b>G4 FS11</b>	Porcentaje de activos sujetos a orden ambiental o social positivo y negativo	No registrado aún.
<b>G4 DMA</b>	Políticas de voto aplicadas a cuestiones ambientales o sociales para participaciones en las cuales la organización declarante tiene derecho a acciones con voto o consejos en la votación. <b>(Anteriormente FS12)</b>	No registrado aún.



## Sectorial - Comunidades Locales

**G4 FS13** Puntos de acceso en áreas poco pobladas o en desventaja económica, por tipo.

Según la Encuesta Permanente de Hogares Continua (EPHC) 2018 de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos (DGEEC) los departamentos del país con cerca o más del 40% de la población en situación de pobreza son: San Pedro, Caaguazú, Caazapá, Concepción y Guairá. En estos departamentos, el Banco y/o la Fundación Itaú desarrolló iniciativas. Por otro lado, en Caaguazú, Concepción y Guairá, el Banco cuenta con algún centro de operación (sucursal, centro de atención o Puesto Express). Ver la tabla "Iniciativas impulsadas por Itaú por departamento en 2019" en la sección "Ciudadanía Corporativa".

**G4 FS14** Iniciativas para mejorar el acceso a servicios financieros para personas con deficiencias.

Se ha instalado un cajero automático, en la Sede de la SENADIS de Fernando de la Mora, con adecuaciones de acceso en infraestructura para personas usuarias de sillas de ruedas.

## Sectorial - Etiquetado de Productos y Servicios

**G4 FS15** Políticas para el buen desarrollo y venta de productos y servicios financieros

105-108

**G4 FS16** Iniciativas para mejorar la educación financiera, por tipo de beneficiario

155-108.

## Objetivos de Desarrollo Sostenible

Objetivos

Páginas

**ODS 1** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

105-107.

**ODS 2** Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

131-134.

**ODS 3** Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

83, 123, 125, 127, 137, 140.



<b>ODS 4</b>	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	82, 116, 117, 119, 122-130.
<b>ODS 5</b>	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	26, 44-46, 75, 77, 78, 82, 85, 85, 88, 115, 117, 123-130.
<b>ODS 6</b>	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	127.
<b>ODS 7</b>	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	138.
<b>ODS 8</b>	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	16, 44-46, 56, 75, 82-86, 92, 111, 112, 115, 117, 119, 123-130, 137, 138, 141, 142.
<b>ODS 9</b>	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	16, 56, 124, 128, 130.
<b>ODS 10</b>	Reducir la desigualdad en y entre los países	56, 78, 80, 98, 105, 106, 117, 118, 123-130
<b>ODS 11</b>	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	128-130, 136, 137.
<b>ODS 12</b>	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	127, 130, 137, 140.
<b>ODS 13</b>	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	127, 141.
<b>ODS 14</b>	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	No aplica.



<b>ODS 15</b>	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica	56, 141,
<b>ODS 16</b>	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles	12, 26, 27, 33, 34, 41, 45, 46, 47, 50, 54, 112, 115.
<b>ODS 17</b>	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	114, 115, 118, 122, 123, 125.

## Principios del Pacto Global

Principios	Páginas
<b>Principio 1</b> Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados internacionalmente.	44-46, 111, 112, 115, 157-159.
<b>Principio 2</b> Evitar verse involucrados en abusos de los Derechos Humanos.	111, 115, 159.
<b>Principio 3</b> Apoyar la libertad de asociación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	39, 44, 45, 91, 109, 111, 114, 157, 159.
<b>Principio 4</b> Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.	44, 111, 158, 159.
<b>Principio 5</b> Apoyar la abolición del trabajo infantil.	44, 45, 111, 112, 115, 158.
<b>Principio 6</b> Apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.	27, 39, 44-46, 78, 91, 111, 114, 155-157.



<b>Principio 7</b> Apoyar la aplicación de un enfoque preventivo frente a los retos ambientales.	56-60, 127, 136, 141, 142.
<b>Principio 8</b> Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	56-60, 136-141.
<b>Principio 9</b> Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.	141, 142.
<b>Principio 10</b> Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas el soborno y la extorsión.	46-48.



## **Reporte de Sustentabilidad 2019. Itaú Paraguay**

### **Coordinación general**

Superintendencia de Personas, Calidad de Servicio, Sustentabilidad y Marketing.

### **Coordinación de colecta de datos y redacción**

Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad.

### **Asesoría externa**

PROYECTARSE. Agencia de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

### **Diseño gráfico e ilustraciones**

Graph&co Comunicación Estratégica.

### **Imágenes**

Archivo de Banco Itaú Paraguay S.A.

Asunción, Paraguay

Junio, 2020

2020® 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. Su contenido puede ser utilizado siempre que se cita la fuente.

# Reporte de Sustentabilidad 2019

Banco Itaú Paraguay

