

REPORTE

DE SUSTENTABILIDAD

Banco Itaú Paraguay

20
20



Índice

01

Contexto 3

- Sobre este reporte 4
- Contexto global y local 5
- Mensaje del Presidente 8

02

Perfil 10

- Perfil general 11
- Visión, cultura y marca 14
- Nuestros negocios, productos y servicios 16
- Destakes y reconocimientos 25

03

Gobierno corporativo 31

04

Sustentabilidad 37

- Estrategia y gobierno de sustentabilidad 38
- Materialidad de los temas 40
- Relacionamiento con grupos de interés 45

- Integridad y ética 47
- Gestión de riesgos 54
- Desempeño económico y financiero 65
- Experiencia del colaborador 80
- Satisfacción del cliente 103
- Transformación digital 112
- Educación financiera 118
- Gestión de proveedores 122
- Ciudadanía Corporativa 126
- Gestión ambiental 135

05

Índice de Contenidos GRI y ODS 144

01. Contexto

Con- texto

Compartimos nuestro décimo Reporte de Sustentabilidad en el que damos a conocer información sobre nuestro desempeño social, ambiental y económico en el año 2020.

Desde Itaú invitamos a todos los grupos de interés con los que interactuamos a conocer las distintas iniciativas comerciales e institucionales que llevamos en conjunto y, además, los proyectos llevados a cabo desde la Fundación Itaú Paraguay, en los frentes de educación y cultura, que también se encuentran en este Reporte.

Acerca de esta publicación

Metodología: Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 2016, aplicando el nivel de “Conformidad Esencial”.

COP: Este reporte constituye una nueva Comunicación de Progreso al Pacto (COP) para el Pacto Global de las Naciones Unidas, en el nivel de reporte “básico”. (GRI 102-54).

Los comentarios o consultas, pueden ser enviados a:
sustentabilidad@itau.com.py.

¿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. (GRI 102-53)



¿Cómo navegar este reporte?

Las informaciones están expuestas en cinco secciones, iniciando con la sección de contexto de nuestras operaciones, seguido por el perfil de la empresa, gobierno corporativo, sustentabilidad y el desempeño económico alcanzado en los 10 temas materiales priorizados para Itaú, concluyendo con el índice de los indicadores metodológicos.

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.

En la sección de sustentabilidad se encuentran los 10 temas materiales definidos por Itaú, es decir, los temas identificados como más relevantes para la gestión sostenible del Banco.

En el índice de este documento se encuentran indicadores y ODS de referencia, los cuales pueden ser consultados por indicador y se describen según la página y tema de referencia.

Contexto global y local

Contexto global

La pandemia del COVID-19 se posiciona en el primer lugar de los acontecimientos que marcaron el 2020. Las medidas de suspensión de las actividades, que se adoptaron para contenerla, ocasionaron una drástica contracción de la economía mundial, que se caracterizó por una desaceleración sincronizada.

Las economías avanzadas crecerían 4,3% este año, se espera que Estados Unidos se recupere a una tasa de 5,1% mientras la zona euro lo haría a una tasa de 4,2%. Las economías emergentes y en desarrollo se proyecta tengan un crecimiento de 6,3% liderados por China e India. Para Brasil, que es el país de la región incluido dentro de la actualización de las perspectivas globales, se estima un crecimiento del 3,6% para el año 2021.

América Latina es la región más afectada por la pandemia, en 2020 su contracción ha sido

de 3,5% y el dinamismo económico observado permitiría que se recupere la economía en 2021 a una tasa de 5,5% en medio de una incertidumbre que continuaría todo el año. Si bien, la llegada de la vacuna permitió que los pronósticos mejoren dado, que permite una recuperación más rápida, aun no se puede saber el alcance que tendrá. Se espera que América Latina crezca un 4,1% en 2021 después de contraerse un 7,4% en 2020.

A diciembre del 2020 muchos países disminuyeron su ritmo de reapertura y algunos volvieron a instituir confinamientos parciales para proteger a su población, mientras se concrete la vacuna, que se encuentra en etapa de ensayos clínicos.

Contexto local

La economía del año 2020 se vió golpeada por la recesión mundial, la disminución de la demanda interna como consecuencia de las restricciones impuestas y una demanda externa notablemente disminuida debido a la crisis global, hicieron que el Producto Interno Bruto (PIB) tenga una contracción del 1%.

En el primer trimestre de 2020, los resultados en cuanto a crecimiento del PIB resultaron ser muy positivos, un incremento de 4,4% debido principalmente al buen desempeño del sector primario, con la campaña sojera que se había normalizado luego de la fuerte caída del ciclo 2018/19.

En el segundo trimestre del año se comienzan a notar las consecuencias de las restricciones debido a la propagación del virus, al cierre del segundo trimestre la caída del producto fue de 6,4%, el tercer trimestre registra una caída menor debido a la flexibilización de las medidas, la caída fue de 1,2%. A medida que los contagios fueron controlándose y la cantidad de test aumentaron, la normalización de las actividades permitió que el año 2020 cierre con un nivel de actividad mejor de lo esperado al inicio de la pandemia.

Sectores económicos

En el 2020, el sector Agrícola logra un crecimiento del 9% con la normalización de la campaña sojera y el buen desempeño de cultivos como el maíz y el arroz. El sector

ganadero, si bien venía con resultados negativos, y que tuvo que atravesar una sequía importante principalmente en la zona del Chaco, creció 5%, explicado principalmente por la mayor faena de bovinos.

El sector de la construcción, se mantuvo operando prácticamente todo el año y creció 9,8% en el 2020. La industria tuvo un crecimiento de 6%, principalmente por el mejor desempeño de la producción de los rubros químico farmacéutico, cárnico, lácteos, minerales y no metálicos. El sector electricidad y agua tiene resultados positivos, pero la generación de energía eléctrica por parte de las binacionales y cierra el 2020 con tasa negativa de 2,5% en relación al 2019, afectada por el menor caudal hídrico del Río Paraná.

El sector servicios es el más golpeado por la pandemia, la baja en la demanda interna y las medidas tomadas por el gobierno desde el inicio de la misma hacen que cierre el año 2020 con números negativos, una tasa de -3,5%. Dentro del sector, el más perjudicado

es el de Restaurante y Hoteles que se estima cayó 32%, seguido por los servicios a los hogares, a las empresas, comercio y transporte, estos fueron parcialmente compensados por el buen desempeño de las comunicaciones y los servicios del gobierno y financieros.

Analizando por el lado de la demanda, se observa una posición opuesta en el consumo público y privado, la fuerte inyección de dinero para reactivar la economía que ha hecho el gobierno hace que el consumo público tenga una expansión del 4,8% en contraposición a la caída del 5,1% en el consumo privado motivado por la incertidumbre y la baja en los ingresos.

El Plan de Levantamiento Gradual del Aislamiento Preventivo General permitió la recuperación de la economía de manera gradual, si bien la epidemia continúa su ciclo, la evolución del escenario macroeconómico sigue siendo favorable. Según los informes del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPYBS), el ritmo de la epidemia se mantiene en una meseta y no hay certeza de cuando descendería.

En diciembre, el Banco Central del Paraguay

(BCP), anunció su proyección de crecimiento del PIB para el 2021, ubicándola en 4,0%, impulsada por la reactivación de los sectores principales de la economía como la industria, el comercio y los servicios.

Inflación

En diciembre de 2020, la inflación cerró en 2,2% levemente por encima del límite inferior del rango meta establecido por el BCP. La fuerte suba registrada en el precio de los alimentos durante los últimos meses del año, contribuyó, en gran medida, a este resultado.

Tipo de cambio

El tipo de cambio comenzó el año cotizando en el mercado minorista a un promedio de 6.368 Gs./US\$, levemente superior al cierre registrado en el mes de diciembre de 2019, que fue de 6.279 Gs./US\$.

En mayo, el tipo de cambio comenzó a subir, alcanzando los 6.454 Gs./US\$. Para seguir subiendo y en el mes de noviembre superar los 7.000 Gs./US\$. Posteriormente, se estabilizó, cotizando al cierre de diciembre en 6.974 Gs./US\$.

En el año 2020, el BCP realizó ventas netas por un total de US\$ 1.770 millones en el

mercado financiero, la mayor intervención se dio en julio por un total US\$ 283 millones. Continuando con su postura, el BCP ha realizado ofertas diarias para satisfacer la demanda interna de divisas, pero fuera de esto ha dejado fluir la cotización del dólar, interviniendo para cortar picos con mayor o menor fuerza en distintos momentos del año.

Balanza comercial

En el año 2020 se observa un crecimiento del 7% en las exportaciones registradas, y una caída interanual de las importaciones del 19,3%, producto de la desaceleración de la demanda interna. Considerando estos valores, el déficit de la balanza comercial se redujo cerrando el año en US\$ 955 millones, un descenso de 74,8% con respecto a un año atrás.

El año 2020 tuvo un impacto negativo en las importaciones, un 19% por debajo de las importaciones del año 2019. La caída se da prácticamente en todos los rubros, los bienes de consumo tuvieron una retracción del 18%. Las importaciones alcanzaron los US\$ 9.485 millones.

Depósitos, créditos y morosidad en el sistema financiero

La morosidad promedio del sistema financiero descendió desde un máximo de 3,5%, registrado en los meses de abril y mayo, para llegar a diciembre en 2,4%, levemente por debajo del nivel evidenciado en igual mes del año 2019 (2,6%).

En diciembre de 2020, los depósitos en el sistema financiero alcanzaron Gs. 123,5 billones, cifra 18,9% superior a la registrada en igual mes del año anterior. Asimismo, en el mes bajo análisis, el crédito neto de provisiones del sistema financiero registró un repunte interanual de 8,9%, para ubicarse en Gs. 106,6 billones, el incremento en los préstamos netos resultó de 6,6%.

La morosidad de los bancos finalizó en 2,3%, esta cifra es la menor observada en pandemia y menor al 2019.

Tasas de interés

Desde el inicio de la pandemia en marzo 2020, y en un contexto de flexibilización de la política monetaria, el diferencial de tasas de interés bancarias, en ambas monedas, ha venido reduciendo gradualmente. En términos interanuales, el diferencial de tasas

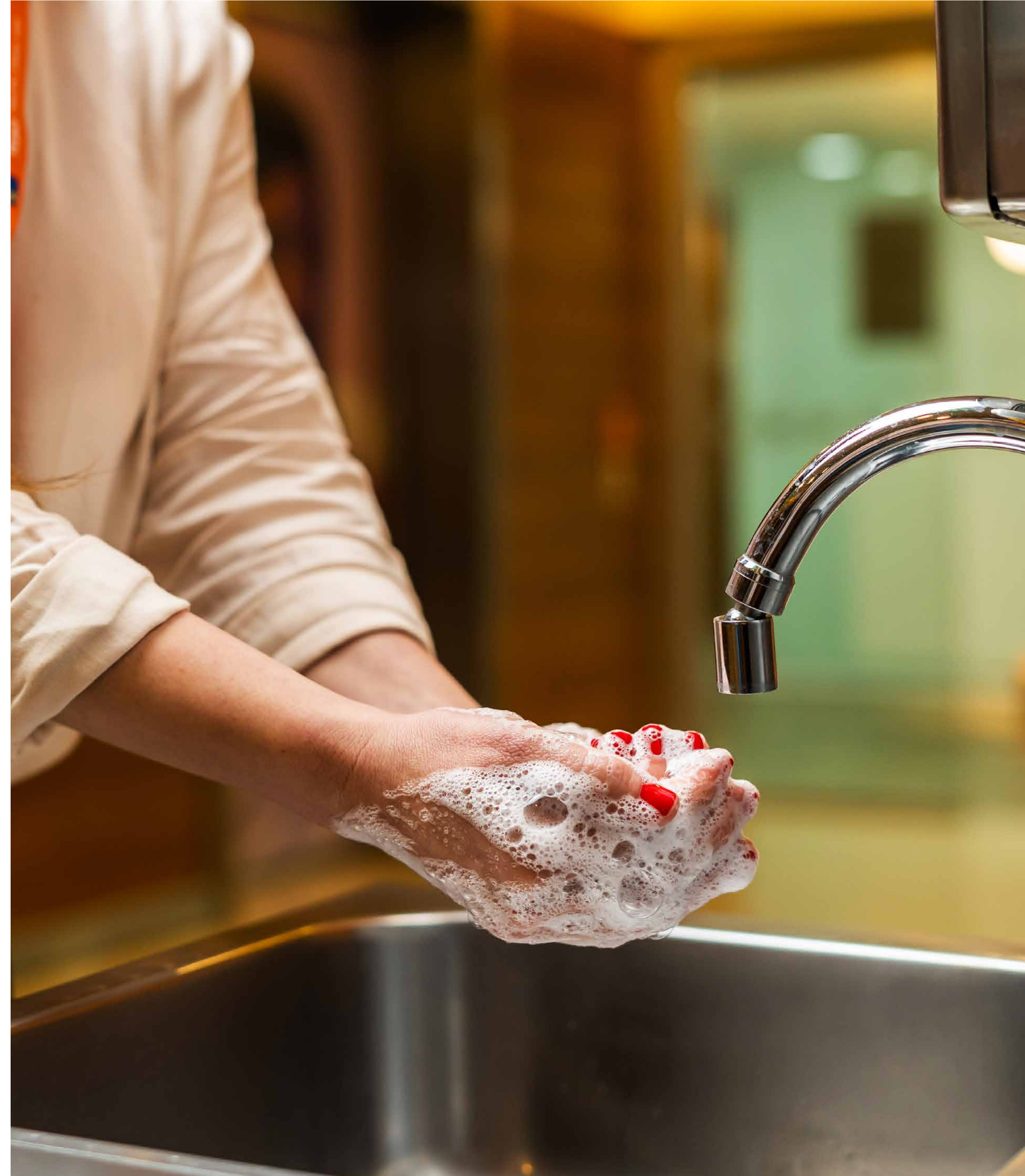
de interés ha verificado una contracción, tanto en dólares como en guaraníes. Analizando por sectores, la mayoría de las tasas activas han reportado reducciones interanuales, siendo las tasas activas para créditos al consumo, operaciones de sobregiros y para créditos comerciales las que mostraron mayores disminuciones, en línea con las reducciones observadas de la tasa de política monetaria.

Perspectivas para 2021

Para el año 2021 se estima un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de 4,0%, explicado por un menor dinamismo en los sectores de comercio y servicios y una campaña agrícola retrasada por falta de lluvias, que afectaría sobre todo a la producción de soja y maíz zafriña.

En cuanto a la inflación, la fuerte suba registrada en el precio de los alimentos durante los últimos meses del año, contribuyó, en gran medida, a este resultado. Si bien la actividad económica está tomando cierto dinamismo, aún no se puede observar una recuperación hasta que todos los sectores estén plenamente activos.

La llegada de la vacuna contra el COVID-19 y posterior a eso, la normalización de actividades de entretenimiento y recreación, junto con la plena reactivación del sector turismo podrían dar mayor impulso al crecimiento estimulando el gasto. El mundo necesitará una producción de granos muy fuerte por parte de América del Sur para satisfacer la demanda proyectada. Las existencias de soja son ahora muy pequeñas y la situación es la más difícil proyectada en años. El 2021 sigue representando una gran incertidumbre para la actividad económica global, si bien con números positivos en comparación al año anterior. La perspectiva de crecimiento mundial se estima en 4,0% para el 2021 y de 4,0% para el 2022.



Mensaje del Presidente (GRI 102-14) (GRI 102-15)



Tengo el gran orgullo de presentarles nuestro décimo Reporte de Sustentabilidad, en el cual compartimos nuestro desempeño económico, social y ambiental del 2020. Fue un año que, sin dudas, ha marcado un hito en nuestras vidas en todos los sentidos.

Primeramente, quisiera expresar mi reconocimiento a André Gailey, quien ha conducido la organización en los últimos dos años. Es un privilegio haber tenido a André como líder, quién, junto con todos los colaboradores, nos ha dejado como legado un banco más comprometido con el cliente. Asumo con gran responsabilidad este nuevo desafío para seguir construyendo un banco cada día mejor para sus clientes y su gente.

El 2020 fue un año de muchos desafíos y transformaciones. Paraguay y el mundo atravesaron una crisis marcada por la pandemia del coronavirus. La divulgación anual de este Reporte refleja nuestro compromiso con una gestión transparente y cómo en este contexto nos adaptamos llevando a cabo de manera eficiente, cada uno de los frentes estratégicos, estimulando el poder de transformación en los líderes e incentivando cambios que fueron necesarios para lograr los resultados compartidos

en este Reporte que movilizaron a todo el equipo de Itaú, a llevar nuestros frentes: Centralidad en el cliente, Transformación Digital, Gestión de Personas, Gestión de Riesgos y Rentabilidad Sustentable. Los dos primeros frentes hablan de conocer a nuestros clientes y colaboradores para, a partir de sus experiencias, proponer cambios positivos que nos ayuden a innovar y mejorar nuestras operaciones. Quiero destacar la labor llevada a cabo para garantizar la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores y sus familias. Fue más que inspiradora la adaptabilidad reflejada en cada uno de ellos, desde trabajar en la modalidad de home office, generar estrategias y proyectos para continuar atendiendo nuestras operaciones, con opciones ágiles, seguras, pensadas para cada cliente de acuerdo a su necesidad.

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 permitieron el desarrollo de los colaboradores, la promoción de la meritocracia y la generación de un buen ambiente de trabajo que valora la diversidad.

En 2020, el 100% de nuestros colaboradores tuvo la experiencia del home office, trabajaron desde sus casas y en equipos rotativos, logrando un equilibrio entre la vida laboral y personal, evolucionando a un ambiente más sano de trabajo y transformando el banco.

Nuestra búsqueda por desarrollar personas, cuidarlas y promover un ambiente que propicie la colaboración y compromiso es algo de todos los días, este año fueron realizadas más de 8.435 horas de entrenamiento; se realizaron encuentros de diversidad y calidad de vida que impulsaron distintas jornadas y esto a su vez, nos permitió ser reconocidos como una de las mejores empresas para trabajar por Great Place to Work, Mejor Banco en Paraguay por la Revista Euromoney y Mejor Banco Digital por la Revista Global Finance. Cada uno de estos logros son alcanzados sólo y gracias al gran trabajo de un equipo apasionado por la performance.



Nuestros frentes de Centralidad en el cliente y Transformación digital, nos invitan a una nueva manera de pensar, partiendo siempre desde la mirada del cliente, buscando cómo mejorar su experiencia desde el inicio hasta al final. En 2020, se llevaron adelante 10 procesos de mejora continua, establecidos a partir de la escucha de la voz de más de 29.000 clientes, además implementamos una nueva metodología de medición de la satisfacción del cliente NPS (Net Promoter Score), identificando los dolores del cliente, con todo esto logramos un índice de satisfacción de 8,10 para personas físicas y de 7,80 para personas jurídicas.

El crecimiento del uso de canales digitales en el 2020 ha sido sorprendente, el 87% del total de operaciones del banco fueron digitales. Nuestra banca digital tuvo un crecimiento exponencial, más de 14,9 millones de transacciones fueron realizadas este año. Se sumaron 27.000 mil clientes que realizan transacciones digitales, superando un 157% al crecimiento de clientes digitales del año 2019.

Este canal constituye un desafío para nosotros, constantemente buscamos que el cliente pueda tener en sus manos la

solución que necesita, así vamos sumamos nuevas funcionalidades a nuestra Apps y homebanking, para seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes. Como banco, debemos cada vez estar más centrados en el cliente, ampliando los servicios financieros y no financieros, integrados a sus vidas.

De esta manera proporcionamos a nuestros clientes autonomía y flexibilidad permitiéndoles tomar mejores decisiones financieras, y agilizar sus operaciones del día a día. 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 objetivo es brindarles la mejor experiencia con total seguridad en las plataformas digitales del Banco.

En el frente de gestión de riesgos, cada año se fortalece nuestra cultura de riesgos, con entrenamientos, e-learning, cumplidos por el 100% de nuestros colaboradores. Reconocemos la importancia de gestionar los riesgos, siendo todos protagonistas en esta tarea. Pusimos especial atención en los cuidados y protocolos de prevención para garantizar una atención segura en

nuestras sucursales. Reforzamos aún más nuestra actuación en sustentabilidad, en temas relevantes a nivel social, ambiental y de gobernanza con la implementación de nuestros compromisos de impacto positivo. Así evolucionamos de una estrategia de sustentabilidad para los negocios, a una estrategia alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, involucrando a los líderes de diferentes áreas y estableciendo seis Compromisos de Impacto Positivo. 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. Buscamos generar impactos sociales y ambientales al ser un agente de transformación de la sociedad. Así también, hemos logrado ahorros significativos con el uso eficiente de nuestros recursos, más de 24 toneladas de papel fueron evitados con la no impresión de extractos. A través de la Fundación Itaú, en alianza con 42 instituciones llegamos a más de 779.000 personas en el año. Manteniendo el compromiso en educación financiera llegamos al cliente a través de distintas

plataformas online y redes sociales, ofreciendo contenido que le ayuden a tomar decisiones financieras saludables, llegando a más de 72.000 personas a lo largo de todos estos años.

El conocimiento, buenas prácticas y experiencias de años anteriores, nos permitieron responder con agilidad los desafíos del 2020, a partir de la declaración de emergencia sanitaria.

Quiero agradecer a nuestros clientes por elegirnos, a los distintos aliados que nos abren sus puertas para trabajar en conjunto con miras hacia el desarrollo del país, y por sobre todo, a cada uno de los colaboradores, quienes llevaron a cabo las iniciativas. A través de su compromiso, pasión y talento han logrado desarrollar estrategias creativas en este contexto, y las cuales podrán conocer en este nuevo Reporte, esperamos lo disfrutes.

José Britez
Presidente
Banco Itaú Paraguay S.A.

02. Perfil

Perfil general

Itaú Unibanco Holding – Itaú Paraguay

Compartimos los siguientes hitos que nos permiten mostrar cómo Itaú Unibanco Holding e Itaú Paraguay se establecieron como un conglomerado de empresas en el transcurso de estos años.

1943

Itaú Unibanco nace con la fundación del Banco Central de Crédito en la ciudad de São Paulo.



1924

Casa Moreira Salles, comenzó a funcionar como corresponsal bancario de los principales bancos del estado de Minas Gerais, conocida más adelante como Unibanco.



1978

Año en que se instala la empresa Interbanco S.A. en Paraguay.



1995

Interbanco se convirtió en una empresa de Unibanco al integrarse al Grupo Unibanco União de Bancos Brasileiros S.A.



2008

Fusión de Itaú y Unibanco. Unibanco Holding S.A. se establece como un conglomerado financiero de empresas asociadas y controladas, actúa en la actividad bancaria priorizando operaciones de crédito, servicios, seguros e inversiones.

2010

Adoptamos la marca Itaú y pasamos a denominarnos Banco Itaú Paraguay S.A., operando con las bancas comerciales Personal y Empresas, concentrándonos en la concesión de créditos, seguros, servicios de pagos y manejo de flujo (GRI 102-2)



Actuación Paraguay

Brindamos atención personal en 27 sucursales de servicios completos, 6 espacios Personal Bank, 11 Centros de Atención al Cliente y 59 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.



Actuación internacional

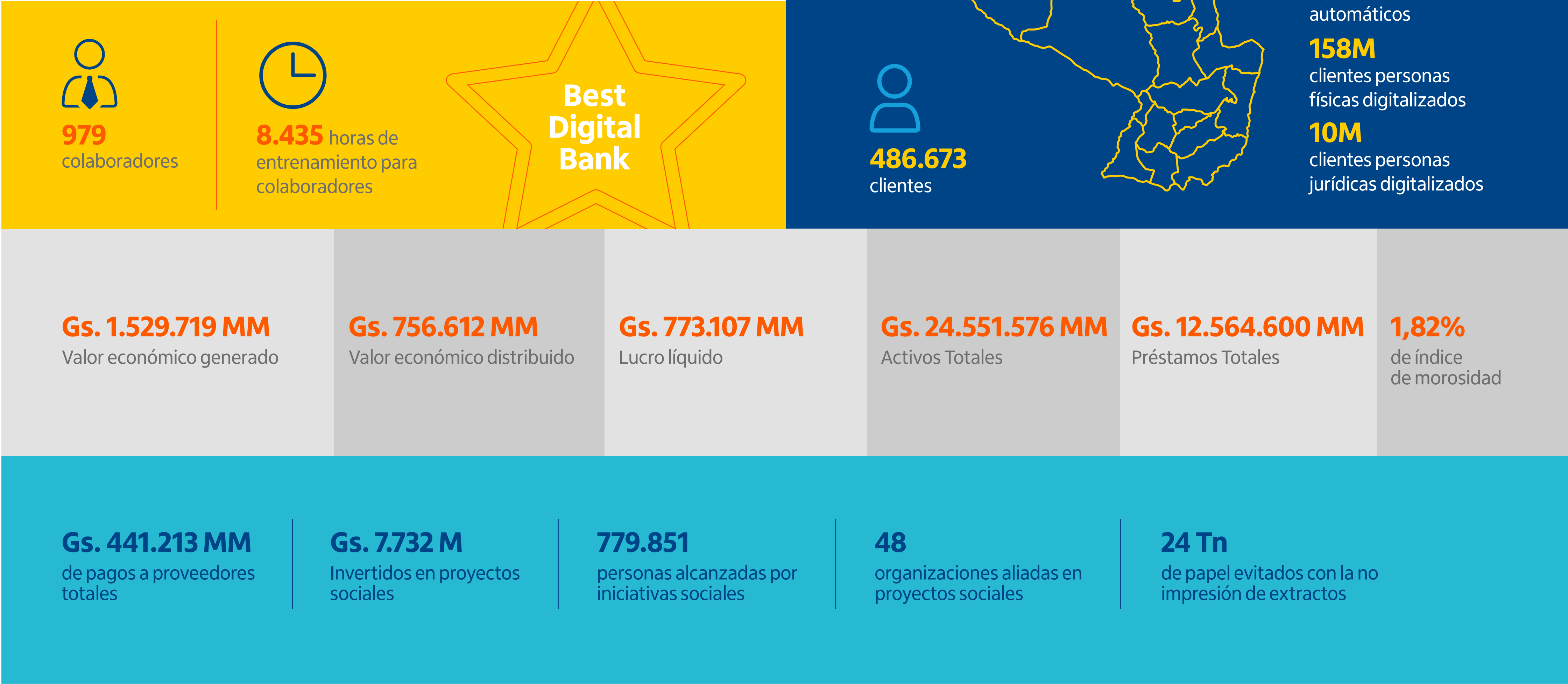
Itaú Unibanco actúa en 19 países del mundo, en tres continentes: América, Europa y Asia. La Holding prioriza América Latina dentro de su estrategia de expansión debido a su posición geográfica; con la finalidad de ser reconocido como el “Banco Latinoamericano” para todos los servicios financieros ofrecidos. (GRI 102-4) (GRI 102-6)

Principales Países

		Colabo- radores	Agencias y PAB	Cajeros Electrónicos
	Argentina	1.584	84	175
	Chile	5.340	209	470
	Colombia	3.098	111	125
	Paraguay	979	40	301
	Uruguay	1,065	209	470
	Brasil	83.919	3.888	20.687
	Otros Países	559	-	-
	Total	96.540	4.332	21.758



Itaú en un vistazo (GRI 102-7)



Visión, cultura y propósito

Los Valores y la Cultura de Itaú guían la forma en que hacemos nuestros negocios y cumplen una función clave para alcanzar la Visión y Propósito de la empresa. Estas declaraciones institucionales se integran en el día a día, orientando el comportamiento de nuestros equipos y dando claridad a nuestras estructuras de gobierno, tanto en la gestión de personas como de los negocios, para realizarlos de manera eficaz, ética y transparente. (GRI 102-16) (ODS 16.6)

Visión
Nuestra visión es “Ser el Banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes”. A través del trabajo colaborativo y relacionándonos con los principales grupos

de interés este desafío es alcanzado. Queremos lograr un desarrollo sustentable y crear valor para cada público con el cual nos relacionamos, asegurando la continuidad y transparencia en nuestros negocios, atendiendo 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 la 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.

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



Propósito

“Estimular el poder de transformación de las personas” es el sentido que nos guía en cada acción que llevamos a cabo. 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. Queremos ser protagonista de los cambios, por eso impulsamos y ayudamos a desarrollar las transformaciones que queremos ver en nuestro país. Fomentamos e impulsamos la cultura y educación, como causas de nuestra marca en las que invertimos y con las cuales trabajamos en alianza con diferentes organizaciones. Con los productos y servicios que ofrecemos, buscamos atender las necesidades de cada uno de los clientes, lo que se evidencia en nuestro esfuerzo continuo por proporcionar las mejores experiencias.

“**Estimular
el poder de
transformación
de las personas**”

“**Queremos
contribuir con el
desarrollo del
país más allá
del impacto que
generamos desde
nuestros negocios**”

Pilares de actuación de nuestro propósito

Las personas son todo para nosotros, son quienes están en el centro de nuestro negocio, dan sentido a nuestro propósito y nos inspiran a cambiar nuestro entorno todos los días. Para nosotros, la ética es innegociable. Hacerlo mejor día a día con excelencia, es el objetivo que cuidamos para lograr la satisfacción de nuestros clientes, creamos y nos reinventamos para ofrecer mejores experiencias a las personas que nos hacen ser un banco diferente. Crecer también tiene que ver con la actualización y con la capacidad de adaptarnos a los desafíos del presente y a los del futuro, en especial en el contexto de la pandemia.



Nuestros negocios, productos y servicios

Estrategia de negocios

En este apartado mostramos las principales iniciativas desarrolladas y los resultados obtenidos en cada frente estratégico de acuerdo a los desafíos que establecimos para el año.

Los frentes prioritarios definidos a nivel del Holding están segmentados en dos grupos: i) transformación y ii) mejora continua. Los aspectos relacionados a la gobernanza y sustentabilidad son componentes fundamentales y transversales a los mismos. 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. 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 la 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 afuera que proporcione experiencias aún más digitales a los 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 las actividades de backoffice.

Mejora continua

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.

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. 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.

Reporte de Sustentabilidad 2020

Segmentos de negocios

Nuestro negocio se estructura en dos grandes bancas comerciales y 7 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.

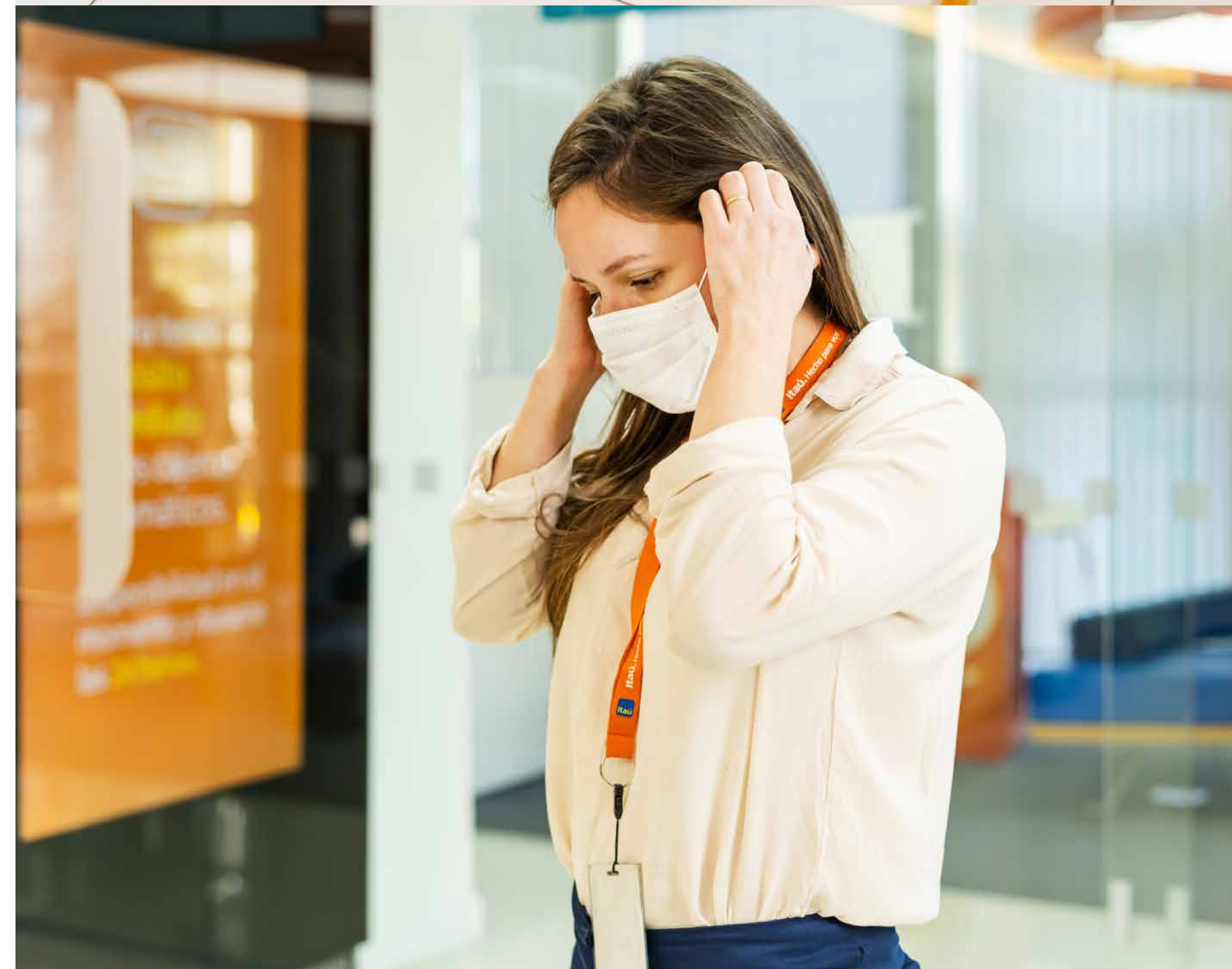
• **Banca Minorista:** para clientes Personas Físicas y Jurídicas, Personal Bank, Empresas y Private Banking.

• **Banca Mayorista:** para clientes según su actividad comercial en los segmentos Itaú e Campo Itaú IBBA.

Banca Minorista

Itaú Agencias

Este segmento atiende 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 segmento atiende a 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 Mayorista

Itaú Campo

En 2020, 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 del Norte del país, se concentran las actividades de ganadería con interesantes inicios de desarrollo agrícola.

El segmento Itaú Campo 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.

El financiamiento es otorgado, principalmente para, 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 compra de maquinarias y de tierras; y mejoras de infraestructura en los establecimientos productivos.

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

IBBA

El segmento atiende a clientes personas jurídicas y a grupos empresariales locales e internacionales con niveles anuales de facturación desde a USD 10.000.000. Dentro de su ofrecimiento de productos y servicios, se destacan los créditos bilaterales y sindicados, 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. Incluye 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.

El segmento 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. También, brinda asesoría en operaciones de renta fija, equities, fusiones y adquisiciones.

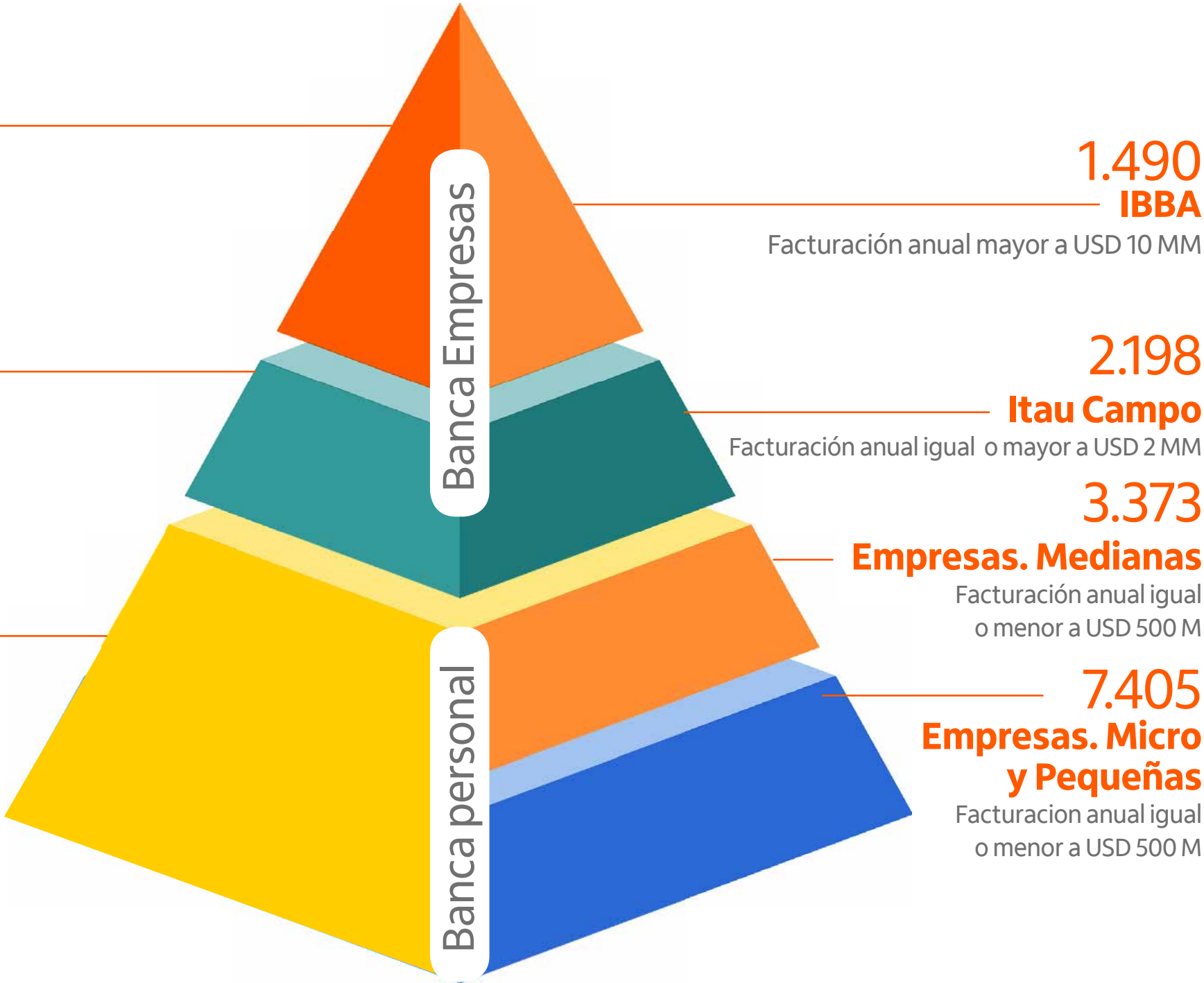
Mapa de Clientes

47
Private Banking
Por encima de USD 1 MM
en inversiones

11.373
Personal Bank
Ingreso mensual igual o
mayor a Gs. 20 MM

460.787
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 que da 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 Minorista disponen para la compra de vehículos, inmuebles, financiación de viajes, entre otros. Por su parte, los clientes de la Banca Mayorista pueden contratar préstamos para expandir sus negocios, acceder a líneas de sobregiro en sus cuentas y descontar cheques; facilitando 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, venimos trabajando fuertemente con la Agencia financiera de desarrollo (AFD), lo cual nos permite ofrecer tasas más accesibles al cliente final para el producto de Vivienda, además de contar con fondos propios con tasas fijas. Esto es un reflejo de nuestro enfoque comercial en esta línea de negocios, a la fecha tenemos un 32,9 del market share según reporte de BCP. Buscando alianzas estratégicas con las

principales desarrolladoras, constructoras e inmobiliarias más prestigiosas del mercado, promocionando sus proyectos a través del portal web www.micasa.itaubank.com.py

1.899 mil

préstamos hipotecarios concedidos por
Gs. 384.328 MM

Desde Noviembre ajustamos el producto de Primera Vivienda AFD para poder financiar hasta el 100% del valor de tasación, considerando además ingresos familiares (Padres e hijos) hasta 20 años de plazo.

Implementamos la fiducia de Garantía para todas las operaciones de vivienda. La entidad fiduciaria con la que operamos en esta primera fase es FINEXPAR, con la que logramos negociar los mejores costos para nuestros clientes. Lo que buscamos con esto es blindar el patrimonio de los mismos.

Nuestro simulador de crédito está presente en los sitios web del banco, en el portal de web de inmobiliarios del banco donde publicamos alianzas y ventajas exclusivas para clientes de Itaú, www.micasa.itaubank.com.py

com.py y también en las pagina de desarrolladores y socios inmobiliarios, acercando nuestra marca al cliente cuando todavía está eligiendo su propiedad. Como resultado del año, se otorgaron 1.899 préstamos hipotecarios por un valor de Gs. 384.328 miles de millones.

651

préstamos Mi Auto otorgados por
Gs. 59.747 MM

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 en una atractiva fuente de financiación para la compra no solo de vehículos sino también productos relacionados, tales como equipamiento, cobertura de seguros y escrituración. Para mejorar la experiencia de nuestros clientes, ajustamos las formas de pago para quienes 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, Isuzu, Peugeot, Citroen, Volkswagen, Brilliance, BYD, Haval, 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 651 préstamos Mi Auto, por un valor de Gs. 59.747.

29 mil

préstamos pre- aprobados concedidos por
Gs. 312.827 MM

Préstamo pre-aprobado

Los clientes de Sucursales y Personal Bank pueden acceder a líneas de crédito pre aprobadas, contratando sus préstamos en los distintos canales habilitados para el efecto (cajeros automáticos, call center,

sucursales, puestos Express, página web y aplicativos mobile). En el 2020, 19.101 clientes contrataron 29.107 préstamos pre aprobados por alrededor de Gs. 312.827 millones en forma automática, en el momento y sin ningún trámite adicional.

Entre las acciones de apoyo a los clientes fueron restructuradas operaciones de préstamos a 74.000 clientes por un total de 214.000 millones de guaraníes.

El banco representa una de las tres entidades con más financiaciones bajo la garantía del FOGAPY, con una cartera de

74.000

clientes accedieron a financiaciones especiales por **214 MM**

casi 400.000 millones de guaraníes y 1.500 clientes aproximadamente.

• **Tarjetas de crédito y prepagas**

Somos líderes en el mercado de tarjetas de crédito con una participación, al cierre de 2020, de 50% en la cartera de consumo. Concluimos el año con un volumen total de Gs. 1.006.704 millones (en línea de crédito)

lo que representa un crecimiento anual del 1,14%. En cuanto a la cantidad de tarjetas emitidas, mantenemos el primer lugar con 292.469 cuentas de tarjetas de crédito.

292 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 buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes.

5.000

clientes accedieron a financiaciones especiales

Entre las acciones de apoyo a los clientes en el marco de la pandemia, se destacaron los ajustes realizados al pago mínimo de la tarjeta de crédito por cinco meses, medida que impactó a cerca de 155.000 clientes. Posteriormente volvieron con un pago mínimo ajustado y con mayor flexibilidad, exigiendo el 3% con todas las validaciones. Además, se ejecutaron financiaciones especiales para cada cliente según su necesidad, impactando a 5.000 clientes por un total de 32.000 millones de Guaraníes aproximadamente.

80,6 mil

cuentas corrientes y **332 mil** cajas de ahorro activas.

• **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 2020, contábamos con 80.696 cuentas corrientes activas por un volumen de Gs. 3,1 billones y 332.586 cajas de ahorro a la vista por un volumen de Gs. 3,5 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.

• **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. El ahorro programado desarrolla el hábito del ahorro para cumplir con propósitos

39,3 mil

ahorros programados activos
por **Gs. 167.307 MM**

particulares con ahorros desde Gs. 10.000 y con plazos que van desde 3 hasta 60 meses. Al cierre de 2020, se encontraban activos 39.304 ahorros programados correspondientes a 30.894 clientes por un valor de Gs. 167.307 MM. El 65% de los ahorros, fue programado en un plazo de entre 3 a 9 meses.

2.932

certificados de depósito de ahorro
por **Gs. 1.155.486 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.

En 2020, se encontraban activos 2.932

certificados de depósito de ahorro pertenecientes a 1.322 clientes por un valor de Gs. 1.155.486 millones. El 76% 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 encuentran disponibles seguros de cobertura para accidentes personales de 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 2020, se incorporaron especialistas al área de Seguros en determinadas sucursales del Banco con el fin de proporcionar mejor asesoramiento para la contratación de seguros. La necesidad y contratación de seguros a diciembre del 2020, se distribuye principalmente en seguros de vehículos 39%, seguro de vida 27%, accidentes personales 19% y hogar 14%.

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 cash 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 2020, se procesaron más de 156.081 transacciones de pago de salarios, por parte de 1.837 empresas clientes que contaban con el servicio por un valor de Gs. 6,8 MM.

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 2020, se procesaron más de 32.215 transacciones de pago a proveedores, por parte de 361 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.

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.

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 2020, 2.932 clientes empresas realizaron 39.717 transferencias por un valor de 3,3 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 2020, 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

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 2020 mantuvimos el primer lugar en el mercado, por noveno año consecutivo, con una participación del 23,77%.
- **Transacciones Forex Derivados:** para la compra y venta de divisas. En el año también mantuvimos el primer lugar en el mercado, por séptimo año consecutivo, con una participación de 46,39%.
- **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 Mayorista.
- **Custodia de Valores:** Es un servicio mediante el cual un cliente solicita a un banco custodio el resguardo y vigilancia sus títulos valores (Letras, bonos soberanos, bonos corporativos, cdas, pagarés y otros valores) en el mercado local.

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

Destakes y Reconocimientos
(GRI 102-15)

Destakes por frente estratégico

En este apartado mostramos las principales iniciativas desarrolladas en frentes estratégicos de acuerdo a los desafíos que establecimos para 2020.

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 10 procesos que impactan en la experiencia del cliente estableciendo una agenda prioritaria que involucró a distintas áreas. El resultado fue la mejora en el servicio de transferencias bancarias con mayor claridad en los mensajes enviados al cliente, también mejoramos el tiempo de entrega de tarjetas de crédito para el cliente y como consecuencia logramos mejorar la experiencia en cada caso.

• Herramientas para escuchar al cliente

En 2020 nos desafiamos a tener un acercamiento mucho mayor con nuestros clientes, a través de llamadas, escuchas y encuestas realizadas para mejorar la experiencia. Encuestamos a 29.485 clientes a través de diferentes canales y, junto con ellos, elaboramos mejoras a través de la información que logramos obtener y trabajamos en estas necesidades. A través de Itaú Escucha más de 130 colaboradores, han contactado con más de 1600 clientes para escucharlos y en conjunto con las encuestas, logramos mejorar más de 7,6 mil millones de experiencias anuales de clientes, partiendo de 1.300 escuchas.

• Metodología NPS

A través de esta metodología se establece una nueva forma de escuchar a los clientes, y de trabajar en mejoras de la experiencia. En el 2020, fueron encuestados bajo esta metodología 12.698 clientes, los cuales nos ayudaron a trabajar en un mapa de frentes prioritarios para el 2021.

18.826

clientes atendidos en
la **Agencia Digital**

61,8 %

de clientes PF y

82,4 %

de clientes PJ
están digitalizados



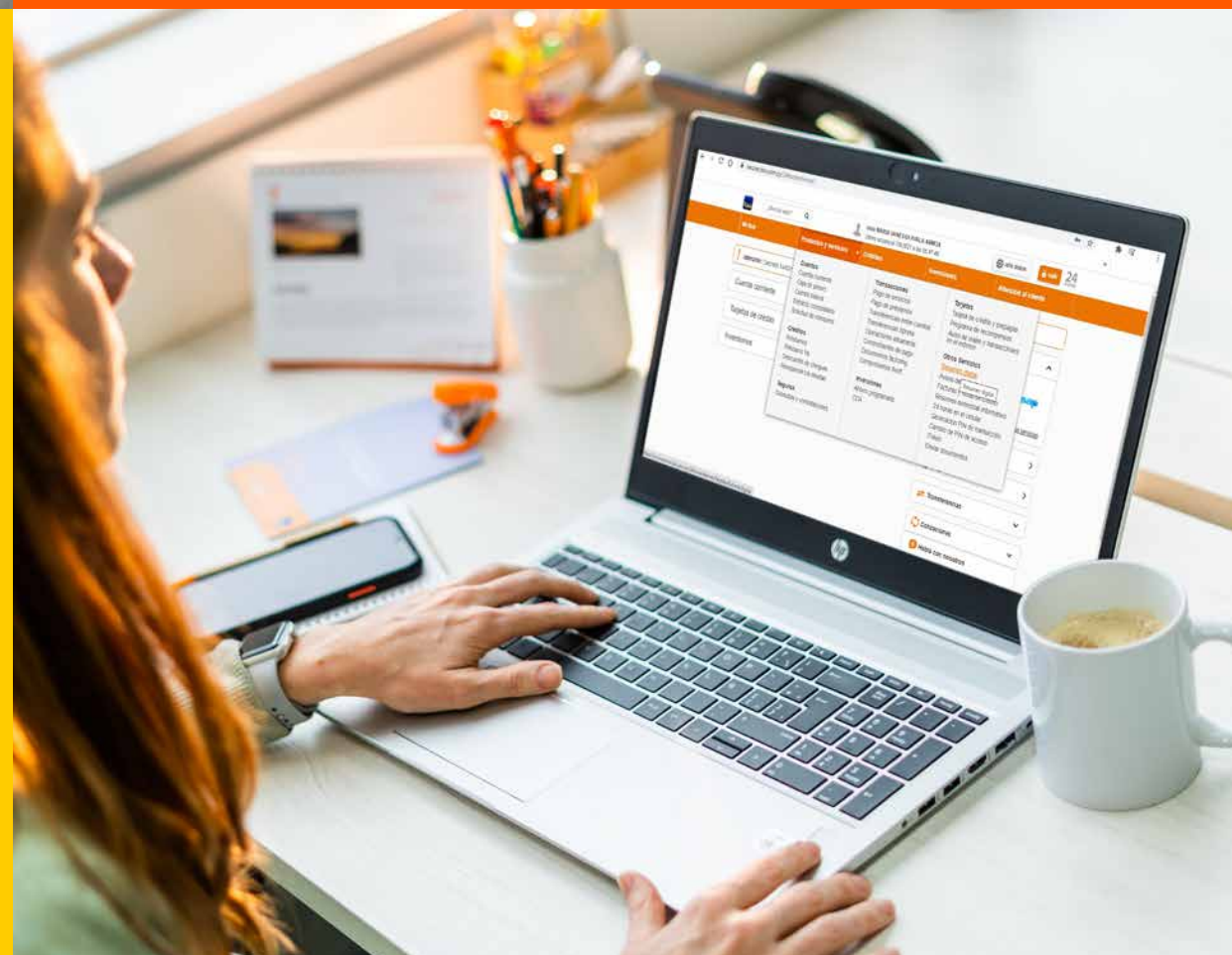


7,6 MM

de experiencias mejoradas

14,9 MM

de transacciones digitales realizadas



280 M

contactos con clientes en la Agencia Digital



Transformación Digital

• Agencia Digital

Con base en los resultados de la primera Agencia Digital (abierta en 2018), en diciembre de 2020 se inauguró la segunda Agencia digital, atendiendo en conjunto a 18.826 clientes, a través 23 colaboradores. Esta agencia tiene más de 280.000 contactos anuales con clientes, facilitando la experiencia con los productos y servicios de Itaú.

• Digitalización de clientes

En diciembre de 2020, se destacan el uso de nuestros canales digitales como destaca una forma fácil, segura y eficiente de operar. Más de 158 Mil clientes personas físicas, utilizaron al menos uno de los canales digitales disponibles en el año, lo que representó un aumento de 14% en comparación a diciembre de 2019. De estos clientes, 47 Mil utilizan exclusivamente el canal digital (38% más que en diciembre del 2019).

• Contratación de productos en medios digitales

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.

Al cierre de 2020, contábamos con 1.917 cuentas activas desde el canal digital 68,3% vs 2019, además fueron contratadas 309 tarjetas de créditos y 25 sobregiros por el valor total de 70.700MM.

• Transacciones realizadas en canales digitales

En el año, fueron realizadas más de 14,9 millones de transacciones (54% más que el año anterior). Con más de 96 Mil clientes que realizaron transacciones y representa un crecimiento del 157% más que el crecimiento del 2019.



• **Códigos QR en aplicación Itaú**

La opción de pagos QR, fue implementada y acompañó varias campañas como la de Teletón en 2020, este código es único para cada cliente, y permite transferir sin necesidad de registrar números de celular o números de cuenta del destinatario. Acompañando las tendencias del mercado actual y demanda de nuestros clientes, se desarrolló una opción para realizar transferencias a través de códigos QR. En el 2020 se incluyeron funcionalidades como transferencias con QR, pagos de servicios básicos y el pago a comercios con QR permitiendo al cliente elegir su medio de pago.

Gestión de personas

• **Salud y seguridad ocupacional**

Adaptamos nuestra forma de trabajo, a partir de la declaración de la cuarentena sanitaria realizando acciones en conjunto con diversas áreas del banco.

La salud, la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores son asuntos que resultan fundamentales para Itaú. Nuestra modalidad home office paso de 80 colaboradores a contar con más de 1.300

tokens para conexión remota, cada uno de nuestros colaboradores tuvo la posibilidad de hacer home office poniendo así a nuestro equipo en primer lugar. Realizamos una inmediata adaptación de los protocolos de limpieza y adecuaciones de espacios, en las oficinas y sucursales desde el acceso hasta el espacio de atención a clientes, salas de reuniones, comedores. De modo a evitar aglomeraciones, transformamos todas las salas de capacitaciones para cumplir con el distanciamiento en cada una de las sucursales y edificios. Además, trabajamos con nuestros proveedores para así extender las medidas de acuerdo a lo indicado por la autoridad sanitaria.

• **Experiencia del colaborador**

Hemos adoptado desde el principio medidas de seguridad que permiten que esta forma de trabajo sea segura. Se han incrementado y acelerado la incorporación de plataformas, equipos y herramientas, para tener reuniones y seguir conectados, hemos habilitados incluso espacios de distensión y conexión a través de Youtube, WhatsApp y canales de Instagram para interactuar y seguir cuidando la experiencia del colaborador. Las medidas de seguridad se revisan periódicamente, para poder

realizar el trabajo remoto hemos habilitado un acceso a distancia y dispositivos desde su celular para ingresar a cada colaborador en 2020. Las palabras como conexión, vpn, token fueron parte de nuestro día a día. La tecnología nos permitió seguir trabajando.

• **Diversidad como prioridad**

En 2020, diversidad es un tema más en la agenda de Gestión de Personas, atendiendo 5 pilares: género, discapacidad, raza, edad y LGBTI. Se han establecidos Comités que atendieron estos diferentes grupos con miras de acciones para el 2021. El frente es trabajado bajo la metodología ágil en conjunto por las áreas de personas, sustentabilidad, marketing. Queremos y buscamos establecer un ambiente de trabajo inclusivo, donde el respeto y la tolerancia son la base de las relaciones, con miras a acompañar el desarrollo de los colaboradores en la empresa. (GRI 103-1) (GRI 103-2) (GRI 103-3)

Sustentabilidad e impacto en la sociedad

• **Estrategia de Sustentabilidad**

En 2020, iniciamos en coordinación con 28 áreas 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 fueron desarrollados nuevos frentes de acción para 2021, con miras a la sostenibilidad de nuestras operaciones. Hemos definido 6 compromisos positivos cada uno de ellos con líderes de nuestro Comité ejecutivo con los cuales llevamos a cabo las metas.



1. Ética en las relaciones y los negocios

Meta: Ser reconocida como una empresa ética en las relaciones con sus públicos. Divulgación de esfuerzos del Banco sobre ética e integridad, con públicos.

Sponsor: Gustavo Spranger



2. Gestión inclusiva

Meta: Mejorar la experiencia del empleado y promover un entorno diverso, saludable y con propósito.

Sponsor: Norma Prantte



3. Gestión responsable

Meta: Mejorar el desempeño ambiental de nuestras operaciones y promover prácticas sostenibles en nuestra cadena de proveedores.

Sponsor: Alfredo Palacios



4. Inclusión y orientación financiera

Meta: Ampliar la inclusión y el acceso a los servicios financieros, ofrecer productos, herramientas y contenidos que apoyen la gestión y decisión financiera más saludables y apropiadas (PF y PJ).

Sponsor: Nicolás García del Río



5. Financiación para sectores de impacto positivo

Meta: Aumentar oportunidades para clientes en sectores de impacto positivo

Sponsor: Nicolas García del Rio



6. Transparencia en los informes y comunicación

Meta: Fortalecer la disponibilidad de información y la comunicación con stakeholders sobre asuntos financieros y no financieros, alineados a las mejores prácticas del mercado.

Sponsor: Norma Prantte

• Gestión de donaciones

Somos conscientes que no podemos estar ausentes en contribuir con la sociedad en los esfuerzos e impactos ante esta pandemia. Por esto en 2020, aportamos insumos médicos a hospitales, del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social para 5 hospitales cercanos a nuestras sucursales consistentes en batas, mobiliarios e insumos. Además, de 120.000 insumos médicos a las autoridades de salud de nuestro país, por el valor total de USD. 156.000.

Así también realizamos entrega de víveres a familias afectadas por la situación actual, a través de una campaña de movilización interna y una acción con clientes. La misma fue llevada a cabo a través del área de sustentabilidad y fundación en conjunto a las organizaciones aliadas. Aportando insumos por el valor de USD. 40.000.

5 hospitales
y 17 organizaciones alcanzadas.
más de 120 M
insumos médicos y kits de viveres entregados.

• Programa Leé para un Niño

Este programa fue diseñado e implementado por la Fundación Itaú en formato virtual 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, 68 colaboradores voluntarios del Banco fueron entrenados como mediadores de lectura y visitaron la Fundación Casa Cuna para leer cuentos a 75 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.

“Apoyos a organizaciones en contexto sanitario por el valor de USD 200.000”

Reconocimientos recibidos en 2020

Compartimos los logros de todo el equipo.



• **Infrastructure financing of the year - Southern cone: Rutas 2 & 7 - Government of Paraguay** por la Revista Latin finance.



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



• **World´s Best Bank Paraguay** por la Revista Global Finance 2020.



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



• **Best Sub-custodian Bank Paraguay** por la Revista Global Finance.



• **Best Digital Bank** por la Revista Global Finance: ok de Diego Banca Digital.



• **“Mejor Empresa para Trabajar en Paraguay”** 3er lugar en la categoría de empresas con más de 150 colaboradores, por Great Place to Work.



• **Best Bank in Paraguay 2020** por la Revista Euromoney.



• **Marca Empleadora** Rubro Bancos.





ENTRADA

Itaú

03.

Gobierno Corporativo

Go- bierno Corpo- rativo

Estructuras y prácticas de Gobierno

Adoptar buenas prácticas de gobernanza corporativa agrega valor a una empresa y contribuye a su continuidad a lo largo del tiempo; por esto, la Política de Gobierno Corporativo de la Holding Itaú Unibanco, propicia una gestión integrada y alineada a principios comunes entre todas las empresas que lo integran. Los Reglamentos Internos y con el Código de Ética nos guían en nuestra forma de actuar principalmente.

A nivel local, nuestras prácticas de gobierno, también cumplen con los lineamientos del BCP, definidos en la Resolución N° 65, Acta 72/10, denominada “Estándares Mínimos para un Buen Gobierno Corporativo”, y la Circular SB.SG. N° 679/2012 de fecha 09/08/2012.

Principales estructuras

Itaú Unibanco Holding S.A.

Todas las decisiones son tomadas de manera conjunta desde la administración del Holding

estructurada de manera a que se garantice el debate de equipos. 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.

Todos 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. En Itaú Paraguay, los órganos de gobierno se encuentran involucrados en la creación de una estrategia local y a su vez, en las adaptaciones de políticas corporativas y en el establecimiento de objetivos de la unidad. (GRI 102-26)

Itaú Paraguay (GRI 102-18) (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. 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)

• **Asamblea¹:** 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

1 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.

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 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)

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 independientes².

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 aseguran 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

² Itaú Paraguay no cuenta con directores independientes. (GRI 102-22)

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 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)

Presidente	José Brítez Infante
Directores Titulares	Carlos Eduardo de Castro, Cesar Blaquier, Emerson Bortoloto, André Gailey, Carlos Constantini, Gustavo Spranger, Nicolas Garcia del Rio, Rodolfo Ricci.
Síndico Titular	Mario Durán
Síndico Suplente	Carlos Amaral

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



José Brítez
Presidente



Nicolás García del Río
Director de Banca Mayorista



Gustavo Spranger
Director de Riesgos, Créditos y Compliance



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



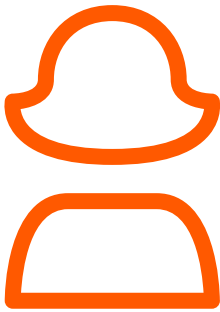
Alfredo Palacios
Superintendente de Administración y Finanzas



Rodolfo Ricci
Superintendente de Tecnología, Operaciones y Productos



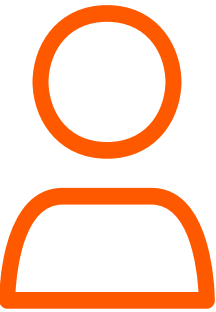
Raúl Luraghi
Superintendente de Tesorería Institucional



12,5%
de miembros mujeres



50%
de miembros locales



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

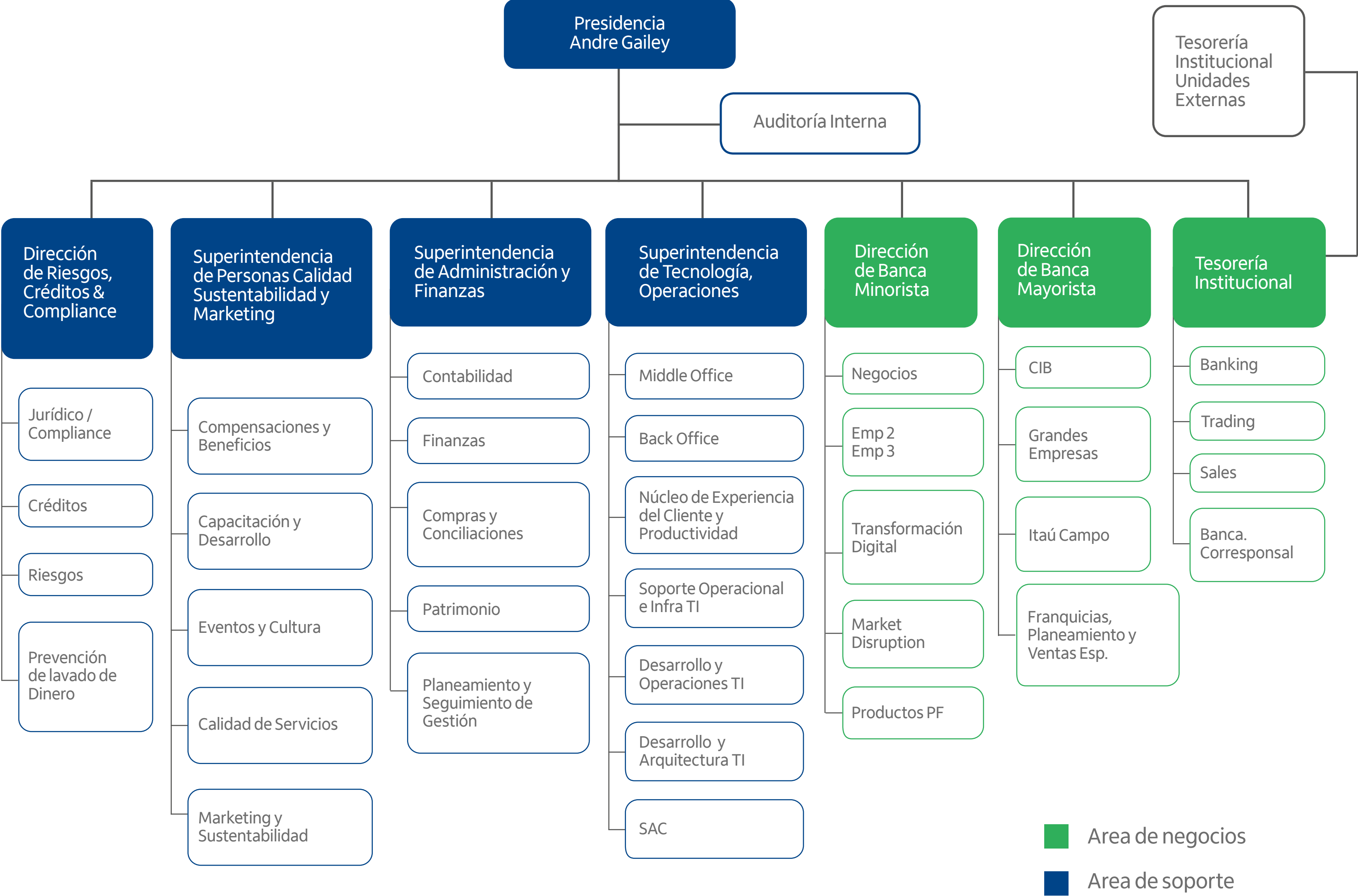
Comités: (GRI 102-22)

Nombre del Colegiado	Objetivo	Nombre del Colegiado	Objetivo
Comité de Auditoría (Itaú Unibanco Holding)	<ul style="list-style-type: none">• Supervisar procesos de controles internos y de administración de riesgos; y• Supervisar actividades de auditoría interna, y actividades de empresas de auditoría externa del Conglomerado Itaú Unibanco.	Comité de Prevención de Fraudes	<ul style="list-style-type: none">• Definir y tratar temas referentes a prevención de fraudes internos y externos.
Comité de Ética	<ul style="list-style-type: none">• Orientar decisiones, conductas y comportamientos;• Difundir directrices de gobierno corporativo; y• Preservar la identidad y reputación de la organización.	Comité de la Seguridad de la información	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar una clara orientación y apoyo a la gestión de seguridad de la información.
Comité de Tecnología	<ul style="list-style-type: none">• Tratar los temas relacionados a Tecnología y dirigir la planificación de servicios de información y sus actividades.	Comité de Continuidad del Negocio y Gestión de Crisis	<ul style="list-style-type: none">• 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.
Comité de Compliance	<ul style="list-style-type: none">• Tratar temas estratégicos referidos a Cumplimiento.	Comité de Seguridad Patrimonial	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar una clara orientación y apoyo a la gestión de la seguridad patrimonial; y• Proponer, aprobar e implementar mejoras continuas.
Comité de Prevención de Lavado de Dinero	<ul style="list-style-type: none">• Tratar temas tácticos referentes a la Prevención del Lavado de Dinero.	Comité de Gestión de Crisis	<ul style="list-style-type: none">• Constituido como “Equipo de Respuesta a la Pandemia COVID-19” es el grupo organizado de representantes designados por el Banco para observar el cumplimiento de las medidas de prevención y salud dentro de las instalaciones de la empresa. El Comité servirá de guía para los colaboradores, facilitando y evaluando las medidas adoptadas de los os casos de COVID-19 entre los colaboradores, proveedores y clientes.
Comité de Riesgos Operacionales	<ul style="list-style-type: none">• 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.		

Áreas de negocio y apoyo

A través de la Banca Mayorista y Banca Minorista, nuestra propuesta de productos y servicios es entregada a cada uno de nuestros clientes. A estas dos bancas, se suma la Tesorería dando soporte como tesorería institucional, a los diferentes negocios del Banco.

Las áreas que acompañan al negocio son 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.



04. Sustentabilidad

Sustenta- bilidad

Estrategia y gobierno de sustentabilidad

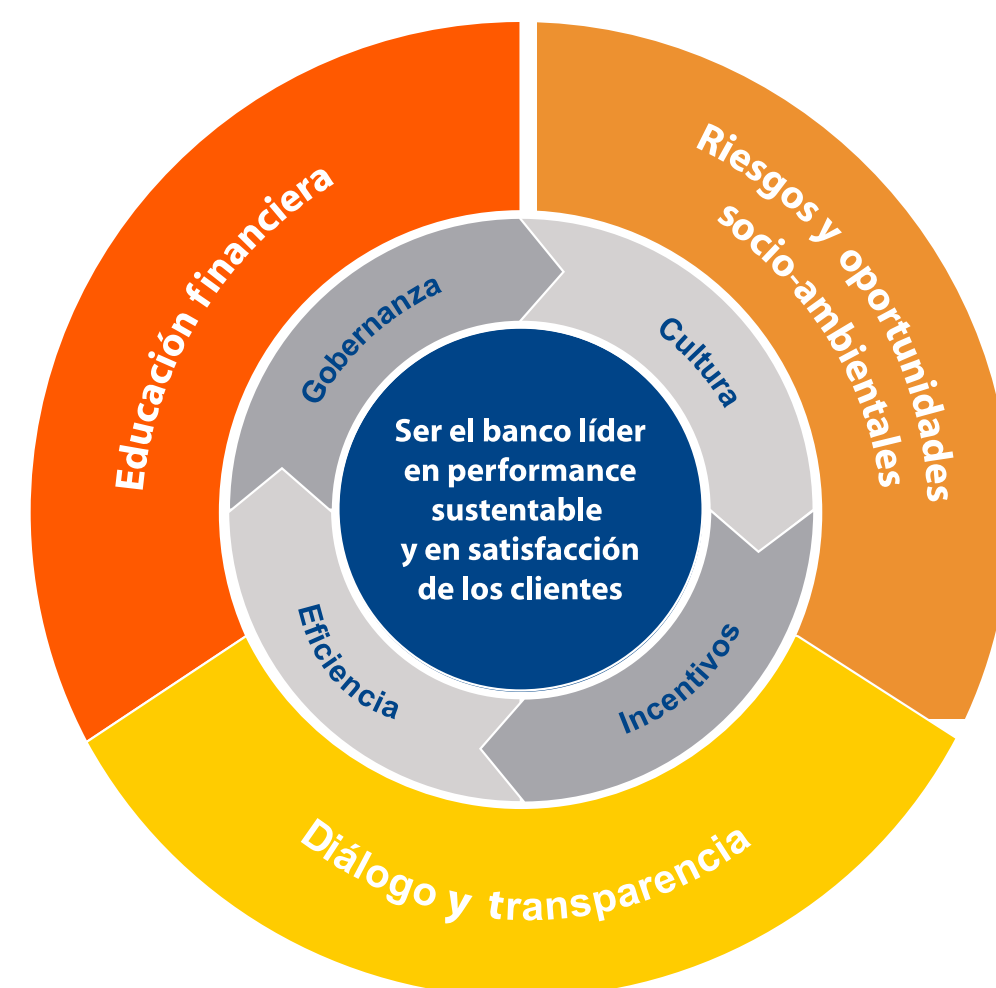
Estrategia de Sustentabilidad

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.

En 2019, esta estrategia pasa por un proceso de evaluación y revisión desde la Holding, con el objetivo a los de visualizar nuevas oportunidades y desafíos para lograr una mejor integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocios de la organización. Los ejes establecidos

inicialmente de educación financiera, riesgos y oportunidades socioambientales y diálogo y transparencia, toman una nueva dirección y son alineados a una forma de trabajar de acuerdo a los Objetivos de desarrollo sostenible.

Es así que nacen los Compromisos de Impacto Positivo en Itaú Paraguay, llevados a cabo en una agenda global compartida con metas establecidas para el año 2023. Hemos establecido y trabajado en la construcción de seis Compromisos, liderados por un Sponsor del Comité ejecutivo y cada área de negocio,



aliandonos en proyectos para lograr las metas de dicha agenda.

Estos Compromisos incorporan los Principios de la Banca Responsable de la ONU y una perspectiva de impacto desde contribución a los ODS.

Compromisos de Impacto Positivo

En 2020, iniciamos en coordinación con 28 áreas 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 fueron desarrollados nuevos frentes de acción para 2021, con miras a la sostenibilidad de nuestras operaciones.

Definimos 6 Compromisos de Impacto en los cuales trabajando durante el año.





Performance Sustentable (ODS 16.6)
Con nuestra espiral de sustentabilidad representamos el concepto de performance sustentable, incluida en nuestra Visión, lo que facilita su comprensión y alcance entre nuestros grupos de interés.



Colaboradores: Creemos que ofrecer desafíos y oportunidades 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.

Clientes: Al contar con colaboradores comprometidos, prestamos servicios más alineados a las expectativas de nuestros clientes, quienes -al estar satisfechos- nos eligen siempre, repitiendo así la cadena de valor.

Sociedad: 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.

El desafío de una actuación sostenible solo puede ser cumplido mediante un trabajo colaborativo que involucre a los principales públicos con los cuales nos relacionamos.

Gobierno de Sustentabilidad (ODS 16.6)

En Itaú Paraguay, la estrategia de sustentabilidad está alineada a las áreas de negocio y es llevada por el Comité Ejecutivo, que se reúne dos veces al año para dar seguimiento a la agenda de sustentabilidad.

La gestión de la estrategia de sustentabilidad es conducida desde la Gerencia de Marketing y Sustentabilidad, que tiene a su cargo el seguimiento de los compromisos de impacto positivo.

Por otra parte, nos mantenemos atentos a las directrices de gestión sostenible en todas las unidades externas, generadas desde la estructura de sustentabilidad de nuestra Casa Matriz, la cual está conformada por el Consejo de Administración, Comité de Estrategia, Comité Superior de Ética y Sustentabilidad, Comité de Sustentabilidad y los Grupos de Trabajo, para temas específicos.

Política de Sustentabilidad

Los compromisos con el desarrollo sostenible y la gestión sostenible del Banco,

en todas sus áreas de negocio, incluyendo sus productos y servicios, están formalizados en nuestra Política de Sustentabilidad. Este documento institucional especifica el sistema de gobernanza y las responsabilidades de las diferentes áreas en torno a la sustentabilidad; también, del Comité Ejecutivo, la Dirección de Riesgos y Compliance, y la Gerencia de Marketing y Sustentabilidad.

De la misma forma, contiene las definiciones respecto a la relación con los clientes, el público interno, los proveedores y la sociedad; así como para las cuestiones relacionadas al medio ambiente.

Materialidad de los temas

Consideramos que un tema es material cuando los impactos generados por el mismo pueden afectar la capacidad del Banco de crear valor en el corto, mediano o largo plazo. La selección y definición de los temas materiales o críticos para el Banco resultan de este análisis, contar con un proceso de identificación de estos temas es fundamental para Itaú ya que nos permite

gestionarlos conforme los intereses de la empresa y la percepción de los grupos con los que estamos vinculados.

En 2015, realizamos el primer ejercicio de identificación de temas materiales para el Banco; desde entonces lo revisamos con la intención de analizar la evolución de la gestión de Itaú con respecto a los mismos. En 2020 mantuvimos los 10 temas relevantes identificados en 2019, (disponible en Reporte 2019, en www.ita.com.py).

El proceso de identificación de los 22 temas materiales identificados en 2018, que luego pasaron a consolidarse en 10 temas relevantes para Itaú, fue realizado considerando las siguientes etapas:

Identificación: consulta indirecta a nuestros principales públicos³, mediante la revisión de fuentes existentes de información relacionadas a sus expectativas e intereses⁴. Se incluyeron además informaciones relevantes para definir los aspectos materiales del Banco por fuera, identificandoron 230 temas específicos.

Priorización: esta etapa fue llevada a cabo

³ 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 102-42)

⁴ 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.

en dos momentos; en el primero en 2015 y luego en 2016 en donde se estableció la priorización de estos 22 aspectos, a través de consultas directas con grupos de colaboradores, clientes, proveedores, organizaciones aliadas e instituciones del Gobierno, el Comité Ejecutivo acompañó estos espacios. Dando origen a los 22 temas materiales⁵. La Gerencia de Sustentabilidad del Banco llevó a cabo un análisis de la vinculación que existía entre los asuntos desarrollados en cada uno de los temas anteriores. Se definen los 10 temas, descriptos en la tabla de temas materiales a continuación en este apartado. (GRI 102-43)

Validación: la validación del resultado anterior fue también realizada con integrantes del Comité Ejecutivo y desde la Gerencia de Calidad de Servicio y Sustentabilidad. Según las valoraciones asignadas, los temas fueron agrupados en tres grupos: i) temas relevantes para los grupos de interés y para la gestión del Banco; ii) temas más relevantes para la gestión del Banco; y iii) temas más relevantes

para los grupos de interés. Los temas del grupo 1 son considerados de prioridad alta, y los de los grupos 2 y 3, de prioridad media. No se han identificado temas de prioridad baja.

Revisión: en 2019 fueron realizadas revisiones para evaluar los avances sobre los temas materiales e identificar oportunidades de mayor alineamiento del contenido del Reporte a estos temas y a los principios de definición del contenido. Como resultado se decidió mantener estos 10 temas relevantes, e incluir datos de actualización sobre los resultados del Banco en relación a los frentes prioritarios que definen su estrategia de corto y mediano plazo.

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.



Temas materiales, cobertura, contenidos GRI y asuntos relacionados⁶ (GRI 102-46) (GRI 102-47) (GRI 103-1 General).

1. Desempeño económico
2. Educación financiera
3. Ciudadanía corporativa
4. Desarrollo de la Sociedad
5. Integridad y Ética
6. Gestión de riesgos
7. Gestión ambiental
8. Experiencia del Colaborador
9. Transformación digital
10. Gestión de proveedores

⁵ 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.
⁶ 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.

Tema material	Cobertura del tema material	Contenido GRI relacionado	Informaciones relacionadas
<div>1. Desempeño económico</div> <div></div>	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">• Desempeño económico• Perfil de la organización• Control accionario activo	<ul style="list-style-type: none">• Valor económico directo generado (ingresos) y distribuido (sueldos, gastos operativos, pago a proveedores, inversiones en la comunidad, etc).• Principales índices de desempeño financiero.• Estadísticas de morosidad del Banco.• Composición de la cartera de crédito: préstamos por sector de inversión, tamaño de empresas.• Gestión del Capital.• Fondeo. Fuentes de Financiación.
<div>2. Educación financiera</div> <div></div>	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.	<ul style="list-style-type: none">• Comunidades locales	<ul style="list-style-type: none">• Estados Contables.• Iniciativas de educación financiera para colaboradores, clientes y público en general.• Participación del Banco en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.• Instrucción y orientación en el uso de productos y servicios.• Estadísticas sobre personas y localidades beneficiadas con iniciativas de educación financiera del Banco.
<div>3. Ciudadanía Corporativa</div> <div></div>	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.	<ul style="list-style-type: none">• Comunidades locales• Desempeño económico• Impactos económicos indirectos	<ul style="list-style-type: none">• Localidades en las que Itaú ha implantado programas de desarrollo.• Iniciativas de promoción cultural.• Iniciativas de promoción de educación integral.• Valor monetario de inversión en programas sociales.• Programas de Voluntariado Corporativo.• Compromisos voluntarios y participaciones en asociaciones.• Relacionamiento con la Prensa.

<p>4. Satisfacción de clientes</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">• Marketing y etiquetado• Salud y seguridad de los clientes• Perfil de la organización	<ul style="list-style-type: none">• Resultados de Encuestas de Satisfacción de Clientes.• Iniciativas de transparencia en el relacionamiento con clientes.• Tratamiento de solicitudes, consultas y reclamos.• Reclamos con organismos de defensa del consumidor.
<p>5. Integridad y ética</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">• Estrategia• Ética e integridad• Formación y enseñanza• Competencia desleal• Gobernanza• Anticorrupción• Participación de los grupos de interés• Perfil de la organización• Privacidad del cliente	<ul style="list-style-type: none">• Principios y valores del Código de Ética.• Canales de comunicación y mecanismos de denuncia de conductas no éticas o ilícitas.• Entrenamientos para colaboradores sobre ética y valores de la empresa.• Gestión de conflictos de interés.• Denuncias recibidas sobre prácticas laborales, abuso y otras irregularidades éticas.• Número de centros/oficinas del Banco que han sido evaluados en relación a riesgos de corrupción.• Políticas, procedimientos y capacitación sobre lucha contra la corrupción.• Política y gestión de Prevención de Lavado de Dinero.• Gestión de seguridad de la información y prevención de fraudes.
<p>6. Gestión de riesgos</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 principalmente directa.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia• Portafolio de productos• Auditoría• Gobernanza• Perfil de la organización• Cumplimiento ambiental	<ul style="list-style-type: none">• Estructuras, estrategia y procesos de gestión de riesgos del Banco.• Tipos de riesgos evaluados.• Proceso de análisis de créditos. Monitoreo de cartera de crédito.• Políticas y procedimientos de evaluación de riesgos socio-ambientales en la otorgación de crédito a clientes.• Estadísticas sobre cartera y clientes evaluados en su gestión socio-ambiental.• Casos de incumplimiento de la normativa ambiental por parte del Banco.
<p>7. Gestión ambiental</p> 	<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Perfil de la organización• Agua• Energía• Emisiones• Efluentes y residuos• Materiales	<ul style="list-style-type: none">• Gestión de residuos generados en el Banco.• Consumo de energía, agua, papeles/ cartones y otros materiales.• Emisiones de gases del efecto invernadero/ iniciativas de compensación o mitigación.• Iniciativas para reducción de consumo de energía, agua, papeles y otros materiales.

<div>8. Experiencia del colaborador</div> <div></div>	<p>Dentro de la organización. La implicación de Itaú en los impactos sobre el tema es directa.</p>	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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).
<div>9. Transformación digital</div> <div></div>	<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">• Perfil de la organización• Estrategia	<ul style="list-style-type: none">• Premisas de la Banca Digital• Canales y funcionalidades digitales disponibles.• Digitalización de clientes.• Metodologías de trabajo.
<div>10. Gestión de proveedores</div> <div></div>	<p>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 socioambientales de proveedores.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación ambiental de proveedores• Evaluación social de los proveedores• Trabajo infantil• Trabajo forzoso u obligatorio• Perfil de la organización	<ul style="list-style-type: none">• Políticas disponibles sobre relacionamiento con proveedores.• Proceso y resultados de evaluaciones ambientales, de prácticas laborales, en materia de derechos humanos, sobre trabajo infantil, forzoso o forzado aplicadas a proveedores.• Proceso de evaluación y contratación de proveedores.• Estadísticas sobre tipo de proveedores y pagos realizados.• Programas de entrenamientos y capacitación para proveedores.

Relacionamiento con grupos de interés

El ejercicio de definición de nuestros temas materiales también nos llevó a determinar el vínculo con los Grupos de Interés específicos –comenzando con el público interno-, y a establecer canales y sistemas de comunicación que aseguren una relación efectiva con cada uno de ellos, esto nos permite conocer sus percepciones sobre la actuación del Banco e identificar los aspectos de nuestra gestión que son más valorados por ellos.

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)

El desempeño social de nuestra empresa está definido por la gestión de las relaciones mantenidas con nuestros grupos de interés, por las políticas y lineamientos que las orientan y por los resultados de las iniciativas y programas dirigidos a clientes, proveedores, la sociedad en general y las instituciones del gobierno con las que nos vinculamos.

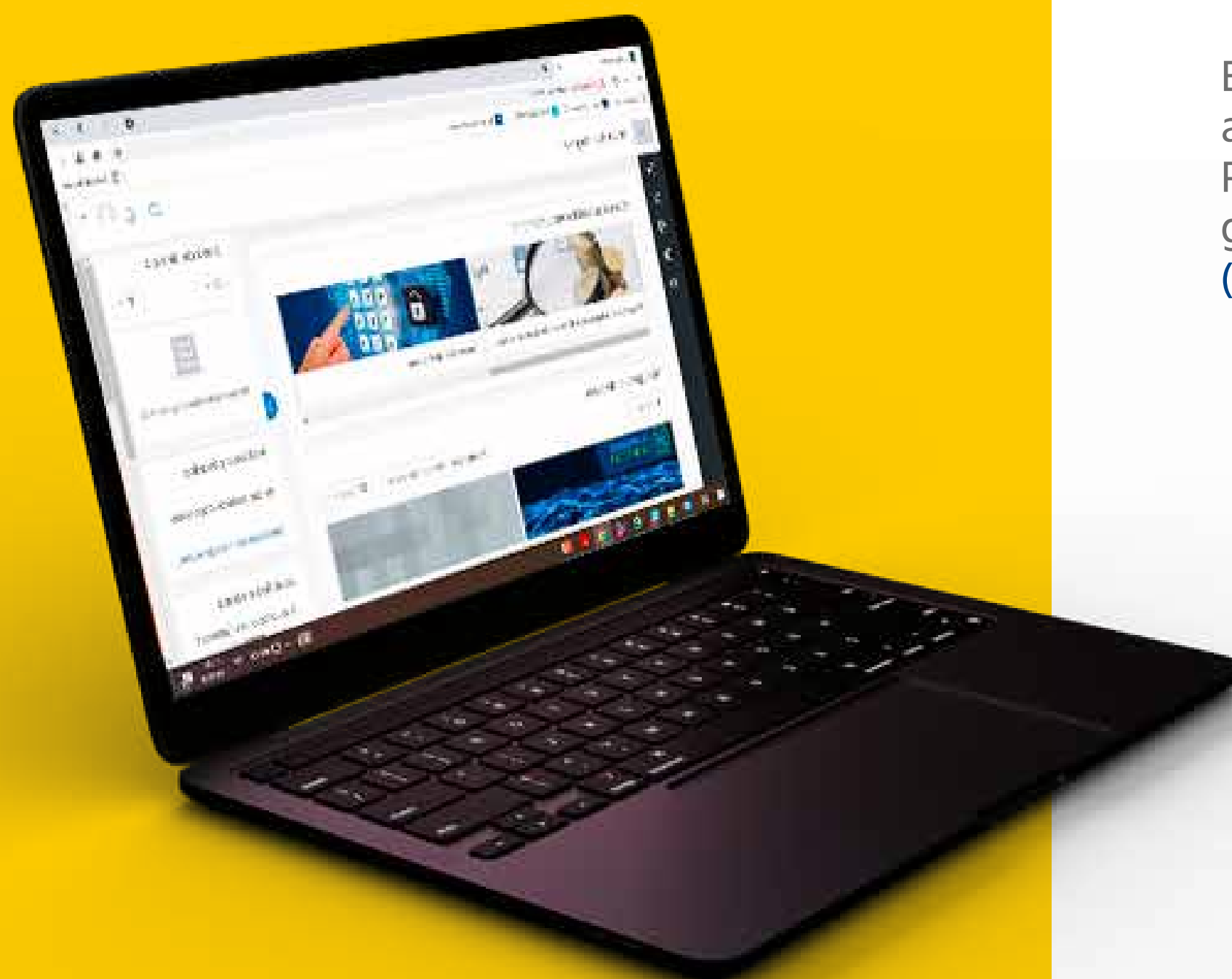
Grupo de interés	Canales de comunicación
<div>Colaboradores</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta de Clima Organizacional.• Encuesta Pulso.• Encuesta Experiencia del Colaborador.• Encuesta Cliente Interno.• Encuestas Voluntarios Itaú Unibanco• Encuesta sobre Salud y Seguridad Ocupacional.• Encuesta sobre Diversidad e Inclusión• Canales de denuncia de desvíos éticos.• Reuniones de áreas.• Reuniones de retroalimentación de performance.• Espacio “Hecho para mí”.• Eventos internos.• Comunicación corporativa digital.• Reporte de Sustentabilidad.• Escuela de Líderes.• Inducción corporativa.
<div>Clientes</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta de satisfacción para clientes personas físicas.• Encuesta regional de satisfacción clientes personas físicas y personas jurídicas.• Encuestas dinámicas de atención en sucursales.• Encuestas dinámicas del segmento Personal Bank.• Encuestas dinámicas del servicio de atención al cliente telefónico.• Sucursales y centros de atención.• Canales digitales y de auto-atención.• Área de Calidad de Servicio.• Direcciones de correo calidad@itau.com.py y sac@itau.com.py• Oficinas de organismos de defensa del consumidor.• Encuentro de tipo focus group sobre servicios y productos del Banco.• Ciclos de entrevistas personales con clientes.• Sitios web: www.itau.com.py y www.fundacionitau.com.py.• Perfiles del Banco en redes sociales.• Reporte de Sustentabilidad.• Dirección de correo electrónico hablemos@itau.com.py y compras@itau.com.py• Casilla de Correo: N° 391 a nombre de Banco Itaú Paraguay S.A.• Oficinas del área de Compras.• Sitios web: www.itau.com.py y www.fundacionitau.com.py.• Perfiles del Banco en redes sociales.• Reporte de Sustentabilidad.



Grupo de interés	Canales de comunicación
<div>Proveedores</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">• Dirección de correo electrónico hablemos@ itau.com.py y compras@itau.com.py• Casilla de Correo: N° 391 a nombre de Banco Itaú Paraguay S.A.• Oficinas del área de Compras.• Sitios web: www.itau.com.py y www.fundacionitau.com.py.• Perfiles del Banco en redes sociales.• Reporte de Sustentabilidad.
<div>Sociedad</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">• Correo electrónico sustentabilidad@itau. com.py y fundacionitau@itau.com.py.• Fundación Itaú Paraguay.• Área de Sustentabilidad.• Perfiles del Banco en redes sociales.• Reporte de Sustentabilidad.
<div>Gobierno</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">• Áreas de Sustentabilidad, Área de Personas, Fundación Itaú y Dirección de Riesgos, Créditos y Compliance, Superintendencia Administración y Finanzas.• Reporte de Sustentabilidad.• Perfiles del Banco en redes sociales.• Entes Reguladores.



Integridad y ética



¿Por qué este tema es material?

Ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de clientes es la visión de nuestra organización, estamos seguros de que las 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 con todos sus grupos de interés.

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 tiene el objetivo de orientar, prevenir y subsanar dilemas éticos y conflictos de interés en nuestras actividades y relaciones internas. Establece las posturas que se consideran adecuadas y las que son inaceptables al momento de actuar.

El Código, alineado al del Holding, representa nuestro compromiso formal con los derechos humanos y estándares laborales. Algunos temas contenidos son: erradicación del trabajo infantil o forzoso, combate contra todo tipo de discriminación, la valoración de la diversidad social, la prevención de situaciones de acoso, la libre asociación sindical y la negociación colectiva, por citar algunos. **(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

- **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 2020 participaron 943 colaboradores, que equivalen al 97% de los participantes con un nivel de puntuación promedio de adherencia del 97% para este entrenamiento.

Canales de orientación y comunicación de desvíos éticos

Cada colaborador se adhiere y actúa en base a los principios y directrices incluidos en nuestro Código de Ética, que establecen la base que da solidez y continuidad a la empresa.

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

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.

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 2020, se han tratado 8 denuncias realizadas por colaboradores que llegaron hasta estos canales, de las cuales todas han sido resueltas y concluidas dentro del año con planes de acción específicos. Del total de las denuncias, en 3 casos de situaciones de asedio moral y uno estaba relacionado a cuestiones de ambiente laboral. 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)

El Código de Ética es entregado a cada colaborador al inicio de su relación con el banco, en el año se realizan comunicaciones internas para recordarlos. Adicionalmente, los colaboradores reciben casos prácticos como guías sobre los canales de denuncia a través de las charlas y comunicaciones 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 material provee contenidos de 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 de Ética. Esto las compromete a 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)

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

Todos los apartados relacionados a anticorrupción están delimitados en los Códigos de Ética (para Colaboradores y Proveedores) y las Políticas Corporativas. En estos documentos 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 2020, dentro del plan de formación dirigido a colaboradores sobre prácticas anticorrupción, fueron desarrollados módulos específicos sobre la Prevención de la Corrupción para el Comité Ejecutivo y áreas críticas del banco sobre políticas y procedimientos anticorrupción por parte de equipos del Holding.

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 2020, no se han recibido denuncias de proveedores a través de estos canales.

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

Existen dos políticas específicas del Banco son las denominadas “de Actividades Externas” y “de Relación de Parentesco”, las cuales 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 y reglamentaciones vigentes 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 se encuentra alineada a un Programa Corporativo de Prevención de Actos Ilícitos para asegurar el cumplimiento de sus directrices y sobre el cual se basa nuestro Proceso de Prevención y Combate de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

Los principales frentes vinculados al Programa son:

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

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 2020, 1.316 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, durante el año 2020 se trabajó en la evolución de los flujos de control y fortalecimiento de modelos que se relacionan a los procesos “Conozca a su Cliente” y “Monitoreo de Transacciones”, se trabajó en forma puntual con la optimización de datos, construyendo herramientas de

gestión y automatización de diversos flujos que repercuten eficientemente en la gestión de controles y el seguimiento de las tareas, logrando reducción de carga operativa en flujos mínimos para volcar este resultado en la puntualización de otras acciones y análisis existentes.

También se realizaron implementación de procesos de control que apuntaron al Quality Assurance de los flujos existentes, lo cual impulsa a lograr mejoras tempestivas en los casos necesarios, a la par que fortalece los procesos del área. Además de trabajar en el Reporteo Automático de varios procesos para ayudar a las áreas de gestión en los seguimientos y acciones.

Finalmente, todos 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 y la Política de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información/Cyber Security y Propiedad Intelectual, cuyas lecturas son obligatorias para todos los colaboradores, establecen las directrices para el tratamiento de la información en la empresa con el propósito de garantizar que los lineamientos y principios de propiedad intelectual y seguridad de la información sean aplicados para proteger al Banco, a los clientes, proveedores 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.

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 2020 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 durante todo el año.

Seguridad para clientes

En 2020, con el contexto de la pandemia, nacieron nuevos tipos de fraudes que hicieron que reforzásemos las comunicaciones a nuestros clientes, fueron enviados distintos materiales a clientes con orientaciones que establecían los pasos a seguir ante estos casos, a través de correos, trabajando con ellos en la prevención y seguridad de sus datos.

En el sitio web www.italu.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 diferentes 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.
- Método de autenticación 3D Secure para nuestras tarjetas de crédito VISA y MASTERCARD, con este método hacemos que las compras e-commerce sean más seguras.
- 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.

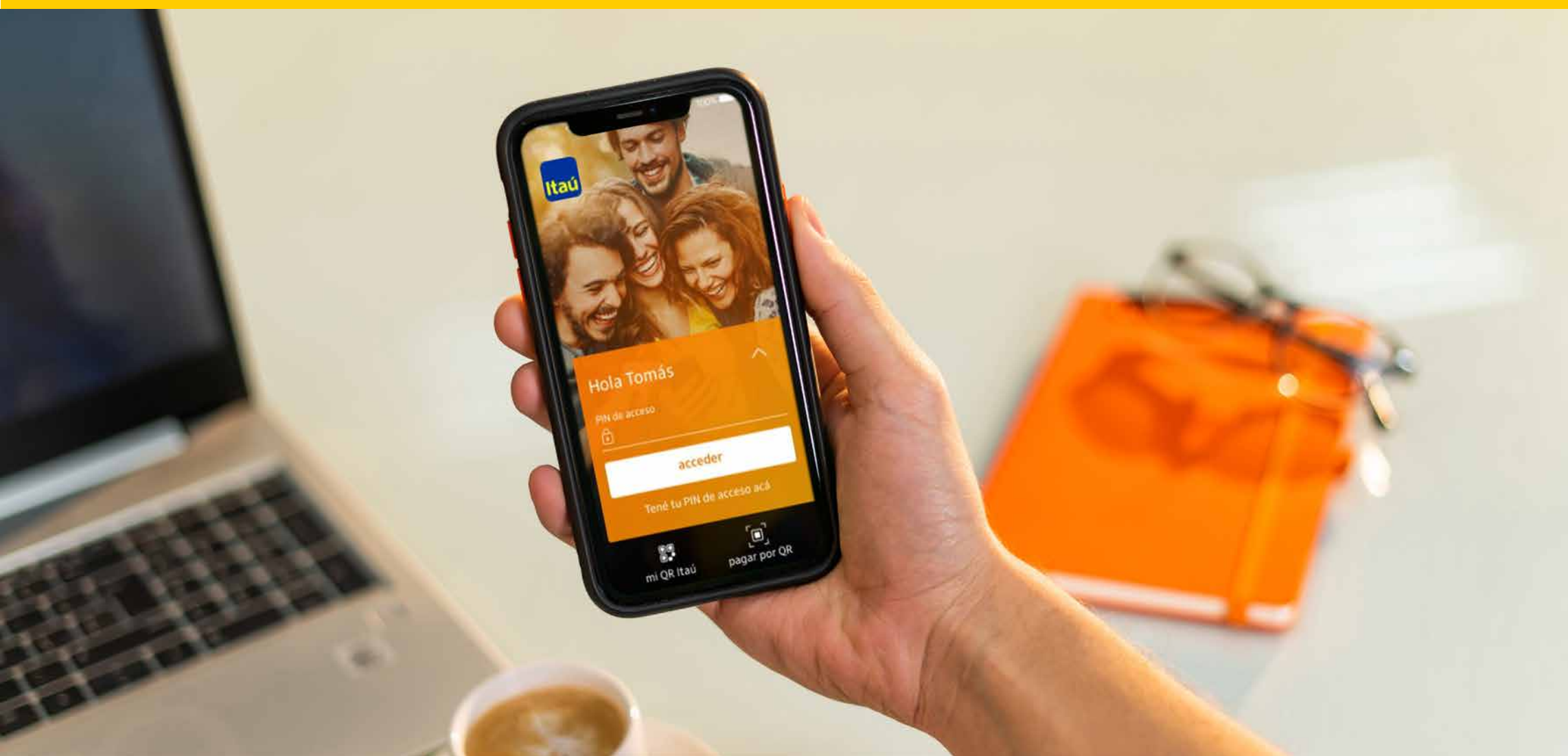
- Herramienta de bloqueo para situaciones de exposición o compromiso de datos en los diversos productos que ofrece el Banco.

Anualmente, se ofrecen entrenamientos tanto presenciales como virtuales a los colaboradores del Banco, en los que se exponen los distintos tipos de fraude tradicionales cómo falsificación, clonación, robo de identidad, etc. También las relacionadas a las nuevas tecnologías o al mundo digital (ingeniería social o phishing.

Durante el año 2020, 334 fueron capacitadas incluyendo colaboradores y operadores de Servicio de Atención al Cliente a través distintas plataformas digitales, y se brindan orientaciones para estar más protegidos ante estos casos.



Gestión de riesgos



¿Por qué este tema es material?

En la identificación de los temas materiales para el Banco, esta se constituye sin duda en uno de ellos, pues asumir y gestionar riesgos es una de nuestras principales actividades. 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.

Los procesos del banco se dan en base a esta gestión de riesgos, es así como logramos que cada una de las decisiones estratégicas tomadas pueda mantenerse en el tiempo y por ende en nuestros negocios.

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

Para afianzar nuestros valores y guiar el comportamiento de las personas que hacen a la organización, para el adecuado manejo de los riesgos, están establecidas las pautas en nuestra cultura de riesgo, que 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.

Además de 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.

Nuestra Cultura de Riesgo (vigente desde 2016) refuerza los lineamientos y actitudes que definen esta gestión. Durante este año continuamos afianzando esta Cultura a través de procesos de formación; realizamos entrenamientos en línea, llegando al 97% de los colaboradores.

Los entrenamientos incluyen charlas sobre Mapas de Riesgos, a todos los gestores de modo a fortalecer el liderazgo ya desde la primera línea.

Es importante destacar que la Cultura de Riesgo de Itaú es transmitida incluso durante el proceso de inducción corporativa de nuevos colaboradores y a través de comunicaciones digitales internas.

Apetito de riesgo

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

Nuestros negocios, productos y servicios son diversos, ya que tenemos poco apetito por la volatilidad. Apuntamos a la excelencia operacional para ser un banco ágil, pero al mismo tiempo sólido y estable en su estructura. Fomentamos un ambiente institucional saludable, con ética y respeto por la regulaciones y la institucionalidad, a medida que aseguramos nuestra reputación.

La declaración y dimensiones del apetito de riesgo, 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:

“Somos un Banco universal operando en Paraguay, subsidiario 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”

Está orientado por los Principios de Gestión de Riesgo:

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



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

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

Formación de colaboradores sobre la Cultura de Riesgo

Durante 2020 continuamos afianzando esta Cultura a través de procesos de formación; realizamos entrenamientos en línea de los que participó el 97% de los funcionarios.

Estos entrenamientos en línea fueron sobre Cultura de Riesgos y Gestión de Issues donde participaron todas las personas encargadas de los procesos de evaluación de riesgos. Así también se realizaron charlas sobre Mapas de Riesgos a todos los gestores para empoderamiento de la primera línea.

El objetivo fue consolidar el posicionamiento de la Cultura y lograr un acercamiento a las acciones diarias los colaboradores para analizar implicancias de riesgo.

Estructuras de gestión de riesgos

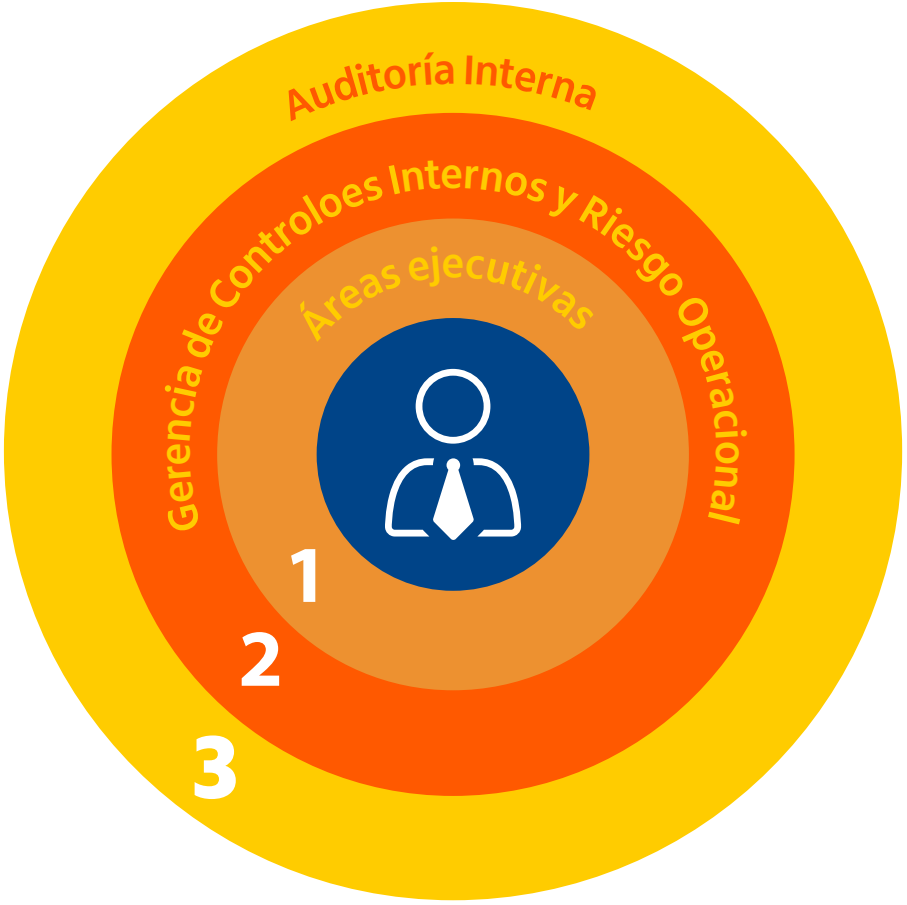
La Dirección de Riesgos, Créditos y Compliance es responsable de establecer directrices y orientar a las áreas del Banco en el manejo de los riesgos, sin embargo, todos los colaboradores son responsables por gestionarlos.

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 Matriz⁷.

Para conducir la gestión de riesgos, la dirección está organizada con las siguientes gerencias: Créditos: (Política, Modelos y Estrategias, Cobranzas, Corporativa, Personal/EMP4, Campo), Riesgos : (Riesgo de Crédito, Monitoreo, Mercado y Liquidez, Controles Internos y Riesgo Operacional, Prevención de Fraudes, Seguridad Lógica, Seguridad Patrimonial), Prevención de Lavado de Dinero, Jurídico y Compliance.

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

Los riesgos de este tipo contemplan la posibilidad de pérdidas debidas a fallas, deficiencias o aplicaciones inadecuadas de procesos internos, personas y sistemas, así como a eventos externos. Incluye 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. Para la gestión de riesgos de este tipo, se cuentan con diferentes medidas que se describen a continuación:

Proceso de Autoevaluación de Riesgos

Cada año se realiza el Proceso de Autoevaluación de Riesgos, esto implica el diseño de un mapa de riesgos de la unidad, que forma parte del mapa global del Holding. La construcción del mapa local, involucra 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)

Dentro del proceso de entrevistas para diseño del mapa de riesgos se asigna un nivel de riesgo denominado inherente y un nivel sobre la eficacia del ambiente de control existente para gestionar el riesgo. Esta definición conlleva un seguimiento posterior, controles y pruebas a través de los cuales los niveles de riesgo deberían ir ajustándose

⁷ 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.

hasta llegar a un nivel de tipo residual.
(GRI 102-30)

En 2020 se identificaron con este proceso, 1.096 riesgos que formaron parte del Mapa de Eventos de Riesgos Priorizados de las diferentes áreas Ejecutivas de Banco Itaú Paraguay. Con estos riesgos identificados y priorizados se realiza un relevamiento con las áreas de la organización para asegurar que existan mecanismos adecuados para su gestión. (GRI 102-29)

Programa de Monitoreo de Cumplimiento

Con el objetivo de monitorear la adherencia de las unidades a sus reglamentaciones locales y a las directrices corporativas o normas internacionales, se cuenta con el Programa de Monitoreo de Cumplimiento (CMP por las siglas en inglés para Compliance Monitoring Program), considerando cinco pilares: i) crímenes financieros; ii) conducta de negocios; iii) ambiental; iv) personas; y v) gobierno.

A través de CMP se capturan y analizan las reglamentaciones, controles y pruebas sobre los procesos y se presentan resultados a los miembros del Comité Ejecutivo de modo a mantenerlos actualizados sobre la situación

de cumplimiento de la unidad. (GRI 102-29)

Programa de evaluación de riesgos en la red (PERR)

El programa incluye 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, así como el tratamiento adecuado de todos los tipos de riesgos identificados por el Banco. En 2020, 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

En el área jurídica del banco se analizan proyectos de ley que se encuentran para estudio en el Congreso, conscientes de la importancia de estar preparados para los cambios en casos necesarios y anticiparnos a los potenciales impactos que los mismos pudiesen ocasionar en el Banco, en caso de que sean aprobados. Esto permite definir estrategias para posibles cambios, como readecuar a tiempo y en forma los procedimientos y medidas existentes 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.

Gestión del Riesgo de Mercado y Liquidez

• Riesgo de Liquidez: este riesgo 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.

• 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.

Los mecanismos de gestión de los riesgos de mercado y liquidez son: Acuerdo de Basilea

III y Matriz de Límites de Riesgo de Mercado.

Acuerdo Basilea III - Riesgo de Liquidez

Además de cumplir con las exigencias de sus bancos centrales, todas las unidades internacionales de Itaú Unibanco Holding S.A., también deben cumplir las 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 el control de la liquidez en entidades bancarias a nivel mundial. 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.

Banco Itaú Paraguay, a través de su área de Riesgo de Mercado y Liquidez, realiza el control diario de 4 límites que se encuentran alineadas a las exigencias del acuerdo “Basilea III” e informa al área de Tesorería para su correcta gestión y al Directorio para su acompañamiento.

Matriz de límites de Riesgo de Mercado

Para llevar a cabo controles de riesgo de

mercado, actualmente se encuentran vigentes 52 límites máximos de pérdidas y 3 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 descargos 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, cuando existan variaciones adversas en el mercado, los impactos que pudiéramos recibir estén suavizados y bajo control. El consumo de límites es informado 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

Este riesgo se refiere a la posible ocurrencia de pérdidas asociadas al incumplimiento por parte del cliente (tomador de créditos), de sus obligaciones financieras en los términos acordados, así también 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

La evaluación y análisis de crédito de los clientes se realizan de forma individual y son aspectos establecidos claramente en nuestras políticas de crédito, tanto para la Banca Mayorista y la Minorista, tales como la capacidad de pago demostrada, el nivel de endeudamiento del cliente, 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.

Nuestra cartera de créditos está 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; así también está de

acuerdo con las políticas internas 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 de acuerdo al tipo de persona (Física o Jurídica) y a los segmentos en los que 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.

Contamos también 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. Entre otras informaciones, consideramos:

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, etc. 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 2020.

Gestión de Cobranzas y Recuperaciones

Para la gestión de cobranzas y recuperaciones, se cuenta 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 atraso en sus pagos o que precisen reorganizar sus deudas de acuerdo a su capacidad de pago, esta gestión está a cargo del área de Cobranzas y Recuperaciones del banco.

La gestión se realiza a través de diferentes canales, incluyendo nuestras sucursales, un equipo que ofrece atención personalizada en el edificio Casa Matriz y desde la atención en el CAC por parte de asesores especializados. Se evalúa junto con el cliente, distintas 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.

Es importante destacar también que, desde el área de Cobranzas y Recuperações, se realizan acciones preventivas que permiten identificar mediante determinadas variables, a clientes que podrían mostrar un deterioro en el pago de sus créditos. Esto, con el objetivo de contactarlos de manera proactiva para ofrecerles alternativas de financiamiento, tendientes a evitar episodios de no pago.

En 2020, se procesaron 29.419 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 es la probabilidad de ocurrencia de un evento que ocasione impactos en perjuicio de la población o el medio ambiente. En el sector financiero, este

riesgo se relaciona a la posibilidad de que el Banco incurra en pérdidas por los impactos socioambientales 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)

El sector financiero tiene una posición clave para contribuir con la transición hacia una economía más responsable de los impactos socio-ambientales que generan las empresas.

Conscientes de ello, contamos con una Política de Gestión de Riesgo Socioambiental (GRSA) que junto con su Manual de Procedimientos⁸, 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

La gestión de riesgos socioambientales inicia con el relacionamiento con nuestros clientes de los segmentos de la Banca Mayorista y de los segmentos Empresas y Emp4 de la Banca Personal. Primeramente verifica la actividad del cliente, de modo a corroborar que la misma no se encuentre asociada a ninguna de las actividades prohibidas y restringidas de financiamiento indicadas por nuestra Política de Gestión de Riesgos Socioambientales (GRSA).

Entre las actividades prohibidas se encuentran por ejemplo, la utilización de mano de obra en condiciones análoga a la esclavitud; la utilización de mano de obra infantil en desacuerdo con la legislación, y la prostitución (incluyendo la infantil). Citamos estos ejemplos de actividades pues 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 restringidas, la misma se aplica principalmente a los sectores agrícola, ganadero y agroindustrial. Para estos sectores implementamos una debida diligencia para la concesión de crédito, compuesta por la aplicación de

8 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).

criterios y parámetros específicos. Dentro del grupo de actividades restrictas se encuentran aquellas ubicadas en áreas protegidas o dentro de Sitios Ramsar y aquellas actividades que no cuenten con una Declaración de impacto ambiental, más comúnmente conocida como Licencia ambiental.

Evaluación de riesgos socio-ambientales de clientes

Como paso posterior a la verificación de las actividades prohibidas y restrictas, se realiza la evaluación de riesgos socio ambientales que pudieran impactar y generar riesgos principalmente relacionados al flujo de caja, reputacionales o de imagen, así como riesgos de garantías.

El nivel de exhaustividad de las evaluaciones de riesgos socio-ambientales, depende del Nivel de riesgo socioambiental (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 principalmente 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 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 previa aprobación de líneas o renovación de líneas existentes, y las medidas deben ser regularizadas de acuerdo a los plazos, para mantener vigentes las líneas de crédito.

En lo que respecta a la evaluación de clientes con Nivel RSA N3, en 2020, hemos completado los reportes de análisis de 108 clientes, cuyas líneas de créditos suman aproximadamente USD 1.028.006.700. De los 108 análisis finalizados, hemos definido 70 planes de acción RSA.

Durante el año 2020, a raíz de toda la situación COVID-19, se implementaron reuniones virtuales con los clientes y consultores a través de plataformas digitales de tal manera a poder conversar sobre puntos o aspectos de relevancia para el banco referente a riesgo socioambiental.

Análisis de clientes segmento Itaú Campo e IBBA

Los criterios de las Guías Sectoriales de la Mesa de Finanzas Sostenibles de Paraguay (MFS Py), fueron incorporados en nuestros procesos de evaluación RSA de clientes con actividades agrícolas, ganaderas y agroindustriales, que corresponden en su mayoría al segmento Itaú Campo y en menor medida al Segmento CIB. El análisis de dichos criterios se realiza también a través de la verificación de documentos, monitoreos 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:

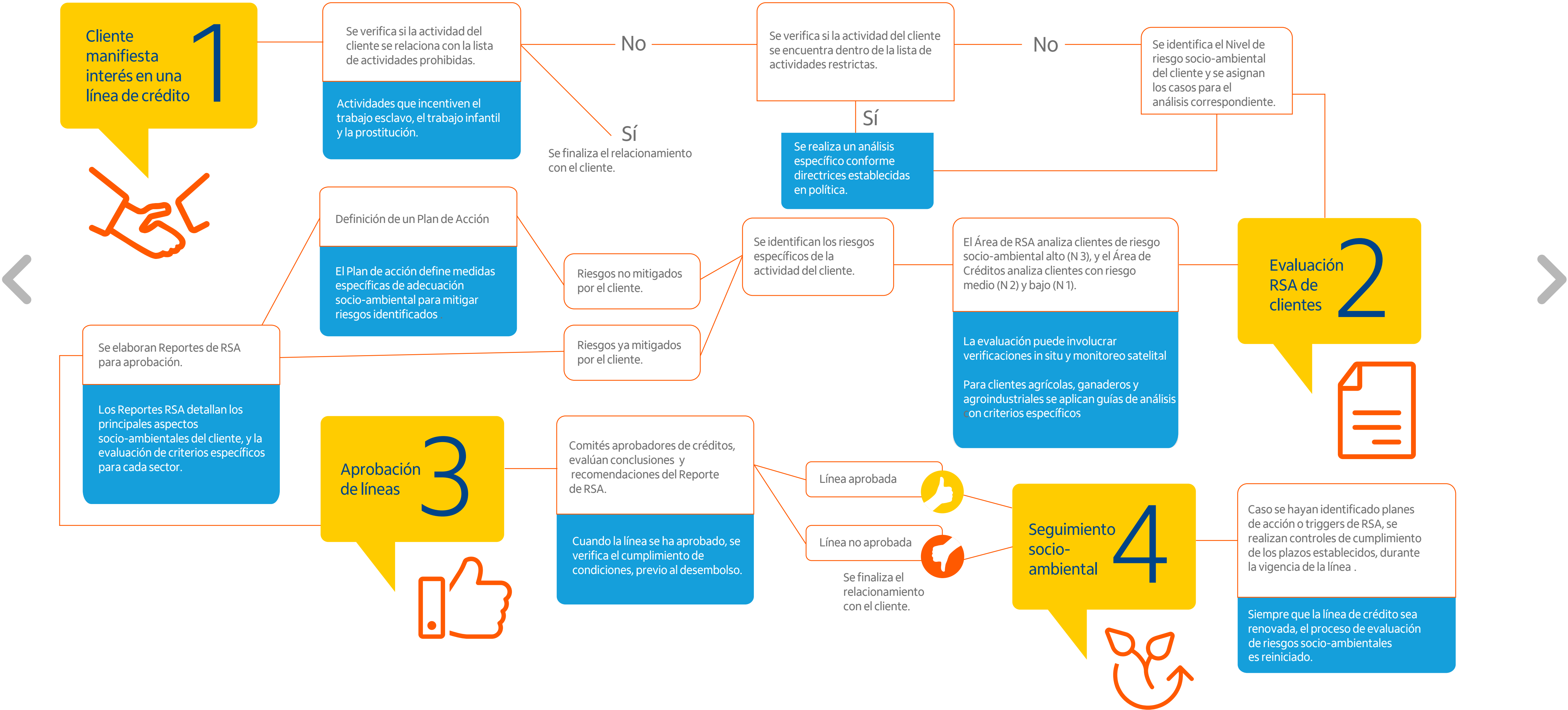
- Conservación de remanentes forestales desde el año 2005 en la Región Oriental (cumplimiento de la Ley de Deforestación Cero).
- Conservación de los bosques protectores de cauces hídricos.
- Conservación de la cobertura boscosa legal correspondiente al 25% del bosque nativo existente en el año 1986.
- Conservación de las barreras rompe-

- vientos 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.

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

Siempre representa un desafío poder garantizar la calidad de nuestra gestión de riesgo socio-ambiental. Por esto 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 el 2020, se registraron en esta herramienta un total de 1580 clientes con la siguiente distribución de niveles RSA: 1.331 clientes con Nivel RSA 1, 134 con NIVEL RSA 2 y 115 clientes con NIVEL RSA 3. **(G4 FS10)**

Este año hemos simplificado la Herramienta RSA, buscando principalmente dos aspectos: hacer más eficiente nuestros procesos y disminuir la carga horaria invertida por el Comercial en el llenado de los Cuestionarios de RSA.

Si tenemos en cuenta el rol clave que ejerce el sector de los agro negocios en la economía de nuestro país, podemos entender la importancia fundamental de mantener la calidad de la evaluación de riesgos socio-ambientales en actividades agrícolas, ganaderas y agroindustriales. En este sentido las herramientas de monitoreo satelital son de gran utilidad dentro del proceso de evaluación.

Actualmente, el área de Riesgo Socioambiental del Banco utiliza principalmente dos herramientas de geo-procesamiento; ArcGIS y QGIS, y como soporte utiliza herramientas como GFW, y GEE. 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.

Entre los principales aspectos observados con los sistemas de información geográfica, podemos destacar el monitoreo de las reservas forestales legales de una propiedad, la conservación de remanentes forestales en la Región Oriental posterior al año 2005, existencia de bosques de protección de cursos hídricos donde

correspondan, las barreras rompe-vientos (Región Occidental), entre otros aspectos relacionados a la ubicación de las propiedades rurales, cercanía a Sitios Ramsar, a ASPP (Áreas protegidas públicas y privadas), a comunidades indígenas, a centros de salud, centros educativos, entre otros.

Formación sobre riesgo socio-ambiental para colaboradores

Los analistas de crédito y gerentes de cuenta cumplen un papel esencial para la implementación de los procedimientos de gestión de riesgos socioambientales, para ello, de modo a asegurar el entendimiento de las directrices y procedimientos de la Política de GRSA, se han desarrollado entrenamientos complementarios dirigidos a los colaboradores en estas posiciones.

Durante el año 2020, hemos realizado capacitaciones con el principal objetivo de aportar a la mejora continua de los procedimientos de Gestión de Riesgos Socioambientales.

Los espacios de formación 2020 se dividieron principalmente en 3: capacitaciones realizadas por RSA Matriz para actualización

e implementación de Políticas y Proyectos RSA de la Holding; capacitaciones realizadas por RSA BIP a las áreas internas para actualización de procedimientos; y las capacitaciones realizadas por la MFS.

Capitaciones RSA Matriz: a) Actualización e implementación de la Política Principios de Ecuador IV; b) Capacitación para las unidades RSA internacionales - flujos y procesos.

Capitaciones RSA BIP: a) Política y Procedimientos RSA para los Asistentes comerciales de los Gerentes de Cuentas; b) Utilización de la Herramienta RSA para el llenado de la Ficha RSA; c) Actualización sobre aplicación de los criterios de las Guías sectoriales.

En cuanto a las capacitaciones organizadas por la MFS, se llevaron a cabo capacitaciones tanto con entes públicos como privados, pudiendo destacar como una de las principales colaboraciones a la Capacitación de “Priorización espacial de las alertas de deforestación GLAD”.

En total, fueron 25 horas de entrenamientos de las que participaron al menos 40

colaboradores, representantes de la Banca Mayorista, Créditos Empresas y Riesgo Socioambiental.

Tasaciones de Riesgo Socio-ambiental

Dentro del 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.

Al contar con estos datos geográficos de las propiedades rurales tasadas e hipotecadas a favor del Banco, al momento de realizar la evaluación de riesgos, puede verificarse el cumplimiento de legislaciones ambientales.

Principios de Ecuador para el financiamiento de proyectos

En 2018, Banco Itaú Paraguay ha divulgado una política y establecido procedimientos locales para la implementación de los Principios de Ecuador⁹, a través de la aplicación de un flujo definido por Itaú Unibanco para sus unidades externas. El Holding Itaú Unibanco es signatario de los Principios de Ecuador desde el año 2004. Los principios contemplan la observancia de una

variedad de aspectos socioambientales 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.

El análisis se inicia con la categorización del proyecto, basada en la magnitud de sus posibles riesgos e impactos ambientales y sociales. Esta categorización permite que la debida diligencia 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.

En el 2020 hemos actualizado nuestras políticas y procedimientos de Principios de Ecuador de acuerdo a la versión n° IV publicada en el 2019. Por otra parte, hemos modificado también procedimientos internos para la implementación de esta Política, siendo la principal modificación la incorporación de una Herramienta elaborada por RSA Matriz la cual debe ser llenada por el Comercial con los datos de una operación, y esta permitirá identificar si el Proyecto en cuestión cumple con los criterios necesarios para aplicar los Principios de Ecuador.



9 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?

Al ser una institución financiera, el desempeño económico se constituye en 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.

En el 2020, en un contexto por demás desafiante, destacamos haber logrado conservar el índice de eficiencia e incluso mejorar las utilidades. El seguimiento que damos a diferentes índices financieros nos permite monitorear el estado de nuestras operaciones.

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, por este mismo hecho, la emergencia sanitaria nos exigió la más rápida reacción para acompañar a nuestros clientes, tanto en relación a los compromisos ya asumidos, como la disponibilización de nuevos productos financieros acordes a las circunstancias.



Valor económico generado y distribuido (GRI 201-1)

En esta sección presentamos los principales indicadores e índice financieros obtenidos por el Banco, las demostraciones contables más importantes y su destino desde el 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 2020, las operaciones del Banco generaron un valor económico de Gs. 1.529.719 millones, lo que representó una disminución de 8% en comparación al año anterior.

Respecto al valor económico distribuido, el mismo ascendió a Gs. 756.612 millones. La única partida con aumento en comparación a 2019, fue el pago de remuneraciones para colaboradores con un aumento del 5,96%.

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 24,88% en comparación a 2019.

Nuestras operaciones (GRI 102-7)

El estado de resultado del banco mostró en 2020 una utilidad neta de Gs. 633.541 millones, producto de una utilidad antes del impuesto a la renta de Gs. 694.926 millones y Gs. 61.385 millones de impuesto a la renta, con una alícuota efectiva de 8,83%.

Respecto al 2019 el banco obtuvo -19% menor utilidad neta en 2020. Con dicho resultado hemos mantenido el primer lugar entre los bancos privados del país que mejor resultado acumulado ha obtenido en el 2020.

	2020	2019
Valor económico generado (VEG)	1.529.719.947	1.662.936.191
Margen financiero	997.935.010	1.006.230.585
Ganancias por servicios	368.999.707	478.760.687
Comisiones por seguros	42.005.370	43.815.734
Ingresos extraordinarios	2.883.964	2.004.812
Otros ingresos	117.895.897	132.124.373
Valor económico distribuido (VED)	756.612.663	774.387.599
Dividendos	-	-
Proveedores y gastos administrativos (sin remuneraciones)	394.712.638	414.061.845
Pago de impuestos	80.288.188	95.250.857
Remuneraciones para colaboradores	273.879.679	258.471.592
Iniciativas sociales	7.732.159	6.603.306
Valor económico retenido (VEG- VED)	773.107.284	888.548.592
Previsiones sobre operaciones de crédito	139.565.901	109.685.866
Reservas	633.541.382	778.862.725

En miles de Guaraníes.

Los activos de la entidad alcanzaron Gs. 24.550.576 millones, comparados con Gs. 20.386.108 millones de 2019 aumentando así en un 20 %, lo que nos ha permitido obtener el segundo lugar en el mercado de sistema financiero local.

Los depósitos en 2020 totalizaron Gs. 18.589.629 millones comparados con Gs. 16.010.339 millones del 2019, presentando así un aumento de 16 % principalmente por la mayor participación de los depósitos del sector privado, lo que nos ha permitido mantener el segundo lugar dentro del mercado de sistema financiero local.

El total de los préstamos en 2020 totalizaron Gs. 12.574.600 millones, presentando un aumento del 4 % comparando Gs. 11.213.938 millones de 2019, logrando así mantener el cuarto lugar dentro del sistema financiero local.

Principales índices

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

2018	43,49%
2019	44,19%
2020	25,64%

Si bien, el índice ha disminuido en comparación al 2019 principalmente por el aumento de fondos propios por la no remesa de utilidades y una leve disminución de rentabilidad por el efecto de la pandemia, logramos posicionarnos en el primer lugar entre todos los bancos privados del país.

• **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.

2018	16.46%
2019	15.19%
2020	20.84%

El aumento del índice obedece principalmente al aumento de patrimonio debido a la no remesa de las utilidades

del ejercicio 2019.

• **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.

2018	42,06%
2019	40,02%
2020	46,71%

El 2020, los ingresos fueron menores en relación al 2019, otorgándonos como resultado un resultado menor en índice de eficiencia.





	2020			2019		
Principales cifras	Sistema	Itaú Paraguay	% Mercado	Sistema	Itaú Paraguay	% Mercado
Activos totales	162.510.738	24.550.576	15,11%	138.665.640	20.386.108	14,70%
Préstamos totales	101.921.110	12.574.600	12,34%	94.132.254	11.213.938	11,91%
Tarjetas de crédito - Importe	2.705.498	1.006.704	37,21%	2.872.329	1.064.983	37,08%
Depósitos totales	119.044.502	18.589.629	15,62%	100.070.615	16.010.339	16,00%
Utilidades	2.343.277	633.541	27,04%	2.955.035	778.863	26,36%
Patrimonio neto	18.994.818	3.343.792	17,60%	16.722.385	2.710.917	16,21%



En millones de Gs.

Posicionamiento

2020	Activos	Prestamos	Depósitos	Utilidades	Eficiencia
Ranking sistema	2°	4°	2°	1°	3°
Participación mercado	15,11%	12,34%	15,62%	27,04%	-

Desempeño de la cartera de crédito

- Banca Minorista
- Banca Mayorista

Mejorar nuestra cartera, buscando la sustentabilidad a través de la gestión oportuna, nos lleva a focalizar en la calidad de nuestros procesos, políticas y herramientas de créditos, además de 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:

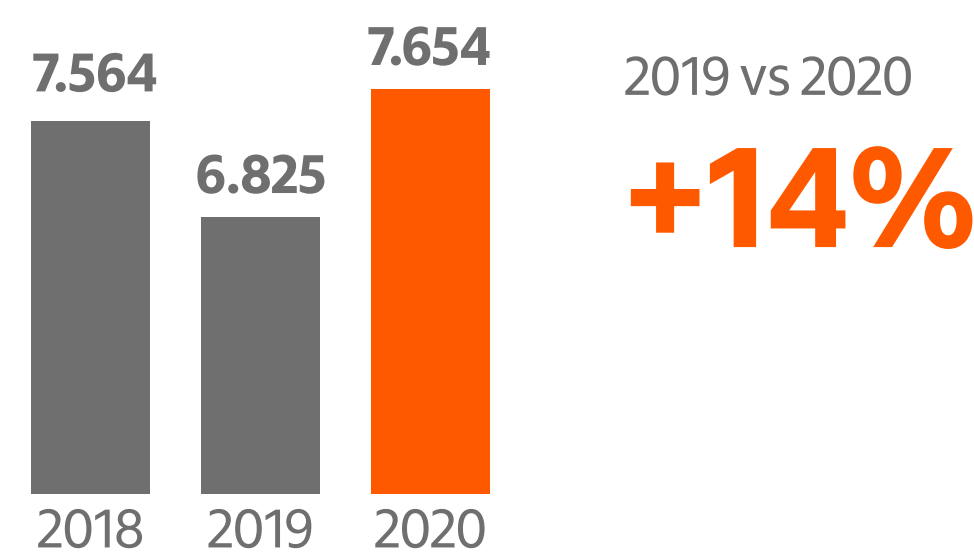
Los clientes bajo la cartera de Banca Minorista, agrupados en Personas Físicas y Jurídicas, generalmente operan con operaciones de tarjeta de crédito, préstamos personales, préstamos para la vivienda y financiamiento de vehículos. Así también se incluyen a las Pymes, que operan principalmente con capital de giro.

En cuanto a la cartera de la Banca Mayorista,

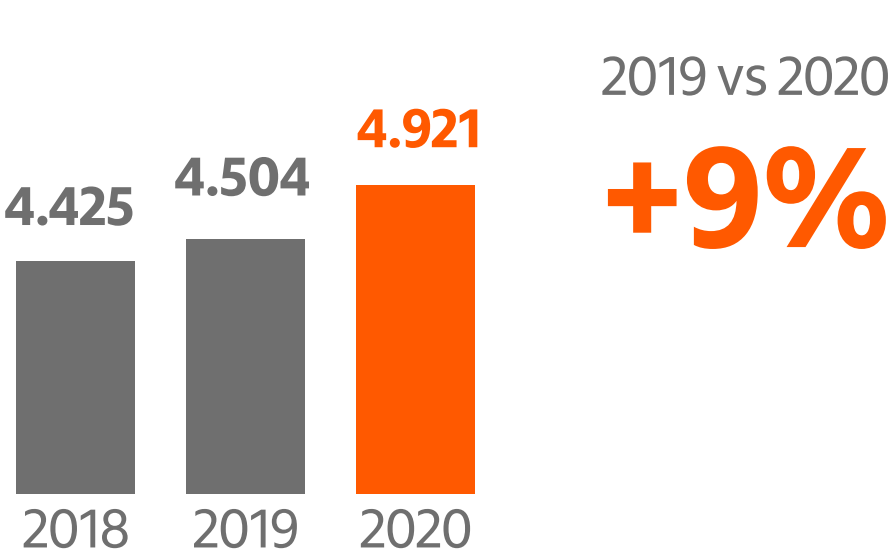
los préstamos están dirigidos al apoyo y financiamiento de grandes empresas vinculadas al sector productivo, comercial, industrial y de servicios, financiando capital operativo e inversiones de nuestros clientes. Adicional a las exigencias internas, se solicita en determinados casos una evaluación socio ambiental para asegurar los riesgos de la operación y adecuar a nuestros clientes a nuestras políticas.

Evolución de la cartera de crédito por banca

Banca Mayorista

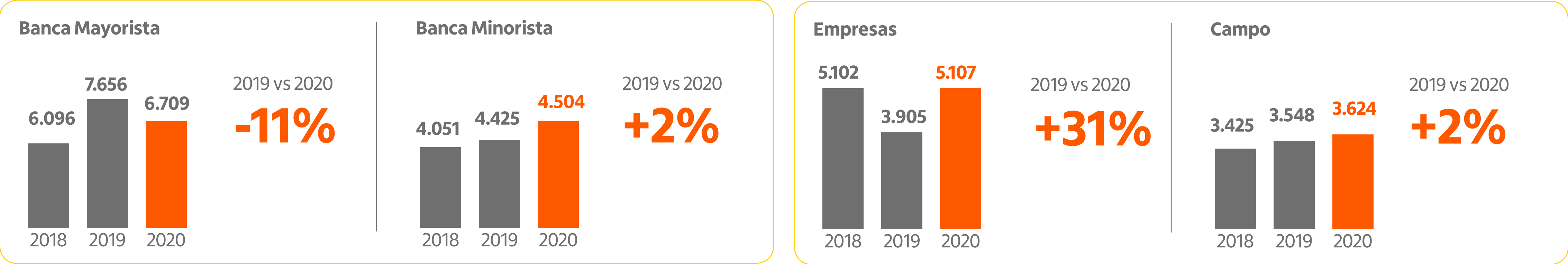


Banca Minorista

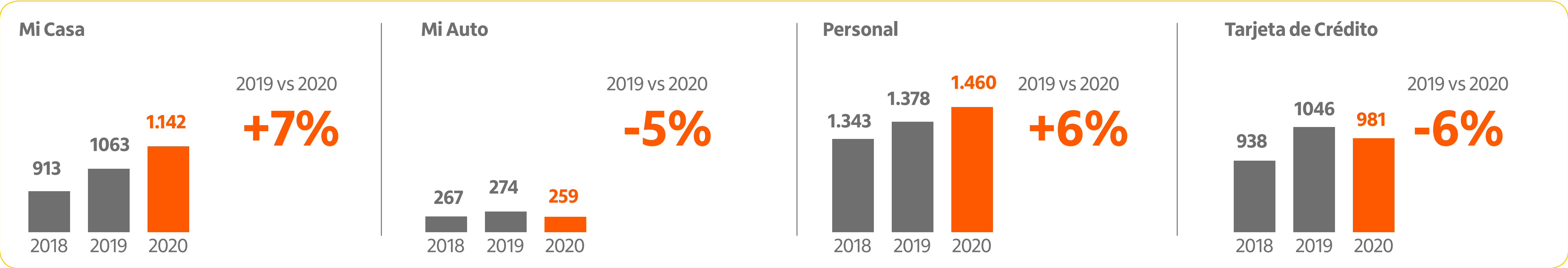


En miles de millones

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 la morosidad de la cartera y en las provisiones del Banco. Con respecto al gasto en provisiones, se generan a fin de cubrir las eventuales pérdidas que puedan

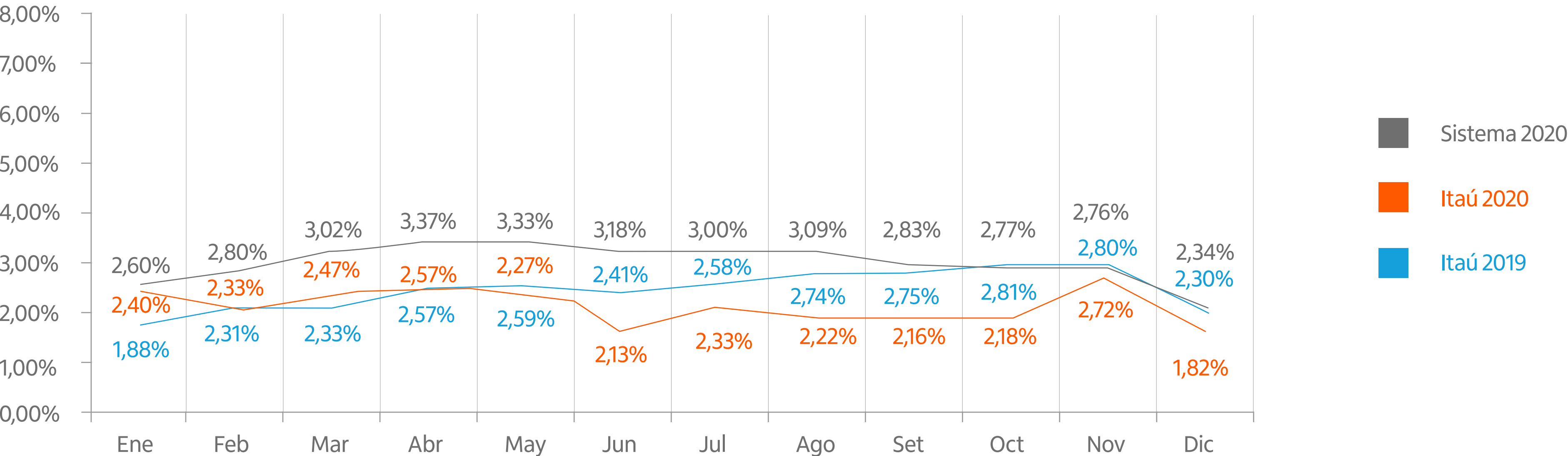
derivarse de la no recuperación de la cartera. Constituimos las provisiones exigidas requeridas, según las reglamentaciones vigentes. Al 31 de diciembre de 2020 y 31 de diciembre de 2019 el Banco ha constituido provisiones genéricas (equivalente al 0,5% de su cartera de préstamos directos y de riesgos 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 2020 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. 73.045.066.796 (Gs. 34.140.761.607 al 31 de diciembre de 2019). En cuanto a la morosidad, al 31 de diciembre de 2020, la cartera vencida del Banco representaba 1,82% de sus colocaciones, inferior al 2,34% registrado en el sistema financiero.

Morosidad en 2020



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

Por sector de actividad	Valor de la cartera (Gs. millones)	Valor total de la línea de negocio (Gs. millones)	% Representativo del total de la cartera (Gs. millones)
Cultivos agrícolas en general	1.501.458	656.311	11,94%
Cría de animales	1.617.065	211.866	12,86%
Agro-negocios	288.665	0	2,30%
Industrias manufactureras	947.605	1.405.030	7,54%
Construcción	463.199	726.069	3,68%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos	243.448	237.305	1,94%
Comercio al por mayor	1.139.310	7.007.906	9,06%
Comercio al por menor	868.324	1.681.282	6,91%
Servicios	845.757	973.046	6,73%
Intermediación Financiera	37.719	1.236.317	0,30%
Servicios Personales	193.213	59.422	1,54%
Vivienda	1.195.510	1.977	9,51%
Consumo	2.506.769	3.627.764	19,94%
Otros	726.568	457.960	5,78%

Fuente: Área de Riesgos de Itaú Paraguay.

Por dimensión de la empresa	Valor de la cartera (Gs. millones)	Valor total de la línea de negocio (Gs. millones)	% Representativo del total de la cartera (Gs. millones)
Microempresas (0-2,40 millones)	1.350.236	5.682.860	10,74%
Pequeñas empresas (2,40 millones-16,00 millones)	3.027.932	3.229.475	24,08%
Medianas empresas (16,00-90,00 millones)	2.844.898	4.536.535	22,62%
Medianas/grandes empresas (90,00-300,00 millones)	1.360.148	4.825.963	10,82%
Grandes empresas (más de 300,00 millones)	0	0	0,00%
Personas Físicas	3.991.396	7.420	31,74%

Fuente: Área de Riesgos de Itaú Paraguay.

Estado de situación patrimonial¹⁰
(GRI 102-7)

31 de Diciembre de

Activo	2020 Guaranies	2019 Guaranies
Disponible	5.774.791.187.708	4.759.645.806.394
Valores públicos y privados	2.673.256.208.920	2.995.716.749.324
Créditos vigentes por intermediación financiera-sector financiero	3.634.565.471.920	1.478.000.901.193
Créditos vigentes por intermediación financiera-sector no financiero	11.858.883.183.691	10.483.153.296.199
Créditos diversos	207.493.182.014	231.215.968.246
Créditos vencidos por intermediación financiera	69.912.072.491	86.095.954.546
Inversiones	174.311.684.254	213.564.678.877
Bienes de uso	86.720.385.011	71.506.331.797
Cargos diferidos	70.642.746.165	67.208.413.248
Total del Activo	24.550.576.122.254	20.386.108.099.824

Pasivo	2020 Guaranies	2019 Guaranies
Obligaciones por intermediación financiera-sector financiero	2.340.777.739.350	1.297.213.682.258
Obligaciones por intermediación financiera-sector no financiero	18.503.592.111.891	15.889.481.182.020
Obligaciones diversas	172.394.184.180	300.843.043.735
Provisiones y provisiones	190.020.208.461	187.653.399.774
Total del Activo	21.206.784.243.882	17.675.191.307.787

Patrimonio neto	2020 Guaranies	2019 Guaranies
Capital social	1.133.000.000.000	750.000.000.000
Reserva de revalúo	48.387.770.729	48.387.770.729
Reservas	750.000.000.000	1.133.666.296.006
Resultados acumulados	778.862.725.302	-
Utilidad del ejercicio	633.541.382.341	778.862.725.302
Total Patrimonio Neto	3.343.791.878.372	2.710.916.792.037
Total Pasivo y Patrimonio Neto	24.550.576.122.254	20.386.108.099.824

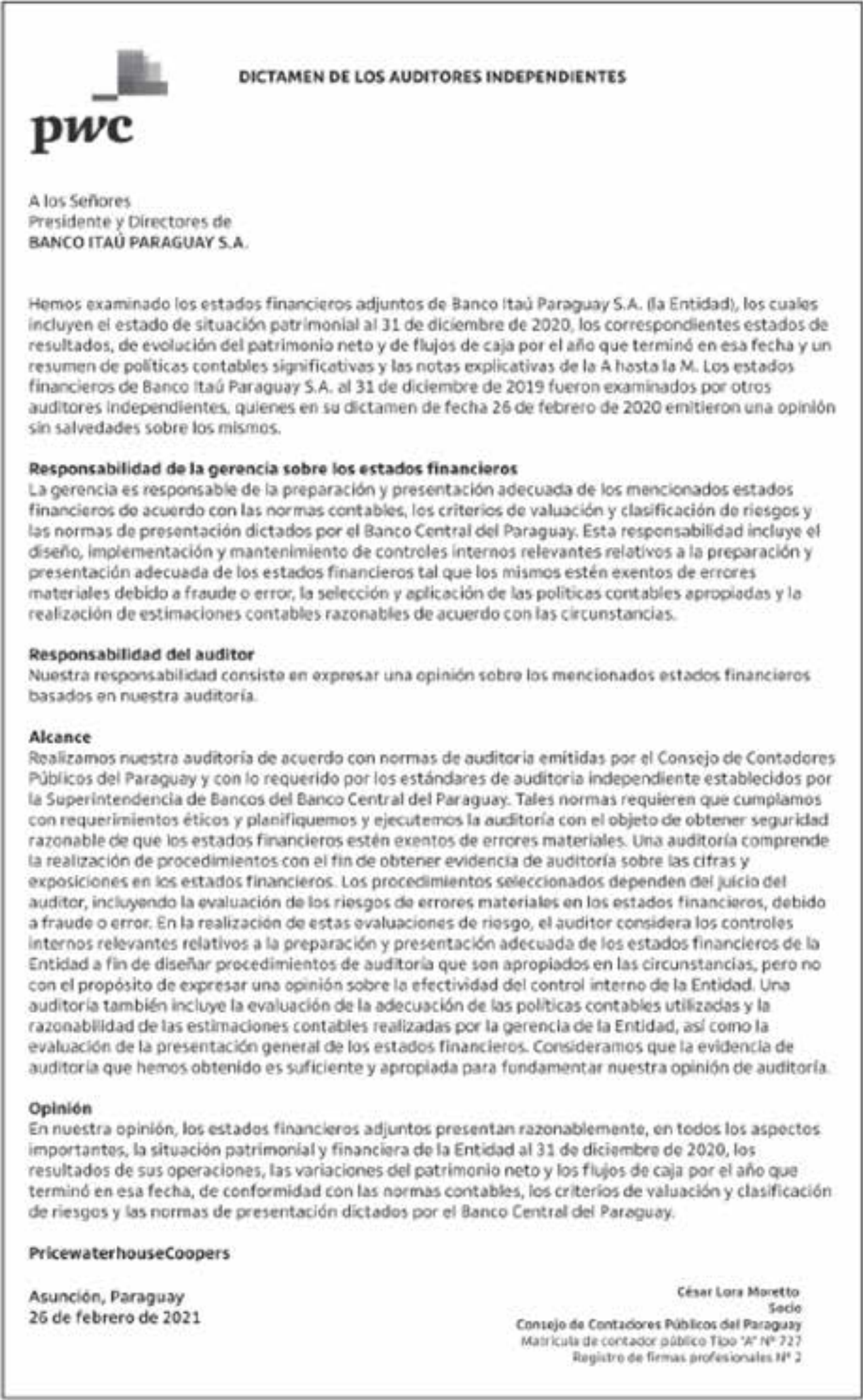
10 Los informes completos sobre estado de situación patrimonial pueden encontrarse en www.italu.com.py/Paginas/sobreitau_informes

Estado de resultados

Pérdidas	2020 Guaraníes	2019 Guaraníes
Pérdidas por obligaciones por intermediación financiera.-sector financiero	65.416.503.279	101.513.556.234
Pérdidas por obligaciones por intermediación financiera-sector no financiero	192.573.845.462	200.512.924.051
Pérdidas por valuación	14.653.081.241.808	16.785.952.461.979
Pérdidas por incobrabilidad	698.615.579.451	557.974.831.083
Pérdidas por servicios	70.525.427.908	77.436.307.486
Diferencia de cotización de valores públicos y privados	-	142.285.987
Otras pérdidas operativas	1.551.792.640.567	1.569.327.998.349
Pérdidas extraordinarias	14.294.885.720	32.591.871.205
Total Pérdidas	17.247.722.426.386	19.325.452.236.374

Ganancias	2020 Guaraníes	2019 Guaraníes
Ganancias por créditos vigentes por intermediación financiera -sector financiero	72.273.922.510	72.131.486.010
Ganancias por créditos vigentes por intermediación financiera -sector no financiero	1.040.040.743.418	1.111.095.303.797
Ganancias por créditos vencidos por intermediación financiera	3.884.358.247	2.710.595.060
Desafectación de provisiones	14.729.483.342.936	414.711.813.971
Ganancias por valuación	213.107.412.707	16.885.344.937.052
Rentas y diferencia de cotización valores públicos	520.605.967.161	186.336.594.044
Ganancias por servicios	481.018.778.109	532.970.531.015
Otras ganancias operativas	816.329.312.195	896.201.778.474
Ganancias extraordinarias	4.519.971.444	2.810.822.255
Ajustes de resultados de ejercicios anteriores	1.422.302.191	1.099.998
Total Ganancias	17.881.263.808.727	20.104.314.961.676
Resultado del Ejercicio	633.541.382.341	778.862.725.302

Dictamen de auditores externos



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 en fecha 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 2020	31 de Diciembre de 2019
Capital autorizado	2.000.000.000.000	1.000.000.000.000
Capital suscrito pendiente de integración	(867.000.000.000)	(250.000.000.000)
Capital integrado	1.133.000.000.000	750.000.000.000

A diciembre de 2020, 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
ITB Holding Brasil Participacoes Ltda.	Porcentaje de participación	País
1. Itaú Unibanco Holding S.A.	100	Brasil
Itaú Unibanco Holding S.A.	Porcentaje de participación	País
1. Itaú Unibanco Holding S.A.	99,99	Brasil
Itaú Unibanco Holding S.A.	Porcentaje de participación	País
1. IUPAR	25,54	Brasil
2. ITAÚSA	19,37	Brasil
3. FREE Float	55,09	Brasil

Participación en otras sociedades

La participación en el capital de otras sociedades al 31 de diciembre de 2020 y 2019 era la siguiente:

Nombre de la sociedad y país de su domicilio

Año 2020	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	27.302.735.306
Total	37.207.733.595
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
Total	32.008.987.289

Estructura de fondeo

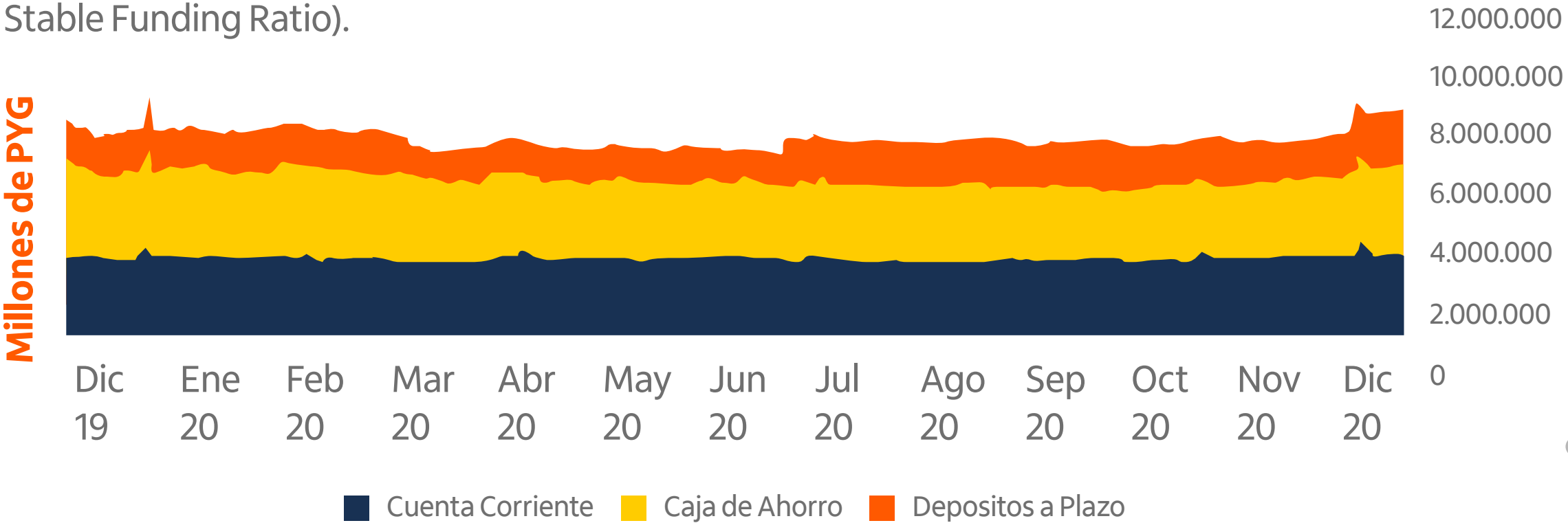
La estructura de fondeo del sistema bancario en Paraguay tiene dos grandes características:

- 1. El sistema es bi monetario: al cierre de diciembre 2020, 56% del total de los depósitos de los bancos privados es en moneda local, y el 44% restante es en USD
- 2. Distribución entre depósitos a la vista y a plazo: al cierre de diciembre 2020, el 63% del total de los depósitos de los bancos privados es a la vista, y el 37% restante son depósitos a plazo.

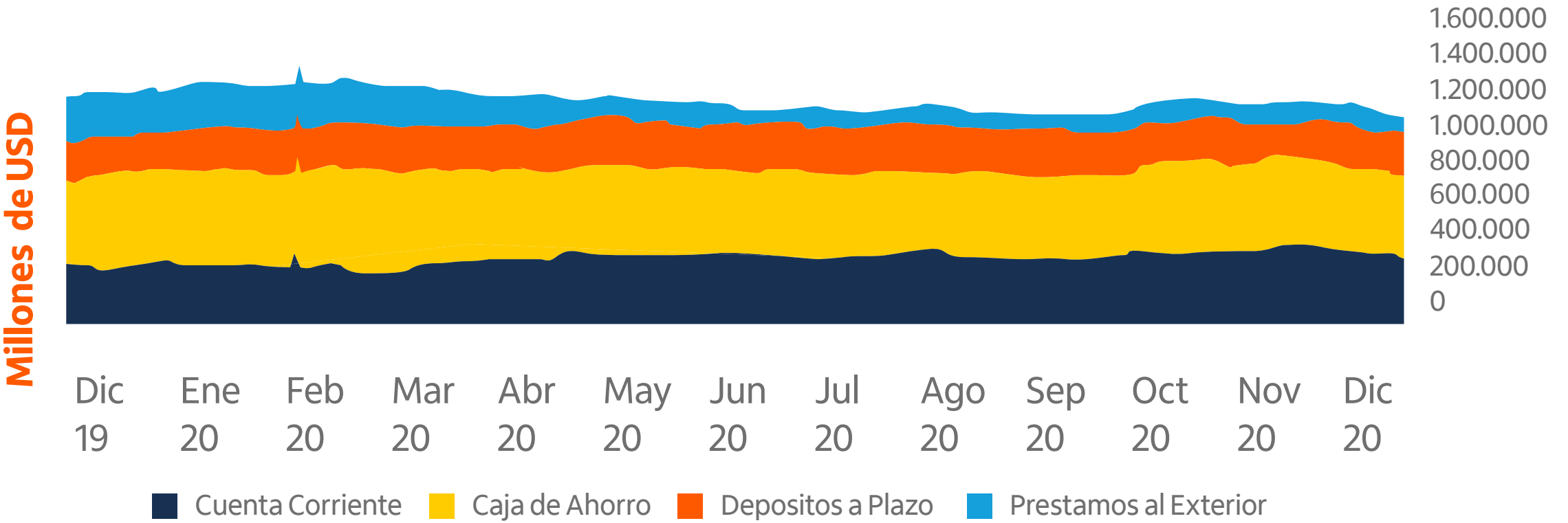
Itaú Paraguay tiene un 54% del total de su fondeo en moneda local, de los cuales un 88% es a la vista y un 12% a plazo. Igual situación se da en lo que se refiere a moneda extranjera, que representan el 46% de sus depósitos totales, de los cuales el 88% es a la vista y un 12% es a plazo.

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, BLADEX, entre otros.



Nuestra estrategia apunta a diversificar las fuentes de financiamiento de acuerdo a sus costos, disponibilidad y considerando nuestra gestión de activos y pasivos.

La financiación con entidades financieras locales proviene básicamente de préstamos de la Agencia Financiera de Desarrollo (en guaraníes), asimismo contamos con diversas líneas aprobadas de diferentes bancos locales, tanto en guaraníes como en dólares. Por otro lado, las financiaciones de entidades del exterior se realizan a través de líneas crediticias con organismos multilaterales y bancos extranjeros.

Tenemos a disposición líneas de entidades del exterior por USD 310 millones, y estas se suman a las otorgadas por los bancos locales por valores de Gs. 727 billones o su equivalente a USD 112 millones.

La amplia disponibilidad de fondeo le otorga a Itaú Paraguay flexibilidad para optimizar el costo financiero, ampliar el plazo de los pasivos y acompañar el crecimiento del negocio.

El financiamiento total, incluidos los

depósitos interbancarios, ascendió a USD 2,7 mil millones al cierre de diciembre 2020, con un incremento de USD 131 millones (5,1%), comparado con diciembre 2019. Los depósitos a la vista y a plazo fueron la principal fuente de financiamiento con un incremento de 6,4%, motivado en parte por las condiciones atípicas sobrellevadas durante este año marcado por el brote de la pandemia.

Por parte del fondeo mediante Bonos Financieros, Itaú logró realizar una emisión a finales del 2020 por PYG 250mmm, siendo el apetito del mercado 2,2 veces mayor al monto ofertado. La emisión fue consistente con la estrategia de calce de balance y la búsqueda de los mejores costos de fondeo.

Calificación de riesgo

Según el Consejo de Calificación de FIX SCR S.A. AGENTE DE CALIFICACIÓN DE RIESGO, reunido el 29 de marzo de 2021 ha decidido asignar la Categoría AAAPy con Tendencia Estable a la Calificación Nacional de Largo Plazo de Banco Itaú Paraguay S.A.

La categoría AAA: Corresponde a aquellas

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.

Las calificaciones nacionales no son comparables internacionalmente y son identificadas con el agregado de un identificador especial para cada país, “py” para las calificaciones nacionales en Paraguay.

Esta calificación se basa en el robusto y sostenido desempeño dado el fuerte posicionamiento de mercado y buena estructura de fondeo de bajo costo, así como el prudente enfoque de riesgo, calidad de activos y cobertura de liquidez. Asimismo, como parte del Grupo Itaú Unibanco, Banco Itaú Paraguay S.A. cuenta con la capacidad y manifestada voluntad de soporte por parte de Itaú Unibanco, dada la identificación de marca e influencia significativa en el control de la gestión y operativo.

La Tendencia Estable obedece a la

maduración que refleja el modelo de negocio de la compañía y que le permitió lograr la sustentabilidad financiera de largo plazo sin requerir aportes de su accionista, lo que se evalúa como una fortaleza intrínseca para afrontar el entorno operativo actual producto de la expansión del COVID19.

La Tendencia de una calificación indica la posible dirección en que se podría mover una calificación dentro de un período de uno o dos años. Las tendencias reflejan perspectivas financieras o de otra índole que no se han consolidado aún al nivel de disparar un cambio de calificación, pero que podrían hacerlo si dicho comportamiento se mantiene. Puede ser fuerte, estable o sensible. Una tendencia sensible o fuerte no implica que un cambio en la calificación sea inevitable. Del mismo modo, una calificación con tendencia estable puede ser cambiada antes de que la tendencia se modifique a fuerte o sensible si existen elementos que lo justifiquen.

El análisis de FIX CSR, de la situación de la entidad, se basó en los estados financieros al 31 de diciembre de 2019, auditados por Ernst & Young – Paraguay. Asimismo, se

tomaron en consideración los estados financieros de la entidad al 30 de septiembre de 2020, con revisión limitada por parte del auditor externo en virtud de su carácter de período intermedio.

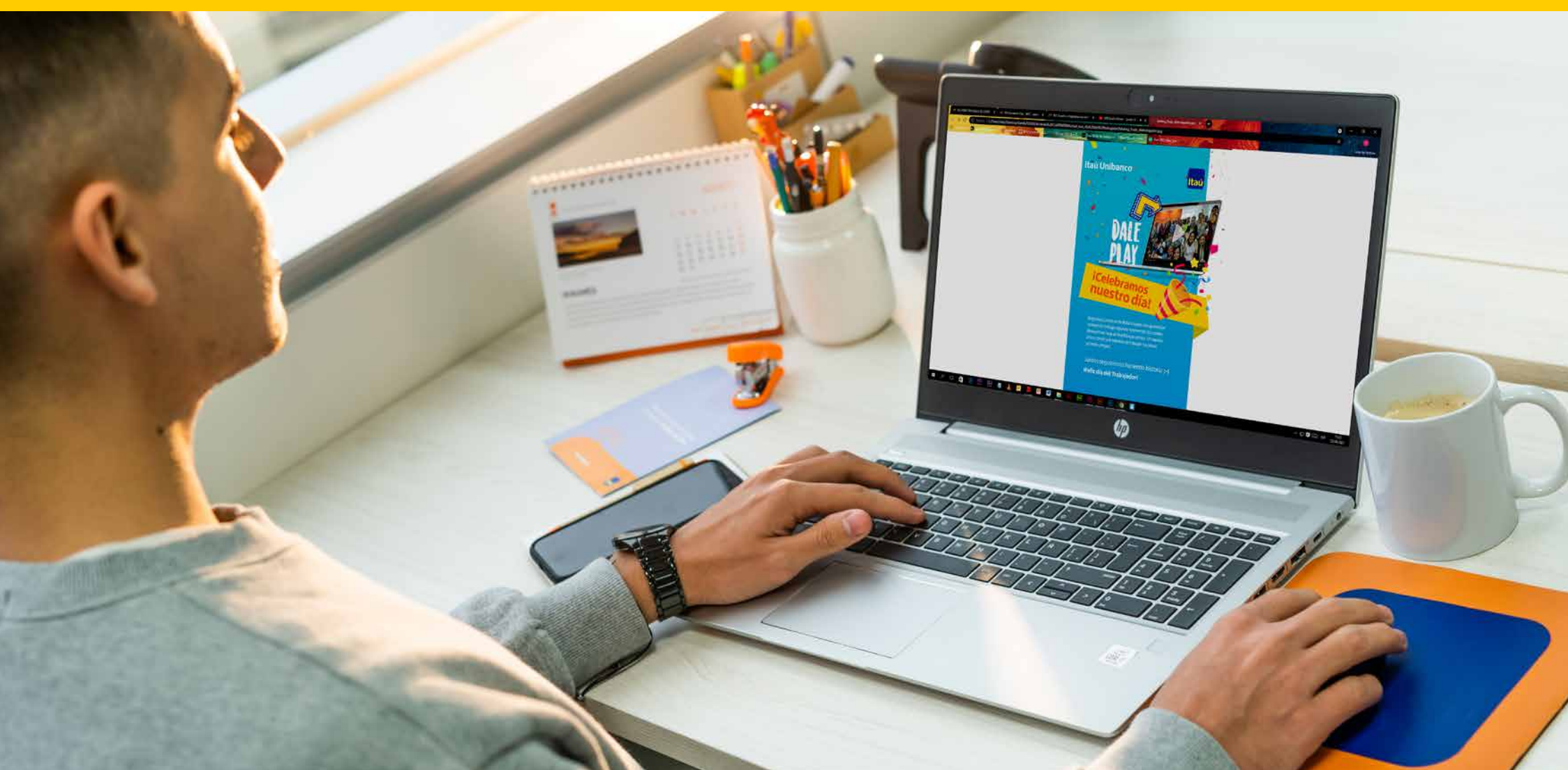
La información suministrada para el análisis es adecuada y suficiente. La presente calificación se determinó en base a la información cuantitativa y cualitativa suministrada por el emisor de carácter privado y la siguiente información pública: Estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2019, Estados financieros trimestrales (último 30 de septiembre de 2020) y Boletines Estadísticos de Bancos, disponibles en www.bcp.gov.py

Entidad		Calificación Total
Banco Itaú Paraguay S.A.	Solvencia	AAA (py)
	Tendencia	Estable

(*)La calificación de riesgo no constituye una sugerencia o recomendación para comprar, vender, mantener, un determinado valor o realizar una inversión, ni un aval o garantía de inversión y su emisor.



Experiencia del colaborador



¿Por qué este tema es material?

Nos esforzamos por propiciar ambientes de trabajo saludables y estimulantes en donde pongamos a las personas en primer lugar, valorando la diversidad, el intercambio de opiniones, y el equilibrio de la vida personal y profesional.

El desafío de ofrecer una excelente experiencia para nuestros colaboradores, implica que podamos escucharlos para entender sus inquietudes.

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.

La construcción de la experiencia de nuestros colaboradores es un desafío para nosotros, por ello apostamos a estar siempre actualizándonos en tendencias que favorecen el clima, la mejora continua en beneficios para ellos, atraer y retener a los mejores talentos y sobre todo nos esforzamos por ofrecer oportunidades desafiantes de desarrollo profesional y personal.



Momentos en la experiencia del colaborador

La experiencia del colaborador está asociada a distintas dependencias del banco, pero el cuidado de la misma es responsabilidad del Área de Personas, que coordina los esfuerzos.

Se han identificado y establecido como momentos relevantes de la experiencia del colaborador:



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 selección de nuestros colaboradores apunta a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, con 49% de los cargos de gestión ocupados por mujeres. A continuación, presentamos los datos sobre el perfil demográfico de nuestros colaboradores:

El mayor rango etario es liderado por personas 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.

El equipo de trabajo de Banco Itaú Paraguay está compuesto por 1.063 colaboradores; 55% son mujeres y 83% tiene menos de 40 años de edad. De los 153 cargos gerenciales existentes (entre Directores, Superintendentes, Gerentes, Supervisores y Coordinadores) 75 están ocupados por mujeres. En el plantel estable se encuentran incluidas 4 personas con discapacidad. (GRI 102-8)



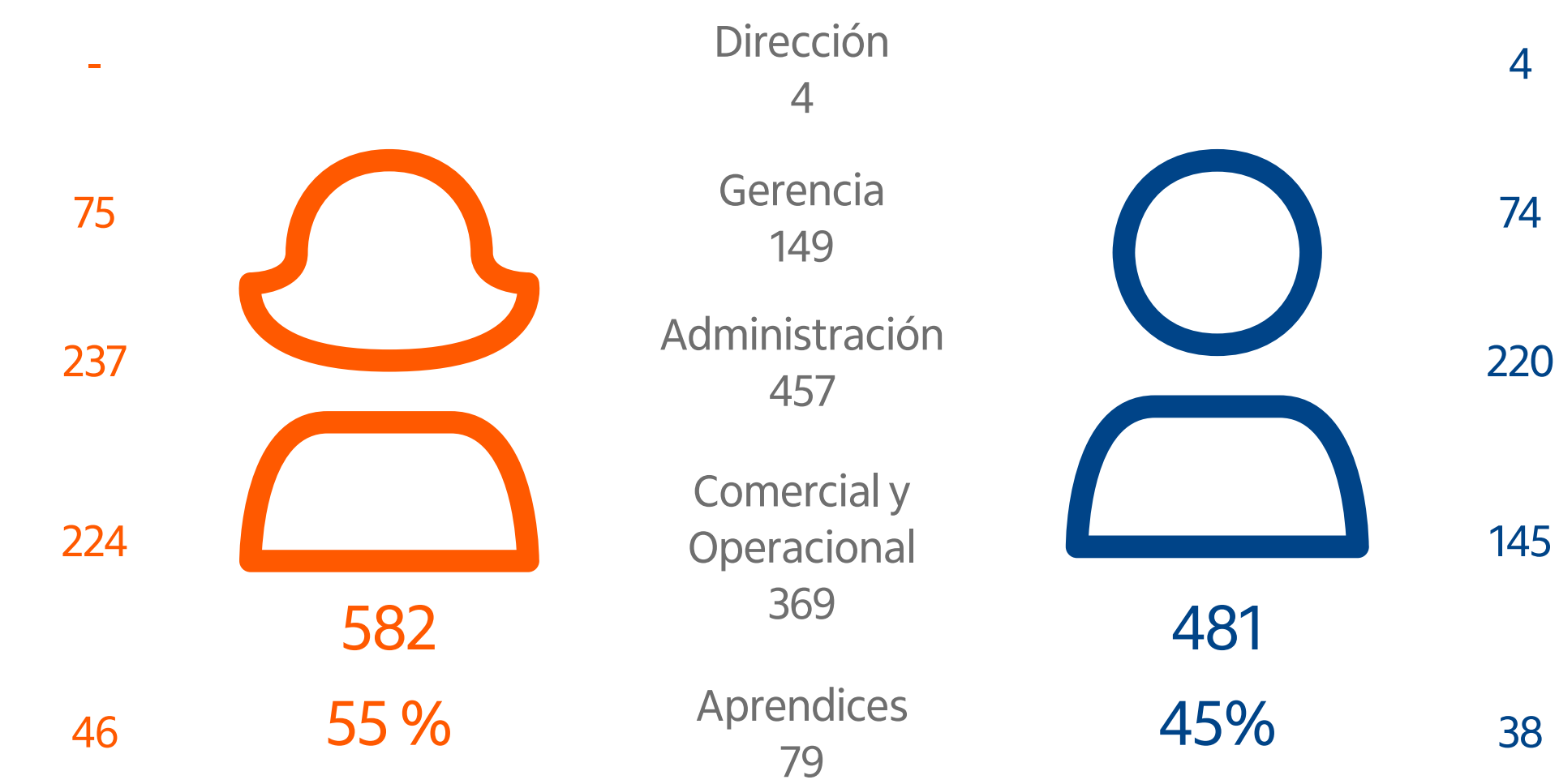
Indicadores	2018	2019	2020
Total	922	952	1.603
Por sexo			
• Mujeres	525	536	582
• Hombres	397	416	481
Por Generación			
• Baby Boomers (1946 – 1964)	11	6	6
• Generación X (1965 – 1979)	168	163	173
• Generación Y (1980 – 2000)	743	783	879
• Generación Z (2001 – 2010)	0	0	5
Por Antigüedad			
• Hasta 5 años	530	520	646
• Hasta 5 y 10 años	304	337	323
• Más de 10 años	88	95	94
Por Nivel jerárquico			
• Gerencia (Directores, superintendentes, gerentes, supervisores y coordinadores)	158	163	153
• Administración	330	361	457
• Comercial y Operacional	359	349	369
• Aprendices	75	79	84
• Mujeres en cargos directivos y/o de gestión	78	83	75
Personas con discapacidad			
Total	2	3	4



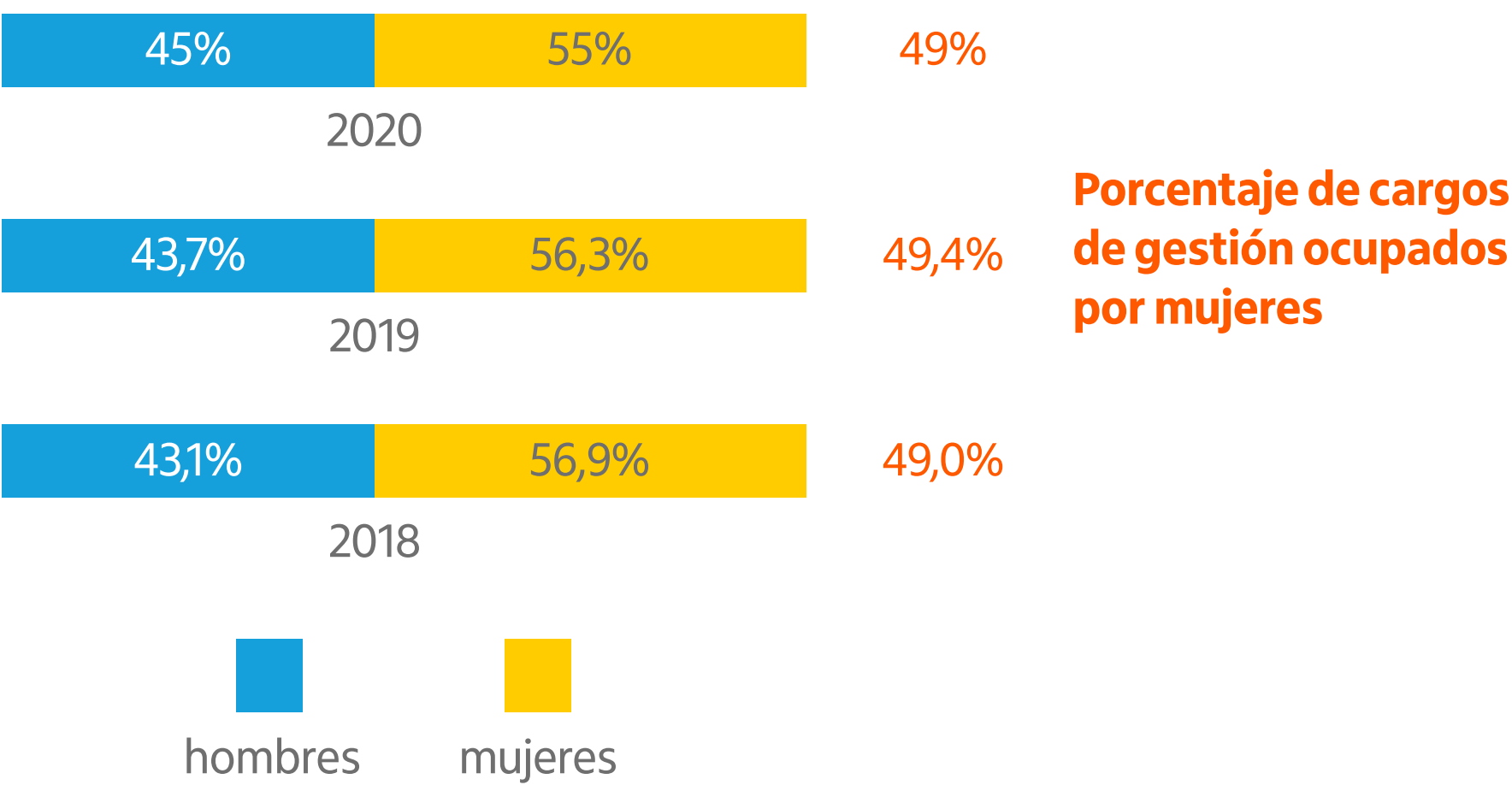
Colaboradores por unidad operacional

	Totales			Variación				Categoría Laboral y género (GRI 405-1) (ODS 5.1)				
	2020	2019	2018	2020-2019		2019-2018			Mujeres	Hombres	Total	
Banca Minorista	508	474	495	34	7%	-21	-4,4%	Aprendiz	46 55%	38 45%	84	
Banca Mayorista	74	78	63	-4	-5%	15	19,2%	Administrativo	237 52%	220 48%	457	
Áreas de administración y apoyo	481	400	364	81	17%	36	9,0%	Comercial y Operacional	224 61%	145 39%	369	
								Director	0%	4 100%	4	
Total general	1063	952	922	111	10%	90	3,2%	Gestor	75 50%	74 50%	149	
								Total General	582 55%	481 45%	1063	

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



Mujeres y hombres



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	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Asunción y Gran Asunción	248	235	235	238	12	11	526	484	172	154	248	202	14	16	434	372
Interior	35	33	33	19	0	0	56	52	16	20	29	23	2	1	47	44
Total	283	268	268	257	12	11	582	536	188	174	277	225	16	17	481	416



La capital del país y su área metropolitana (departamento Central) siguen concentrando la mayor cantidad de colaboradores, el 90%. En este sentido, cabe destacar que para las contrataciones damos preferencia a las personas provenientes de las comunidades en las que tenemos presencia; en los casos que esto no es posible, buscamos asignarlas en zonas próximas.

Selección y admisión

Dentro de nuestra Política de Selección y Reclutamiento están definidas las directrices de procesos de incorporación de colaboradores, los cuales se realizan con objetividad siguiendo criterios

verificables de idoneidad, competencia e igualdad de oportunidades. Establecen, asimismo, explícitamente que no se admiten decisiones de selección basadas en la raza, nacionalidad, religión, sexo, orientación sexual o condición de 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)

Para contribuir con una incorporación apropiada de colaboradores con discapacidad, nos aseguramos de que las instalaciones sean accesibles y con toda la infraestructura adecuada para su desempeño. También, se realizan encuentros con los integrantes del equipo al que será

integrado el colaborador para acompañar el proceso.

Para cubrir estas vacancias que pueden estar originadas por procesos de reemplazos o por la creación de nuevos proyectos, negocios o unidades de trabajo, contamos con el Programa de Oportunidad de Carrera, POC.

Programa de Oportunidad de Carrera (POC)

A través del Programa de Oportunidad de Carrera, POC, ante una vacancia, consideramos en primer lugar al talento interno y les ofrecemos oportunidades de crecimiento en otras áreas del Banco. Este programa constituye un instrumento efectivo para que se puedan al mismo tiempo cubrir las vacancias y que nuestros

colaboradores se desarrollen en el ámbito de su interés profesional. En igualdad de condiciones 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 equipo¹¹.

En 2020 fueron realizados 58 procesos de selección bajo este Programa, de los cuales participaron un total de 293 postulantes. En total, considerando también las búsquedas externas, fueron entrevistados 566 postulantes para cargos de funcionarios y 215 para el Programa de Pasantías Universitarias.

11 También se realizan búsquedas externas para determinados cargos y situaciones

Rotación

Este 2020 el índice de rotación fue del 4%, inferior en 6% respecto al periodo anterior. Fueron 43 colaboradores (19 hombres y 24 mujeres) que se desvincularon del Banco, sea por renuncia voluntaria o por despido injustificado. A su vez, incorporamos 187 nuevos colaboradores (95 hombres y 92 mujeres), en mayor medida entre 30 y 50 años de edad (53%). (GRI 102-8) (GRI 401-1)

Rotación media del banco

Esta tasa representa la relación entre las admisiones y desvinculaciones de colaboradores en el periodo de un año¹², es monitoreada periódicamente tanto desde el Área de Personas de Itaú Paraguay como desde el Holding. En 2020 fueron incorporados 187 nuevos colaboradores, de los cuales 93% correspondía a contrataciones en Asunción y Gran Asunción; el 49% de las admisiones consistió en contratación de mujeres. Este año, para fortalecer la gestión de recursos humanos del banco, se efectivizó la contratación de colaboradores tercerizados que han pasado a staff. (GRI 102-8) (GRI 401-1)

Rotación media del Banco¹³

Nº de funcionarios 1063	Rotación media 2019: 11,60%	Admisiones: 187 Desvinculaciones: 43
----------------------------	--------------------------------	---

Admisiones y desvinculaciones

Movimiento	2020	2019	2018
Admisiones	187	113	76
Desvinculaciones	43	87	57

Rotación por género (GRI 401-1)

Genero	Total 2020	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Hombres	481	45%	95	19	12,87%
Mujeres	582	55%	92	24	10,58%
Total General	1063	100%	187	43	11,60%

Rotación por rango etario (GRI 401-1)

Rango	Total 2020	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Menos de 30 años	471	44%	116	18	15,88%
Entre 30 y 50	564	53%	70	22	8,52%
Más de 50 años	28	3%	1	3	6,90%
Total general	1063	100%	187	43	11,60%

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

Ubicación	Total 2020	% Representa	Admisiones	Desvinculaciones	Rotación media
Asunción y Gran Asunción	960	90%	173	32	11,52%
Interior	103	10%	14	11	12,32%
Total General	1063	100%	187	43	11,60%

12 En las informaciones y tasas sobre rotación, admisiones y desvinculaciones no se incluyen a pasantes universitarios o colaboradores contratados.
13 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)

El desarrollo de los equipos es un tema prioritario, para ello 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.

Para el caso de Directores y Superintendentes, 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)

Las políticas de Capacitación, de Posgrados y de formación en Idiomas, establecen directrices para los procesos de entrenamiento de los equipos y líderes.

Debido al contexto sanitario, se potenciaron las plataformas digitales para los entrenamientos existentes y las novedades fueron creadas directamente en

Entrenamientos y desarrollo en números

8.435 horas de entrenamiento

80% de participación en los espacios de formación

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

Gs. 1.508 MM invertidos en entrenamientos y capacitaciones

formato virtual. En total las horas invertidas de capacitación en 2020 fueron 8.435 (incluyendo horas de entrenamiento para pasantes universitarios y contratados). La tasa de ausencia en capacitaciones fue de 20% y la calidad de los cursos fue calificada con una media de 4,5 (sobre 5) en las evaluaciones respondidas por los participantes. La inversión total en capacitaciones y entrenamientos fue de Gs 1.508.480.949 para el año en cuestión.

Durante el año 2020, el área de Capacitación y Desarrollo trabajó fuertemente en consolidar un plan de capacitación alineado a los roles de cada posición implementando una nueva metodología de detección de

necesidades de entrenamientos. Entre los focos principales está trabajar en un relevamiento enfocado en el rol y brindar transparencia en el desarrollo de cada colaborador.

Se realizaron encuestas de relevamientos con gestores, segmentación y análisis de datos, clasificación de skills por Banca, elaboración de rutas de aprendizaje, validación por parte de los gestores, profundización de contenido y diseño de propuesta final.

Compartimos los frentes definidos para la formación de colaboradores:

• **Inducción corporativa:** La inducción consiste en una serie de actividades y dinámicas para dar a conocer a nuevos colaboradores 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. Durante el 2020 tuvimos una participación total de 138 personas. Esta jornada tiene una duración de tres días y está dirigido a funcionarios y pasantes

universitarios que inician sus funciones en el Banco.

• **Escuela de Atención y Ventas:** Seguidamente a la Inducción Corporativa, esta la Escuela de Atención y Ventas, para aquellos colaboradores que cumplirán funciones en la Banca personal. Es un espacio creado para complementar el aprendizaje con las herramientas y procesos que gestionará cotidianamente, así como para difundir buenas prácticas y técnicas para abordar las necesidades del cliente y asesorarlo con 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 participaron 33 colaboradores.

Plataformas digitales de entrenamiento

Campus Virtual Itaú: Una plataforma de formación que propone cursos online con el objetivo de potenciar habilidades personales y profesionales para los colaboradores.

En ella se encuentran más de 30 contenidos, tales como Business Intelligence, Metodología Ágil, Marketing Digital, Gestión de Talento Humano, Gestión de procesos, Excel, Inglés. Herramientas para ventas efectivas, entre otros. En el año 2020 tuvimos 368 alumnos inscriptos y 103 cursos fueron finalizados.

Degreeed: al igual que una plataforma de búsqueda comercial, permite al colaborador buscar información sobre lo que desea aprender, la herramienta cuenta con un buscador tipo navegador que le brindan al usuario resultados y filtros específicos. Además, la plataforma es interactiva y compartida a nivel regional.

Todos los colaboradores acceden a un gran número de contenidos, permitiendo además a cada miembro generar su propia grilla con información de su interés, diseñar itinerarios sobre temas, compartir con equipos y seguir a otros usuarios. En 2020, dentro de la

primera etapa de lanzamiento alrededor de 592 personas participaron de la misma.

- **Escuela de Líderes:** Acompañando el proceso de crecimiento de colaboradores que cumplen funciones de gestores en equipos, en 2014 fue creada la Escuela de Líderes. Desde este espacio, se ofrecen programas que apuntan a fortalecer y propiciar la vivencia de los valores del Banco; desarrollar habilidades y competencias; unificar conocimientos y criterios para el nuevo gestor y realizar mediciones de aplicabilidad de los entrenamientos. El foco de la Escuela se ubica en 4 grandes grupos de contenido: Liderazgo, Comunicación, Conozca a sus Colaboradores y Bienestar. En 2020 participaron del programa 56 líderes.

- **Escuela de Negocios:** Son entrenamientos a distancia alineados a nuestra cultura y fomentan el desarrollo profesional y personal de los participantes. Pueden acceder a estos entrenamientos colaboradores con un posicionamiento destacado o diferenciado de desempeño (según el resultado del programa de Gestión del Desempeño), así como todos los gestores del banco.

En el ciclo 2020, 242 colaboradores han participado de las propuestas de entrenamientos de este espacio, invirtiendo un total de 35 horas. Dentro del programa se desarrollaron los siguientes seminarios-foros: “Expo Negocios”, “Webinars Marketers”, “Customer Experience”, “CLACE 2020”, “Foro de Liderazgo HSM”, “Taller Modelos de Negocio de Impacto” y “Encuentro de Líderes Foro Virtual”.

Dentro del 2020, realizamos cápsulas para gestores acompañando la Escuela de negocios, y basada en la “nueva normalidad”. Acompañando a los líderes con herramientas para gestionar su equipo en este contexto, la cercanía no solo enfocada a obtener resultados de negocios, sino también haciendo énfasis en lo emocional. Los módulos que se desarrollaron fueron: Cómo cuidamos nuestros vínculos en el mundo digital, Cómo promover la cercanía con foco en lo emocional, Cómo escucho digitalmente, Rasgos de convivencia digital, Trabajar con cercanía a la distancia. Participaron de todos los módulos 120 líderes.

- **Formación en idiomas:** se ofrecen coberturas para cursos virtuales de idiomas

según el perfil y funciones del colaborador. Los colaboradores tienen la opción de estudiar inglés o portugués. En el año 2020, han accedido 36 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:** 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 mentoría de ejecutivos. Cuenta con coberturas de hasta USD 140.000.

- **Posgrados y maestrías locales:** A partir de acuerdos con universidades locales, el Banco ofrece coberturas de hasta el 70% en el costo de cursos de posgrado y maestrías. Los colaboradores que acceden a este beneficio son aquellos que se encuentran -según sus evaluaciones de desempeño- en niveles de destaque de gestión. En 2020, fueron

Reporte de Sustentabilidad 2020

10 los colaboradores que accedieron a este beneficio.

- Programa de Formación: Este programa de formación integral fue diseñado para desarrollar a colaboradores con alto potencial para convertirse en futuros líderes. El mismo incluye técnicas y competencias asertivas para gestionar la comunicación y cumplir efectivamente un rol fundamental en la organización. El programa está compuesto por 6 talleres: Comunicación Interna y Liderazgo, Comunicación Interpersonal, Gestión del tiempo, Comunicación en Cascada, Comunicación Interna 3.0 y Reuniones Efectivas. En total participaron 61 personas de este programa.

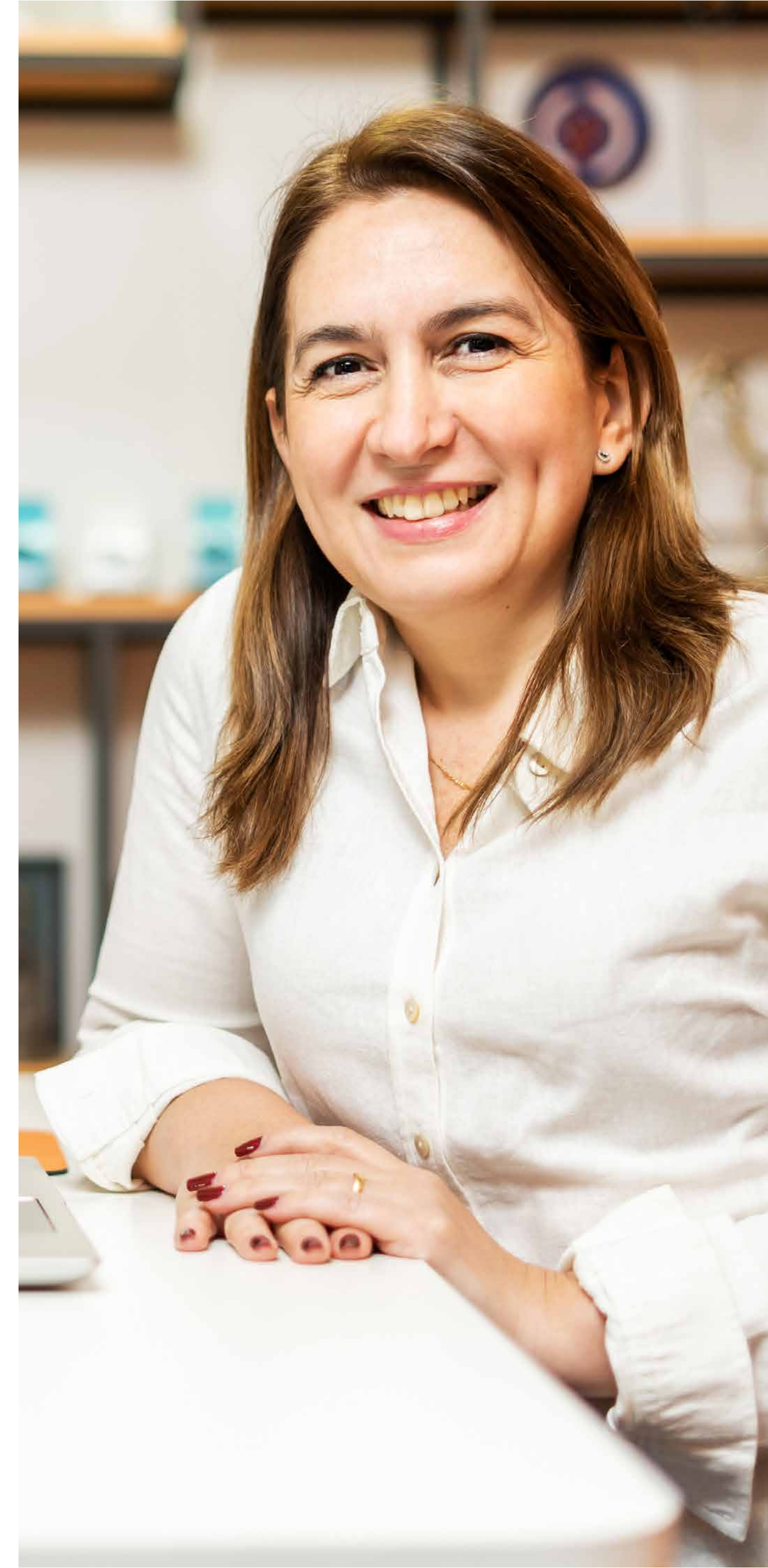
- Orgullo de Pertenecer: llevado a cabo a nivel del Holding, como una gestión de consecuencia de gran impacto para reconocer a colaboradores con desempeño destacado, tiene la intención de promover el sentimiento de pertenencia a la organización y la interacción entre las unidades de Latino América y Casa Matriz, a través de la formación de embajadores locales que diseminen este orgullo en sus respectivas unidades. Si bien este programa sigue vigente, no fue aplicado durante el 2020,

atendiendo las restricciones de fronteras por razones sanitarias.

- Movilidad Internacional: 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 y, ii) International Assignment, en la que el colaborador, de nivel gerencial o ejecutivo, asume la gestión de un área determinada, por un periodo máximo de cinco años. Si bien este programa sigue vigente, no fue aplicado durante el 2020, atendiendo las restricciones de fronteras por razones sanitarias.

• E-learning: Los cursos desarrollados de forma corporativa en el año fueron: Seguridad de la Información, Prevención de Lavado de Dinero, Cultura de Riesgos.

• Comunidad de Datos: Busca diseminar nuestra cultura como organización para seguir evolucionando en la toma de decisión con datos. A través de esta comunidad se realizaron seminarios en formato virtual, sobre el Trending Topic: “Ciencia de datos”, “El camino de un científico de datos” y “Datos & Analytics de la región”, junto con Itaú Unibanco y con referentes de Itaú de Argentina, Uruguay y Paraguay. Además en 2020, se vivió la 1ra Edición de la Batalla de Datos, una semana en la que los datos y la interacción de los equipos marcaron un hito en la evolución del uso de datos para la toma de decisiones en la organización. Los equipos multidisciplinarios estuvieron conformados por científicos y analistas de datos, especialistas de innovación y negocios en búsqueda de soluciones disruptivas e innovadoras.



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

Clasificación	Horas de entrenamiento			Promedio de horas de entrenamiento		
	Mujeres	Hombres	Total General	Mujeres	Hombres	General
	2020	2020	2020	2020	2020	2020
Administrativo	2422,7	1786,2	4208,9	5,2	4,8	5,1
Comercial y Operacional	485,5	515	1000,5	3,7	6,9	4,9
Gestor	1711	1515	3226	6,5	8,3	7,3
Total	4.619,2	3.816,2	8.435,4	5,4	6,1	5,7

Remuneración

Remuneración fija y variable¹⁴

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 de 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.

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 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)

¹⁴ El salario base en Itaú para funcionarios es de Gs.3.804.828. 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 35 personas que perciben el salario mínimo Itaú, 14 son hombres y 21 son mujeres. El ratio de salarios entre hombres y mujeres (mujeres/hombres) es de 0,95 para administrativos; 0,76 para comerciales y operacionales; 0,77 para gestores y; 1 para aprendizes. (GRI 202-1)

Beneficios¹⁵

Todos las compensaciones y beneficios ofrecidos a nuestros funcionarios son definidos 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)

100%

de los funcionarios son cubiertos por las condiciones del Contrato Colectivo de Trabajo.

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

Categoría	Beneficios y compensaciones
Compensaciones	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.
Salud y Seguridad	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.
Otros beneficios	Permisos por maternidad/paternidad ¹⁶ por compromisos académicos, por duelo, por cuestiones particulares, por enfermedad, uniformes, Tarjeta Mundo Itaú con beneficios especiales en comercios.
Productos	Préstamos con tasa cero para cuestiones de salud y con tasas preferenciales para compra de viviendas y vehículos.
Formación y desarrollo	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.
Calidad de vida	Cobertura en mensualidad de gimnasios, descuentos en gimnasios, masajes express en las oficinas, desayunos saludables, y talleres de cocina saludable.
Eventos y celebraciones	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.

¹⁵ 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)
¹⁶ 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% retorno a sus funciones al término del periodo, dado que una colaboradora presentó su renuncia. (GRI 401-3) (ODS 5.1) (ODS 8.5)

Beneficios especiales Covid -19 (GRI 401-2)

Categoría	Beneficios y compensaciones
Préstamo automático y adelanto de gratificación	Pensando en la tranquilidad de nuestros colaboradores y adhiriéndonos a las decisiones del gobierno, generamos de forma automática un préstamo por el saldo de capital de las cuotas pendientes -marzo, abril y mayo-. En complemento, además, pusimos a disposición el adelanto de la gratificación que se otorga en el mes de julio.
Préstamo tasa cero	Diseñamos un Préstamo Especial para paliar de alguna manera la situación inusual en que algunas familias de colaboradores fueron afectadas. Este producto se aplicó con las siguientes características: <ul style="list-style-type: none">- Presentación del Formulario de Declaración de Familiares Afectados.- Tasa 0% (cero).- Hasta Gs. 20.000.000, en 24 meses de plazo (con posibilidad de refuerzos semestrales).- Nivel de endeudamiento máximo del 50%.- Sin antigüedad mínima requerida. Accedieron a este préstamo un total de 72 colaboradores, lo que representó Gs. 1.231.500.000 desembolsados.
Vales de supermercado	Entre los meses de abril y mayo, se entregó a los contratados y pasantes universitarios, vales de supermercado por valor de Gs. 500.000 cada uno. Tal iniciativa se implementó para ayudar a este segmento de colaboradores. Los gestores tuvieron a su cargo la entrega y registro mensual de los vales, por los dos meses.
Acompañamiento psicológico	Implementamos canales de soporte para la asistencia terapéutica primaria, a cargo de profesionales psicólogos. De esta forma, los colaboradores que necesitaban apoyo y contención psicológica, por cuadros de ansiedad, angustia o temor, tuvieron acceso sin costo a través de las líneas telefónicas habilitadas.

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

Ciclo de Meritocracia
Las evaluaciones de desempeño son realizadas anualmente y constituyen una de las formas más claras a través de las cuales aplicamos el valor de la meritocracia en Itaú. Su objetivo es asegurar que los reconocimientos, ascensos y promociones sean incuestionables y estén fundamentados en resultados concretos y evaluaciones que permitan garantizar las decisiones. Las evaluaciones periódicas de desempeño son una de las formas más importantes a través de las cuales aplicamos la meritocracia en Itaú.

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: Tiene la finalidad de evaluar las metas entregadas en el año, fijadas entre el colaborador y el gestor de equipo respectivamente, de acuerdo a los objetivos estratégicos del banco y la responsabilidad del área.

2. Evaluación de comportamiento: Tiene la finalidad de analizar 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): Esta herramienta 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 (colaboradores que tienen a su cargo la gestión de equipos) de diferentes departamentos y representantes del área de Personas. Con el PEP se ubica a los colaboradores en tres posiciones según los resultados: posición de destaque, posición de desempeño esperado y posición de 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.

Aparte de las evaluaciones aplicadas a los funcionarios del Banco, 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)

“
Para nosotros, la meritocracia es liderar personas, reconociéndolas y diferenciándolas de acuerdo con su desempeño
”

Proceso de Feedback:

El feedback o retroalimentación consiste en encuentros entre un colaborador y su gestor, estos espacios son una oportunidad de desarrollo y crecimiento tanto para el colaborador que recibe una devolución por su desempeño, como para el gestor que la otorga. Durante el feedback, el gestor plantea oportunidades de mejora en la gestión, y puntos fuertes que son valorados en su desempeño. Para cada una de estas situaciones se define una acción relacionada y los resultados que permiten ver la internalización del feedback en la gestión del colaborador. Este proceso es realizado periódicamente, en 2020, según nuestras encuestas de clima el 53% de los colaboradores afirma tener constantemente feedbacks por parte del gestor.

Plan de Desarrollo Individual (PDI)

Consolida el histórico de desempeño y el momento de carrera del colaborador y éstos a su vez son tenidos en cuenta para tomar decisiones de desarrollo. El 100% de los colaboradores evaluados en el 2020, tuvieron su PDI, que se realizó en conjunto con los comités del PEP.

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 sexo¹⁷.

	Mujeres	Hombres	Total	Nivel jerárquico	Funcionarios evaluados	% Evaluado
Funcionarios evaluados	442	547	989	Administración	445	100%
% Evaluados en 2020	100%	100%	100%	Gerencia	169	100%
% Evaluados en 2019	100%	100%	100%	Comercial y Operacional	375	100%

Clima y Bienestar (ODS 8.5 8.6)

En toda organización es fundamental establecer y promocionar espacios que cuiden aspectos relacionados a la salud, seguridad y el bienestar de todos los colaboradores. En este apartado se encontrarán todas las iniciativas relacionadas a promover el equilibrio en el entorno de trabajo para nuestros colaboradores, de frentes como salud, seguridad, calidad de vida, espacios de diálogo entre otras iniciativas, ayudando a construir un ambiente óptimo para trabajar y fomentando buenas prácticas para el equipo.

Salud y seguridad ocupacional
(ODS 8.5 8.8)

Para hacer frente a la incertidumbre que representó la propagación del COVID 19 adaptamos nuestra forma de trabajo, manteniendo gran parte de nuestras operaciones desde la modalidad de trabajo

home office. Las que requirieron presencia física se desarrollaron con estrictas medidas de seguridad y monitoreo, favoreciendo el control de la situación.

La salud, la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores son asuntos que resultan fundamentales para Itaú. Nuestro rol como banco ante la crisis del Coronavirus, nos responsabiliza en poder mantener vigente nuestras operaciones a fin de facilitar las necesidades financieras de nuestro país. Al mismo tiempo, esta responsabilidad la asumimos con el

compromiso de cuidar de nuestros colaboradores y clientes.

En relación a nuestros colaboradores, de manera a garantizar la vigencia de las operaciones, se tomaron inmediatamente las siguientes medidas:

- 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.
- Activación del Comité de Crisis ante el contexto de la pandemia Covid 19.
- Creación de Grupos de trabajo denominados “Nos Cuidamos” con el objetivo de tratar temas puntuales.

Por esto y con la intención de asegurarnos que el ambiente de trabajo sea seguro y saludable para cada colaborador en contexto del Covid 19, en el año 2020 hemos realizado un diagnóstico pormenorizado de

las instalaciones y condiciones de trabajo con miras a identificar oportunidades de mejora.

En el mes de abril además lanzamos la encuesta Covid-19 de GPTW, que evalúa 4 dimensiones en el contexto de pandemia, evaluando percepciones del colaborador sobre sí mismo, sus emociones y su trabajo; junto con otras dimensiones como el Liderazgo, Clientes, y Organización. En 2020 participaron de la misma el 69% de los colaboradores, y obtuvimos un promedio general del 91% de satisfacción.

Esta encuesta mide el nivel de satisfacción con los servicios prestados se seguro médico, eventos realizados de clima, entrenamientos, entre otros beneficios para el colaborador. Además, esta herramienta incluyó un apartado con sugerencias acerca de cómo mejorar experiencias en cuanto a coberturas adicionales y uso de beneficios.

Las primeras acciones realizadas consistieron en la adecuación y difusión del protocolo sanitario, establecido por el ente rector de salud, que se generó en formato de Declaración de Responsabilidad, que debió ser refrendada por cada colaborador.

17 Del total de funcionarios (998), 0,9% no participó de estos procesos de evaluación en 2020 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 2019 fueron 879 los colaboradores habilitados para participar del Ciclo de Meritocracia.

Adicionalmente, se definieron otras medidas específicas, acorde a los riesgos por tipo de actividad o exposición.

Sitio interno

El sitio interno es un espacio habilitado sobre el contexto pandemia en donde el colaborador puede encontrar una “Guía completa de todo lo que necesita saber con respecto al Covid 19”. Toda la información de esta página se encuentra relacionado al Sitio web de Salud Pública establecido por las autoridades.

En este sitio el colaborador puede encontrar un protocolo de ¿Cómo actuar ante casos de Covid?, datos relevantes acerca de la pandemia, documentos específicos para cada área según rol acerca de cómo actuar y que tener en cuenta en el trabajo en casa tanto como el trabajo en oficinas.

- Edificio administrativo: Medidas para áreas administrativas internas del banco con la disposición sobre trabajo en oficinas, guías de teletrabajo, distanciamiento en comedores, toma de temperatura y cancelación de reuniones con clientes.
- Sucursales: Medidas para colaboradores donde se establece el límite en la cantidad

de personas por sucursal, medidas de seguridad y el uso de mascarillas, protocolo de atención al cliente.

- Atención a Clientes: Información de las adecuaciones realizadas en horarios de oficina y sucursales, así también sobre productos del banco modificados de acuerdo al marco regulatorio y necesidades del cliente.

Comité de Crisis

En 2020 se conformó un equipo especial de Respuesta a la Pandemia Covid-19, liderado por el Gerente de Riesgos, quien se constituyó en Agente de Salud y Seguridad Ocupacional (ASSO), junto con representantes de áreas internas para agilizar la comunicación. Desde esta instancia se fueron generando las directrices para el trabajo seguro en casa u oficinas del banco.

Algunas de ellas:

- Disponibilización de datos relevantes sobre el COVID-19: De qué se trata la enfermedad, cómo se transmite, cuál es periodo de incubación, cuáles son las principales medidas de higiene tomadas a nivel institucional y las que se espera adopten los colaboradores.

• Adhesión a la Declaración de Responsabilidad de Colaboradores, dónde se establecía que cada colaborador debía asumir el compromiso de observar y cumplir todas las normas emitidas por el Banco en relación al COVID-19 como una norma de convivencia.

• Monitoreo por áreas y desde el Área de Personas sobre casos sospechosos de contagio o de contacto de colaboradores con casos sospechosos o confirmados de contagio.

• Comunicaciones internas por correo electrónico sobre las medidas tomadas según actualizaciones.

• Provisión de tapabocas reutilizables y recomendaciones de uso.

• Gestión de aislamiento y Licencias, informaciones sobre la cancelación de reuniones internas y externas, las medidas de aislamientos y licencias por ausencia según cada caso, cancelación de viajes al exterior, contacto con casos sospechosos, contacto con casos confirmados.

Adecuación de espacios y organización de equipos

Nuestras oficinas en el principal edificio administrativo (Torre Itaú), están dispuestas de forma a ofrecer espacios físicos más propicios para el trabajo colaborativo entre personas de diferentes áreas y especializados en distintas disciplinas, fueron adaptadas al distanciamiento requerido y a las medidas sanitarias.

Todas las áreas del banco fueron revisadas y adecuadas para recibir a los colaboradores. Permitiendo que cada uno desarrolle sus tareas de manera cómoda incluso en este contexto.

Los equipos de trabajo además fueron distribuidos por cuadrillas, permitiendo a las áreas internas, sucursales tener una gestión más adecuada y segura en este contexto. Se realizaron además horarios escalonados en áreas administrativas y sucursales para evitar la aglomeración de colaboradores, además de horarios en las sucursales.



Las acciones que se realizaron en cada espacio incluyeron:

- La toma de temperatura en edificios administrativos y sucursales para el ingreso.
- Instalación de dispensadores de alcohol en gel en zonas de tránsito y elevadores de edificios administrativos y sucursales.
- Colocación de botellas de alcohol en gel en escritorios y mostradores en sucursales.
- Desinfección diaria de las estaciones de trabajo.

Gestión de pago a proveedores

Una de las adecuaciones que representaba más riesgo en cuanto al uso de papel y de contacto físico era el pago de facturas en los edificios administrativos, que, gracias a la digitalización realizada en este año 2020, el 100% los proveedores locales logramos un formato 100% de pagos electrónicos, llegando además a cero contactos en este proceso.

Home office

Otra de las iniciativas de mayor impacto fue el home office o trabajo en casa, se instalaron equipos de notebook y softoken. Esto facilitó la continuidad de los procesos durante los meses de la cuarentena. El

aspecto positivo de esta situación fue la aceleración de nuestro piloto de trabajo remoto de 2018, que nos hizo pasar del 15% (80 colaboradores) a más del 80% (800 colaboradores) de colaboradores trabajando desde sus casas, desde los primeros días de las restricciones de movilidad.

Esta medida permitió 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.

Se han incrementado y acelerado la incorporación de plataformas, equipos y herramientas, para tener reuniones y seguir conectados, hemos habilitados incluso espacios de distención y conexión a través de Youtube, WhatsApp y canales de Instagram para interactuar y seguir cuidando la experiencia del colaborador, con ellos hemos podido mantener nuestras reuniones de trabajo y capacitaciones para todo el equipo.

Las medidas de seguridad se revisan periódicamente; hoy cada colaborador

cuenta con un acceso remoto y dispositivos desde su celular para ingresar. Las palabras como conexión, vpn, token son parte del día a día.

Entendemos que la calidad de vida de nuestros colaboradores debe ser concebida de manera integral, conciliando la vida personal con las responsabilidades profesionales en la búsqueda del equilibrio. Creemos que esta modalidad de home office, trajo beneficios para el colaborador, para el banco y para el entorno; no es algo que trajo el COVID-19 pero sí la afianzó y es la nueva era digital.

Encuentros de Clima y Queremos escucharte

Durante el año 2020 se llevaron a cabo 20 encuentros de clima con los equipos de las sucursales tanto del área urbana como del interior.

Desde el área de Personas se desarrollaron estos encuentros virtuales tanto para gestores como para el equipo de manera de relevar, a través de estos espacios, cuáles eran los aspectos tanto negativos como positivos de esta nueva normalidad.

Los participantes tenían estas charlas informales donde se hablaban sobre el tiempo compartido entre compañeros, liderazgo y camaradería en equipos de sucursales durante la pandemia.

A través de estos encuentros acompañamos al equipo, estando cerca para así poder tener empatía, conocer sus necesidades y generar este espacio de diálogo. Con los resultados construimos planes de acción para mejorar las necesidades encontradas en estos encuentros.

En 2020, 136 líderes participaron de estos encuentros.

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 del equilibrio. De esta forma las propuestas del programa de Calidad de Vida están organizadas en tres ejes: Salud y Nutrición, Actividades Físicas y Recreación. Además, ante los nuevos desafíos de la situación sanitaria y nuevas preguntas, dudas y miedos detectados, para apoyar a los colaboradores del banco, a sentirse más seguros, protegidos y cuidados desde el banco, se profundizaron con encuentros virtuales con profesionales reconocidos, en temas de salud física, salud mental, apoyo psicológico, apoyo en el cuidado de los niños y, naturalmente consejos para el manejo de las finanzas personales y familiares.

Debido a las medidas de bioseguridad que se requería, hemos ofrecido a los colaboradores, las actividades a través de plataformas remotas y video- cápsulas sobre los distintos temas.

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 año en particular quisimos hacer énfasis en el fortalecimiento del sistema inmunológico, la seguridad en la manipulación de los alimentos, así como la manera más inteligente de planificar las compras.

El formato del webinar fue característico de nuestros encuentros, utilizado en todos los casos para informar al colaborador e invitarlo a estos espacios, el aspecto positivo es que con esta nueva normalidad pudimos llegar a más colaboradores e incluso al interior, en comparación a otros años con actividades presenciales.

• Encuentro de cocina saludable:

Con el objetivo de brindar información precisa con relación a alimentación saludable, nutrición para fortalecer el sistema inmunológico y manipulación de alimentos se organizó este encuentro con un profesional nutricionista y chef. Además, se disponibilizaron audiovisuales con información útil y práctica para poder aplicarlo en el día a día. En 2020,

103 colaboradores participaron de este encuentro. Se disponibilizaron cápsulas acerca de la organización del Menú y Compra inteligente, ¿cuál es la mejor manera de limpiar y almacenar los alimentos que compramos?, ¿Cómo planear un menú?, como incluir en la dieta habitual más frutas y verduras, qué son los súper alimentos, las vitaminas C y D, y alimentos fermentados.

• **Semanas Sanas:** Dada la organización en cuadrillas de los colaboradores en la oficina, así como una mayoría en modalidad homeoffice, este año quisimos estar presentes, para recordar la importancia de una alimentación saludable, tema sobre el cual hemos tomado mayor conciencia dado el tiempo de confinamiento.

Es por eso que se han preparado cajitas con alimentos saludables (ejemplo: frutas, barras de cereales, yogurt) y dejado en los pisos del edificio y agencias, a disposición de cada colaborador, junto con la cajita se incluyó un mensaje de Calidad de Vida.

Video Cápsulas de Hábitos Saludables: como pausas activas, postura correcta, hidratación y descanso.

• **Encuentros de salud mental:** Durante este contexto, y con la intención de ofrecer contención para los colaboradores del banco, además de información clara y objetiva, realizamos diferentes encuentros a través de webinars en plataformas digitales donde un profesional experto nos explicaba sobre el tema en cada encuentro realizado.

Las conversaciones en cada caso fueron guiadas en formato entrevista, al final de cada encuentro las personas pudieron realizar consultas y así disipar dudas sobre el tema.

Entre los intereses principales con este espacio, se encontraban derribar mitos, lograr que las personas conozcan y asuman sus responsabilidades individuales en esta situación, remarcando también los cuidados a considerar en la oficina.

- Encuentros con profesionales en medicina hablando sobre el Coronavirus y sus implicancias.
- Video cápsulas de psicología para mejorar el ambiente laboral como familiar contruidos con una psicóloga.
- Crianza positiva y cápsulas para padres con tips para hablar del Coronavirus con sus

hijos, proponiendo consejos y guías que los ayuden a contenerlos, a sentir empatía junto con ellos y recalcar la importancia de seguir manteniendo una conversación fluida en estos tiempos.

• **Sala de Lactancia:** Contamos con salas de lactancia disponibles en Casa Matriz y en la Torre Itaú con infraestructura adecuada para garantizar seguridad y comodidad a madres en proceso de lactancia, en el caso de la Torre, la sala cuenta con dos compartimientos. 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 nueva maternidad.

Actividad física

Este frente ofrece opciones para facilitar la realización de actividades físicas como práctica fundamental para llevar una vida saludable.

A través de diferentes propuestas para el colaborador:

• **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 por intención ejercitar la habilidad para administrar adecuadamente el tiempo de permanencia en las oficinas y ofrecer espacios de esparcimiento. Las acciones fueron:

• **Seguimiento de permanencia:** A lo largo del año se lleva un seguimiento de los horarios de entrada y salida de los colaboradores para monitorear el tiempo de permanencia. El objetivo principal de esta medida es 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:** Hemos descubierto lo divertido que puede ser un taller de huertas a través de plataformas digitales, se realizaron 3 jornadas. Para realizar el taller todos los participantes recibieron un kit de huertas, y conectados desde diferentes localidades del país, se dispusieron en el patio, junto a sus familias a desarrollar todos juntos el taller. Este espacio se ha fortalecido como un espacio de desarrollo personal y de profundización en temas relacionados al cuidado del medio ambiente. Del taller participaron 101 colaboradores.

Embajadores de Cultura

Incentivando nuestra Cultura, y buscando diseminar “Nuestra Manera” de hacer las cosas, buscamos colaboradores referentes que nos permitan intercambiar mejores prácticas de clima dentro del Banco.

Esta acción tiene como objetivo facilitar el desarrollo, la implementación y la gestión de planes de acción para mejorar la cultura y clima de las áreas.

Un embajador de cultura es un colaborador referente para los equipos, que actúa como agente de transformación y refleja la vivencia de los valores de cultura en el día a día. Se preocupa por el bienestar propio, de su equipo, el banco y los clientes. Tiene una postura crítica, responsable, apreciativa, imparcial y ética. Es un líder natural. Se comporta como dueño del negocio y contagia a otros para ser mejores personas cada día”.

En 2020 fueron seleccionados 12 colaboradores referentes de las distintas áreas del banco. La selección quedó a cargo del Comité Ejecutivo y el Comité de Personas.

Los embajadores tienen reuniones mensuales con el Comité de Personas para intercambiar mejores prácticas de clima, conocer las novedades y próximos lanzamientos, así también son entrenados sobre temas de cultura y clima constantemente.

Voy como Soy

En 2020 fue consolidado el nuevo código de vestimenta “Voy como soy”. Buscando mejorar la experiencia del colaborador, al permitirle vestir prendas de manera 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

Diversidad

En itaú creemos que el respeto a la diversidad es indispensable para que el proceso de desarrollo y crecimiento de las personas se dé en un entorno saludable,

esto le permitirá lograr su máximo potencial, explotar la creatividad y desarrollarse plenamente.

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.

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.

En este sentido, iniciamos en 2020, 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.

En 2019, fue realizada una encuesta de diversidad a 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.

82%

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

En 2020, se establecieron frentes de trabajo y la creación de Comités para liderar cada uno de ellos.

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

En 2020, con la intención de que nuestros gestores, puedan apropiarse de los mensajes institucionales como líderes de la organización, les entregamos cápsulas de comunicación.

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 colaboradores del banco.

Acompañando a los líderes de equipo que tuvieron grandes desafíos este año, proporcionando herramientas que pudieron permitir seguir liderando el equipo en distanciamiento promoviendo la cercanía siempre enfocada a seguir manteniendo las operaciones del banco y los resultados de negocios.

Se realizaron 5 módulos: ¿Cómo cuidamos nuestros vínculos en el mundo digital?, ¿Cómo promover la cercanía con foco en lo emocional?, ¿Cómo escucho digitalmente?, Rasgos de convivencia digital y trabajar con cercanía a la distancia.

En 2020, se han desarrollado 5 cápsulas de comunicación de los que participaron 120 líderes de equipos.

Canales físicos y digitales de comunicación

Desde el año 2019, implementamos cartelería digital (mediante pantallas) ubicada en los edificios administrativos, cuyo contenido va actualizándose de acuerdo a la campaña que esté vigente, eliminando impresiones tradicionales.

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.

En 2020, establecimos un nuevo espacio exclusivo para colaboradores “Experiencias para Vos”, a través del cual, el colaborador recibe iniciativas relacionadas a bienestar en general a través de plataformas digitales. El espacio además de ser el canal al cual puede acceder mediante cualquier dispositivo o

mail, permite llegar a todos colaboradores tanto del interior como zonas urbanas.

En 2020, triplicamos el alcance de nuestros colaboradores con la modalidad virtual, de alcance promedio de 80 personas pasamos a más de 225 colaboradores.

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:

• **Desafío 2020** 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.

• **Campaña Covid “Entre todos nos cuidamos”** Esta campaña se mantuvo a lo largo del año, fue la campaña que acompañó a nuestros colaboradores poniendo a disposición información íntegra, precisa y transparente sobre todo el contexto de la pandemia. Sumamente importante para poder seguir llevando nuestras operaciones con todos los cambios que fueron surgiendo. Los mensajes de esta campaña iban desde protocolos para colaboradores y clientes, disponibilización de cada uno de los canales de atención en sucursales y edificios, un sitio interno de comunicación donde encontrar materiales guías de cómo actuar, informaciones generales acerca del contexto vivido y de las autoridades sanitarias, entre otras informaciones.

Esta campaña sigue vigente, manteniendo al tanto a los colaboradores de las medidas internas como externas.

• **Campaña Interna “Juntos para ayudar”**

Nuestra experiencia nos ha demostrado que cuando nos unimos se multiplican las transformaciones. En 2020, en conjunto con el área de sustentabilidad del banco y la Fundación Itaú hemos realizado donaciones en contexto de la pandemia COVID-19, a través de una campaña interna “Juntos para ayudar” donde pusimos a disposición canales del banco, para realizar donaciones y ayudar a las familias en el contexto de Covid 19. Llegamos a la suma de Usd. 40.000 a través de aportes del banco y de los colaboradores. Con esta campaña se realizaron entrega de kits de alimentos e higiene a la Fundación Casa Cuna, Fundación El Cántaro y la Fundación Jesuitas, logrando beneficiar a más de 2.550 familias vulnerables por medio de esta campaña. Además de una colecta de abrigos a la Organización Internacional para las Migraciones con el propósito de contribuir con las acciones de asistencia humanitaria y acompañamiento a las personas migrantes y a paraguayos que han retornado, ante la pandemia.

Medición de la experiencia del colaborador

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. 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.

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 2020, la evaluación arrojó un índice de 88%.

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. En el 2020, se obtuvo un índice de 90%.

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 2020, ocupamos el tercer 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.

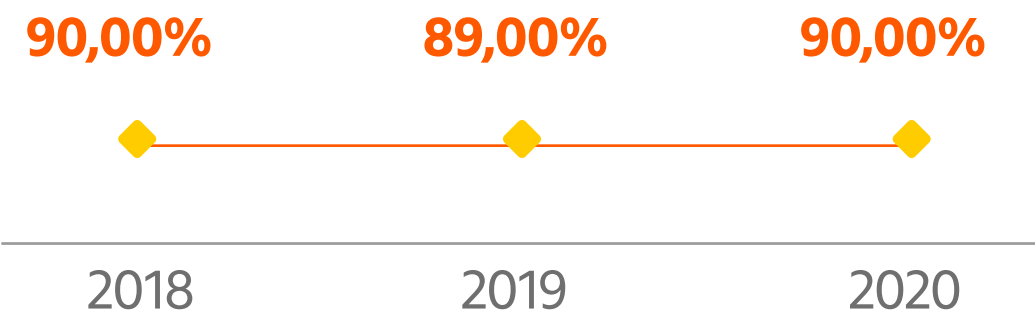
Encuesta Cliente interno

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 2020, en una escala del 1 al 5, la satisfacción fue de 3,54

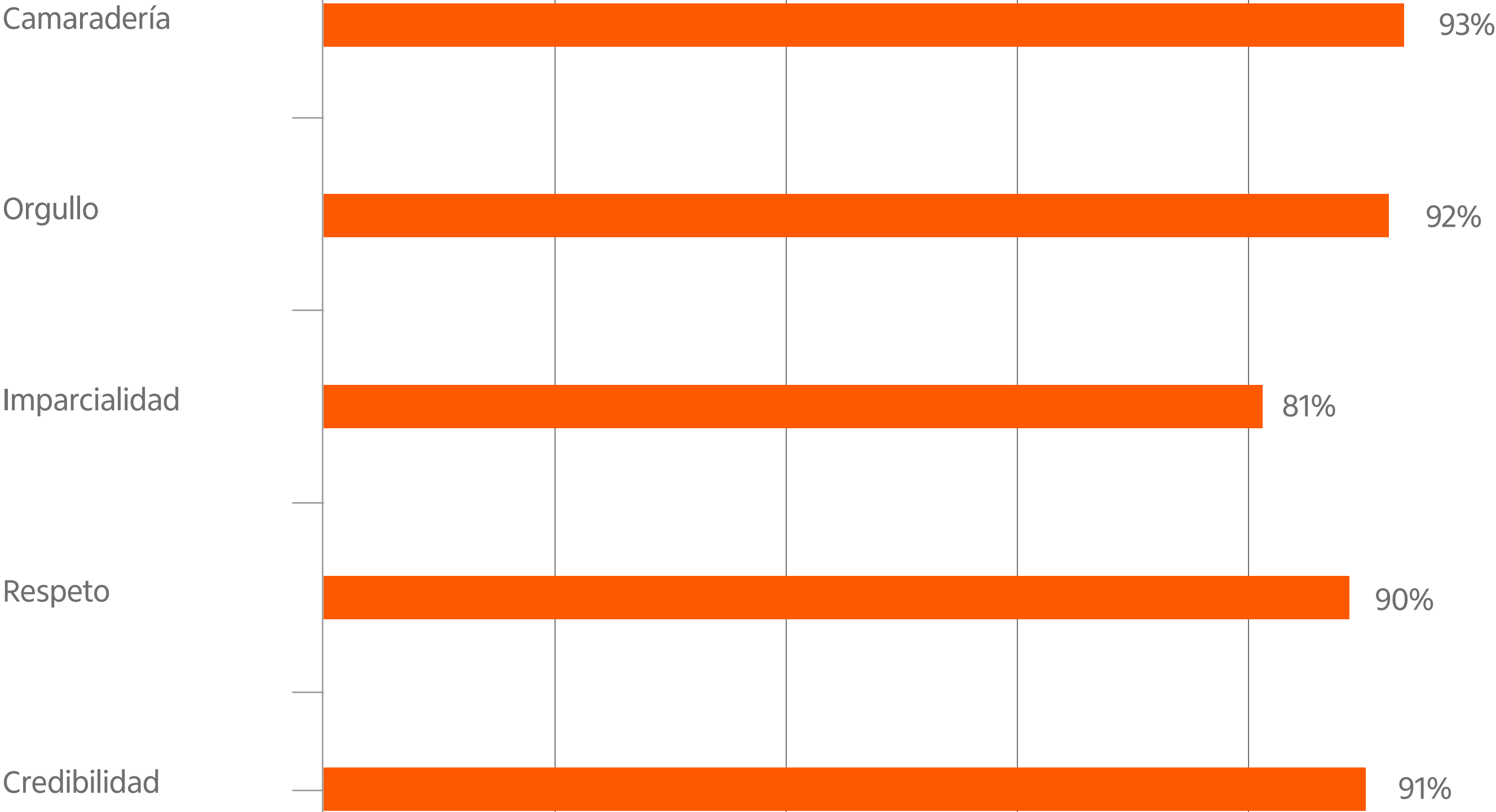
Las principales acciones iniciadas en el año para atender estos frentes fueron:

Resultados en la Encuesta GPTW Paraguay

1. Satisfacción general



2. Dimensiones principales



Satisfacción del cliente



¿Por qué este tema es material?

En el camino para alcanzar nuestra visión de performance sustentable, fundamental para lograr la satisfacción de nuestros clientes, la centralidad es una prioridad estratégica para Itaú, solo por medio de ella podremos llegar a nuestro objetivo de mejorar la experiencia de cada cliente con nuestra organización.

La percepción de nuestro cliente es sumamente importante para nosotros, a través de ella nuestra empresa adquiere valor, podemos tomar decisiones escuchando sus sugerencias y así lograr transformaciones positivas en sus experiencias, 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.

El principal componente en el que nos encontramos trabajando para mantener relaciones duraderas, es la incorporación de la voz del cliente en nuestros procesos y resoluciones.

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

Estar más cerca del cliente, escucharlo y orientar todo lo que hacemos pensando desde el cliente y entregando propuestas de valor que sean significativas es algo de todos los días. Queremos ser reconocidos como un banco de referencia en satisfacción de clientes, no solo entre empresas del sector financiero, sino en el mercado, independientemente de la actividad o sector.

Esto implica un cambio en la estrategia de todos los equipos de estar enfocados 100% en el cliente, por lo cual es fundamental establecer criterios que definan nuestra manera de actuar. Los principios de centralidad en el cliente, se refuerzan principalmente a través de los líderes de sucursales y áreas internas, quienes guían a los equipos para poner al cliente en el centro.

Es por ello, que en el 2020 nos desafiamos a tener un acercamiento mucho mayor con nuestros clientes, a través de llamadas con la intención de escuchar sus experiencias y poder, junto con ellos, construir la mejor experiencia en base a las necesidades.

Traer la voz del cliente a la organización para la toma de decisiones, implica el diseño de distintas herramientas que definen cómo realizar esta escucha y conducir sus resultados hacia instancias estratégicas de toma de decisión.

Para ello, hemos iniciado la acción denominada **Itaú Escucha** donde más de 130 colaboradores en posición de líderes, han contactado con más de 1.600 clientes para escuchar sus experiencias y poder así construir el Banco pensado en el cliente.

También 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 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 10 procesos de gran impacto en la mejora de experiencia y satisfacción de clientes, 7 de ellos fueron finalizados dentro del año, los demás siguieron su curso de cambios en el 2021.

De estos procesos, 5 corresponden a la banca digital, dado que es un canal cada vez más utilizado por nuestros clientes es fundamental brindarles una buena experiencia y mensajes claros que le permitan la confiabilidad en el uso.

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.

Para liderar esta agenda se conformaron equipos de trabajo, encargados de analizar en detalle, proponer y diseñar soluciones para estos procesos.

En 2020 Itaú Escucha fue conformado por 130 personas en posición de liderazgo de la organización, quienes se han acercado a los clientes para escuchar sus experiencias, con más de 1.600 llamadas realizadas.

A continuación, los principales proyectos con sus resultados más significativos:

más de **130**
líderes de distintos equipos

más de **1.600**
escuchas realizadas

+7.6 MM
de experiencias de clientes impactadas
5.6MM de transferencias y 1MM Pagos con tarjetas de crédito.

Procesos de mejora - Destakes

Transferencias entre Cuentas	Tarjetas de Crédito
3 canales con mejoras para nuestros clientes, Pagos Electrónicos, Home Banking y App Itaú Py.	Mejorando el tiempo de entregas de este producto al cliente, entregándolas con la contraseña de seguridad.
19 equipos de trabajo	+2 canales habilitados: App Tarjetas y App Itaú Py.
+700 clientes nuevos hacen uso de la transmisión de archivos para pagos (antes 50).	+4.600 Solicitudes de Contracargos de tarjetas recibidos desde el SAC.
+40 entrevistas a clientes acompañando la mejora.	+2.900 Traking de visualización de tarjetas para el cliente.
+10 funcionalidades nuevas.	

Metodología NPS

Este año hemos incorporado la Metodología NPS para detectar dónde podemos mejorar las experiencias de nuestros clientes a partir de sus percepciones, esto es una metodología para evaluar la satisfacción y la experiencia con la marca y la empresa.

El resultado de NPS se construye a partir de la recomendación del cliente acerca de su relación con una marca en contraposición a otras personas cómo amigos y familiares, personas conocidas u otras compañías. Es una pregunta de recomendación, donde el encuestado debe asignar un puntaje entre 0 y 10, invariablemente.

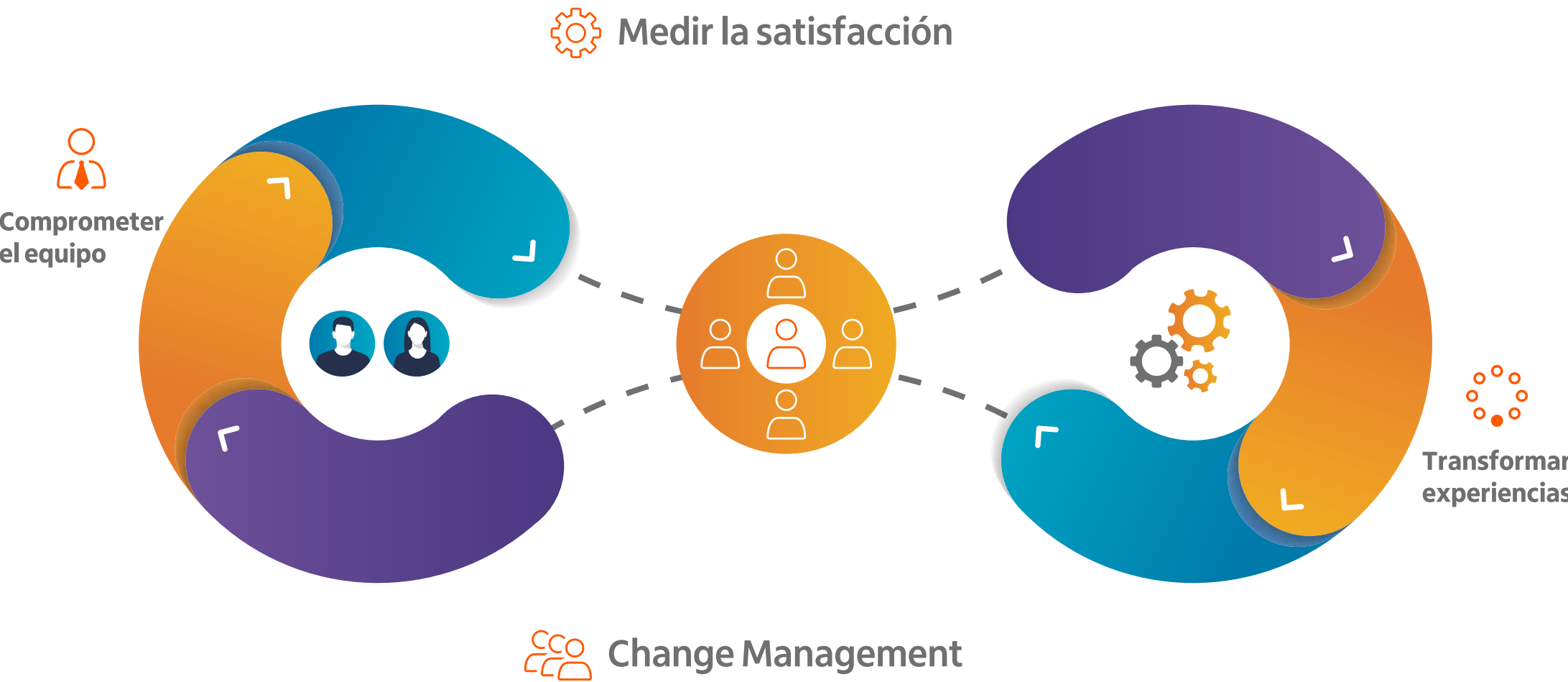
“
En una escala de 0 a 10, ¿cuánto recomendaría Itaú a un amigo o colega?
”

De acuerdo con la nota dada, la respuesta se clasifica: 1) Detractores (notas 0 a 6): clientes insatisfechos que han tenido un impacto negativo de la marca / compañía en sus vidas, capaces de dañar la marca y su crecimiento;2) Neutros (notas 7 y 8) clientes indiferentes, fáciles de convencer por la competencia. Recomendar la empresa, pero con reservas; 3) Promotores (notas 9 y 10): clientes fieles que recomiendan a todos y aceleran el crecimiento de la empresa.

Desde nuestra organización buscamos la centralidad en el cliente, a través de esta herramienta, establecemos un indicador que evaluamos permanentemente proponiendo cambios y mejoras donde se necesiten y así asegurar un crecimiento rentable, sustentable y orgánico con cada uno de nuestros clientes.

Centralidad en el cliente

Net Promoter Score: elementos clave para el éxito en la experiencia del cliente.



Este proceso comprende 5 pasos:

Indicador NPS. Medir la satisfacción: La metodología inicia con las mediciones de los NPS Globales acerca de la percepción sobre productos y servicios transaccionales específicos utilizados por el cliente, los cuales deben cumplir con los criterios de generación de base, muestra y medición histórica.

Escuchar al Cliente y comprometer a los equipos: luego de obtener el indicador, realizamos un acercamiento a nuestros clientes, en servicios y productos identificados donde podemos realizar mejoras. Nuestros colaboradores de distintas áreas se comunican con los clientes consultando acerca de sus comentarios positivos como negativos con la intención de conocer acerca de estos.

Cómites: Se crean equipos que van liderando estos procesos de cambio, y son monitoreados a través de reuniones breves e interactivas mensualmente con los equipos que lideran procesos de mejora en conjunto con el Comité Ejecutivo para evaluar avances y estrategias.

Transformar experiencias: Cada una de estas mejoras son analizadas, se identifican, se priorizan por equipos. Cada equipo es responsable por el proceso de mejora, esto hace posible mantener distintos equipos de trabajo proponiendo y orientando cambios.

El cliente como centro: Todos los gestores son responsables de llevar la visión de la centralidad en el cliente a cada uno de los procesos del día a día con la intención de producir ese cambio en el pensamiento de los equipos, al que llamamos “Change Management”. El involucramiento de los líderes es fundamental, ya que a través de ellos se realizan las actividades de cultura y concientización dentro de nuestra organización.

Calidad de servicio (G4 FS15)

Buscando siempre mejorar su experiencia en servicios y productos 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.

Cultura de Atención

Tener una performance sustentable y ser líder en satisfacción de clientes es un desafío constante, buscamos incorporar conceptos, modelos y herramientas que permitan brindar una atención profesional, oportuna y sin problemas.

En el 2020 adaptándonos al nuevo contexto, hemos realizados dos encuentros con todo el Banco vía streaming, desde nuestro Comité Ejecutivo hemos establecido acciones para el año con el lanzamiento de los “Desafíos 2020”, dando un énfasis especial a la centralidad del cliente. A través del área de Calidad, Marketing, Endomarketing se trabajan en las comunicaciones de este frente, para que todo aquello que queramos transmitir al cliente primero esté fortalecido internamente de manera a entregar la propuesta de valor que prometemos.

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.

• **Semana del Cliente**

Desafiados por el contexto, este año nos hemos vuelto a unir regionalmente a fin de abordar, vía plataformas virtuales, temas de interés en cuanto al comportamiento de nuestros clientes, más aún en una época sensible como lo fue el 2020.

Para ello hemos abordado varios puntos con participación de la región como Argentina, Uruguay, Brasil y Paraguay, cerrando esta semana con un encuentro institucional con nuestro CEO, recordando nuevamente la importancia de tener al cliente en el centro.

- 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.

- Ciclo de llamadas de gestores a

clientes: Gestores de áreas de soporte que usualmente no interactúan de manera directa con clientes, realizaron llamadas poniéndose a disposición y buscando

conocer su percepción sobre los servicios del banco.

Gestión de reclamos

Los canales de atención habilitados para los clientes desde el banco son las solicitudes, consultas y reclamos. Desde las áreas internas contamos 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 2020, se han ingresado 25.561 reclamos (26.924 en 2019) reclamos de los cuales fue el 91% finalizado en tiempo (92% en 2019).

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 5.490 reclamos (4.613 en 2019). De éstos, 55 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 Radar de Calidad tiene el desafío de la centralidad en el cliente, generar información relevante para conocer los diferentes momentos en su relación con nosotros y exige a todas las áreas estar compartiendo esta experiencia todo el tiempo. Esta herramienta es desarrollada con el fin de compartir con todos los gestores, los principales indicadores y el seguimiento de evaluaciones realizadas por nuestros clientes.

El tablero brinda información sobre los canales de contacto de los clientes, las intenciones, el tiempo de respuesta, tiempo de espera en cajas y cómo nos evalúa el cliente en el servicio recibido en sucursales, espacios Personal Bank y en el SAC, entre otros.



Radar de calidad

Llamadas atendidas	SAC	1.525.881
Tickets atendidos	Sucursales	709.501
Contactos	Redes	18.577
Total:		2.253.959



Consultas: 1.124.168
Solicitudes: 696.052
Reclamos: 70.221
Total: 1.892.441

Tiempo de espera en caja

> Titular	> P.Bank	> Empresa	> No cliente
16 min.	2 min.	26 min.	25 min.

Procesos BPM

91% en plazo
25.541 reclamos

86% en plazo
244.744 solicitudes

Encuestas

- > Sucursales: **8,97**
- > SAC.: **8,54**
- > Personal Bank: **9,15**



Comunicación y transparencia (ODS 10.5)

Nuestro compromiso con la transparencia en la comunicación con clientes, implica garantizar una rendición de cuenta constante, donde 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, nuestros clientes 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 709.501 tickets para las distintas áreas disponibles (41% menos que en 2019).

• **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 1.525.881 llamadas (0,7% más 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 2020, atendimos 18.577 contactos a través de estas plataformas (17% más en comparación a 2019).

Prácticas de transparencia

Ser un banco comprometido con la transparencia en la información clara, simple y transparente es uno de nuestros principios de relacionamiento con el cliente. Por ello en 2020, hemos realizado estas 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 (15 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 2020, fueron 18 los productos que ingresaron a este flujo por ser nuevos o porque sufrieron alguna alteración en su funcionamiento. Además, otros 56 productos y servicios creados anteriormente al establecimiento de este proceso de evaluación, pasaron por una fase de revalidación.

• **Experiencia del cliente en células de banca digital:** Estos equipos de trabajo lideran soluciones ágiles desde la Banca Digital, en cada una de ellas se incorpora la visión del cliente 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:** Cada contacto con nuestros clientes en las plataformas digitales no permite conocerlos y seguir trabajando en su experiencia constantemente poniendo a disposición información útil para que 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:** Anualmente es establecido un plan de entrenamientos desde el área de Personas del banco para dotar a los colaboradores de las herramientas que necesitan para atender a clientes, esta agenda incluye la inducción corporativa, los entrenamientos abiertos y los espacios de formación de la Escuela de Atención y Ventas.

• **Mi Foco:** En nuestro portal corporativo interno se encuentra esta herramienta Mi Foco, donde los colaboradores poseen 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”:** Contamos con el perfil de correo “Buen día”, el cual dirige comunicados sobre productos, servicios, promociones entre otros 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:** Estas alianzas son grupos de trabajo compartidos, interdisciplinarios que 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

La Voz del cliente nos permite conocer sus expectativas y experiencias, a través de estos datos tenemos y trabajamos en la intención de incorporar su percepción a los distintos procesos de mejora y al desarrollo de nuevos servicios y productos.

A través de las:

• **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.

Encuesta de NPS (Net Promoter Score): hemos implementado en el 2020 la nueva metodología basada en la recomendación. Donde el cliente tendrá dos tipos de encuestas basada en la metodología.

- **NPS global:** encuesta donde se consulta la probabilidad de recomendar la marca Itaú.
- **NPS transaccional:** encuesta donde se consulta la probabilidad de recomendar el banco posterior a una experiencia de uso.

Medición de la satisfacción de clientes

La percepción de los clientes es para nosotros una herramienta importante a la hora de trabajar en sus experiencias, las

encuestas son para medir los resultados de los esfuerzos que se emprenden tras el objetivo de lograr que nuestros clientes se encuentren satisfechos.

En conjunto con consultoras especializadas y de manera interna, se desarrollaron las campañas de encuestas de satisfacción y las encuestas bajo la nueva metodología NPS. Con la nueva metodología buscamos conocer no solo la satisfacción de los clientes sino también el grado de lealtad y recomendación que tienen con la marca.

En el 2020 participaron 16.452 clientes en las encuestas de satisfacción telefónicas y 12.698 clientes en las encuestas NPS.

“
29.150 clientes fueron encuestados en 2020
”

• **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 2020, la calificación recibida fue de 8,97 (en 2019 fue 9,02). Fueron encuestados 9.575 clientes.

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 2020 para esta encuesta fue 8,54 (en 2019 fue 8,62). Fueron encuestados 2.695 clientes.

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 3.017 clientes y la evaluación final de satisfacción fue de 9,15 puntos (en

2019 fue 9,14).

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 1.165 clientes y la evaluación final de satisfacción fue de 8,65 puntos (en 2019 fue 8,64).

• **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 8,10 puntos en una escala del 1 al 10 (8,95 en el 2019) y para personas jurídicas, el resultado fue de 7,80 (7,78 en 2019).

• **Encuesta con la metodología NPS:** tenemos dos tipos de encuestas, las globales que realizamos a los clientes de manera general

y las transaccionales que realizamos a los clientes posterior a una experiencia con los canales, productos o servicios del banco. El foco de este indicador es conocer el nivel de recomendación que tienen los clientes PF como PJ, para esto generamos dos encuestas globales para la banca minorista y la banca mayorista, así también encuesta global para tarjetas de crédito y dos encuestas transaccionales para los canales digitales, en los servicios de Pagos y Transferencias bancarias. Estos son los resultados:

- **Encuesta NPS Banca Minorista:** fue llevada a cabo a través de mensajes de textos. El resultado del NPS de la banca al cierre del año fue de 47. La tasa media de participación fue de 13% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.
- **Encuesta NPS Banca Mayorista:** llevada a cabo también a través de mensajes de textos. El resultado del NPS de la banca al cierre del año fue de 48. La tasa media de participación fue de 4% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.

- **Encuesta NPS Tarjeta de Crédito:** se realizó la encuesta a los clientes usuarios del producto, con la metodología de envió

mensajes de texto al celular. El resultado al cierre del año fue un NPS de 68. La tasa media de participación fue de 14% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.

- **Encuesta NPS Pagos de Servicios en canales digitales:** se realizó la encuesta a los clientes usuarios del canal, con la metodología de envió de mensaje de texto al celular. El resultado al cierre del año fue un NPS de 88. La tasa media de participación fue de 15% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.
- **Encuesta NPS Transferencias Bancarias en canales digitales:** se realizó la encuesta a los clientes usuarios del canal, con la metodología de envió de mensaje de texto al celular. El resultado al cierre del año fue un NPS de 80. La tasa media de participación fue de 15% de la base de muestra de clientes activos seleccionados.

Basado en el nivel de recomendación de nuestros clientes en 2020:

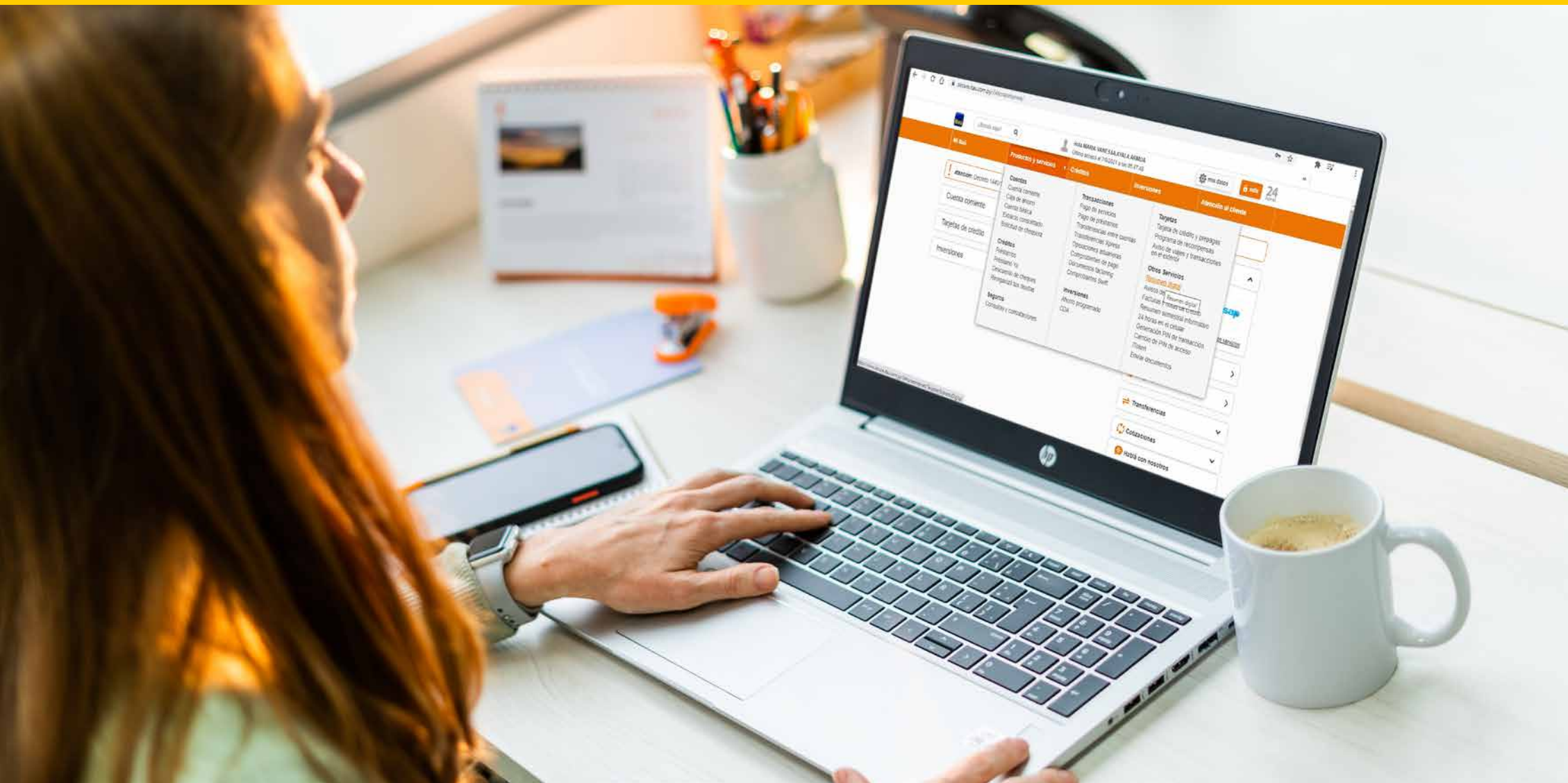
NPS 47 NPS Banca Minorista En base a 587 clientes encuestados	NPS 48 NPS Banca Mayorista En base a 6.147 clientes encuestados
---	---

Resultados de encuestas realizadas en 2020 :

8,97 Encuesta Dinámica Sucursales -0,05 puntos que en 2019	8,54 Encuesta Dinámica SAC -0,11 puntos que en 2019
---	--

7,80 Encuesta Regional de Satisfacción Persona Jurídica +0,02 puntos que en 2019	
9,15 Encuesta Dinámica Personal Bank +0,01 puntos que en 2019	8,10 Encuesta Regional de Satisfacción Persona Física -0,85 puntos que en 2019

Transformación digital



¿Por qué este tema es material?

La transformación digital es 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.

Estar centrados siempre en el cliente, utilizando la innovación y los canales para estar más conectados con sus necesidades del cliente es un desafío constante.

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.



Premisas de la Banca Digital
(GRI 102-2)

La tecnología es nuestra gran aliada en 2020, y nos conduce a encaminar esfuerzos y recursos para innovar constantemente en nuestras plataformas digitales, con miras a mejorar la experiencia y la satisfacción de los clientes.

Las premisas fundamentales son:



1. Brindar funcionalidades y características de servicios basadas en la necesidad del cliente.	2. Ofrecer soluciones simples, que generen una buena experiencia 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 2020, más de 158 Mil clientes personas físicas (correntistas y monoproductos TC) utilizaron al menos uno de los canales digitales disponibles, lo que representó un aumento de 14% en comparación a la cantidad de clientes en diciembre de 2019. De estos clientes, 47 Mil utilizan exclusivamente el canal digital (38% más que en diciembre del 2019).

Sobre las transacciones, en el año se realizaron más de 9,6 Millones de transacciones (54% más que el año anterior). Con más de 96 Mil clientes que realizaron transacciones y representa un crecimiento del 157% del crecimiento del 2019.

El principal aumento se dio en el servicio de transferencia bancarias, en 2020 se realizaron 5,6 Millones de transferencias, 86% más que en el 2019. Le siguen los pagos de servicios y tarjetas de crédito con el valor 4 Millones, 23% más que 2019.

En el caso de empresas, más de 10 Mil clientes utilizaron canales digitales en el último mes del año lo que representa una participación del 74% del total de clientes empresas y se realizaron aproximadamente 5,3 Millones de transacciones (lo que

significa una participación del 68% del total de transacciones de la Banca Mayorista).

más de 14.9 MM
de transacciones realizadas desde la banca digital

5,6 Millones
de transferencias

4 Millones
de pagos de servicios y tarjetas de crédito

Canales de la Banca Digital

Nuestra Banca Digital busca facilitar la gestión cotidiana de los clientes al permitirles realizar consultas, transacciones y contrataciones de productos de manera ágil y segura; dándoles la posibilidad de utilizar su tiempo de manera más eficiente, desde los servicios web (Home Banking) y cada aplicación móvil.

• **24 horas en el celular.**



• **App Itaú PY/Personal Bank:** Los clientes pueden solicitar y activar pines de acceso y transacción; realizar consultas sobre saldos y movimientos en línea de sus cuentas y tarjetas de crédito, como así también otros productos como seguros, inversiones y préstamos. Además cuentan con funcionalidades como actualizar sus datos, 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, ahorros programados y tarjetas de crédito; realizar transferencias a cuentas Itaú, de otros bancos o de cooperativas, pagos de servicios con cuenta o con tarjeta de crédito, pagos de cuotas de préstamos, depósitos de cheques, consulta de los beneficios con compras con tarjeta de crédito y canje de puntos de programas de recompensa.

Se incluye un chat en línea para que los usuarios pueden realizar consultas. Al cierre del año, la valoración media de la experiencia de los usuarios con las aplicaciones 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 4,3 de 5 al culminar 2020.

• **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.

En el 2020 se incluyeron funcionalidades como transferencias con QR, pagos de servicios básicos y el pago a comercios con QR permitiendo al cliente elegir su medio de pago. Su valoración media entre los usuarios fue de 4,8 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.itaú.com.py que ofrece una amplia variedad de servicios y operaciones como: consultas sobre saldos y movimientos en línea de cuentas y tarjetas de crédito; descarga de extractos de cuentas y tarjetas; pago de préstamos, simulación y contratación de productos (como préstamos y ahorros programados); transferencias a cuentas Itaú, cuentas de otros bancos o cooperativas, pago de servicios públicos y privados y descargar sus comprobantes de pagos;



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 a <https://www.itaubank.com.py/> que ofrece la administración y contratación de sus servicios, la parametrización personalizada de los usuarios con accesos web, y también una amplia variedad de soluciones para la realización de sus pagos y cobros 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 de montos superiores y para los servicios de giros y carga de billetera, dentro del Home Banking y las apps Itaú PY e Itaú Personal Bank.

Agencia digital

Con 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. En 2020, se abre la segunda agencia digital, atendiendo a 18.826 clientes, duplicando la atención al público en relación al 2019. La agencia digital cuenta con un equipo compuesto por oficiales de Cuentas, Gerentes de Agencia y Asistentes trabajando de manera 100% digital, realizando más de 24.000 interacciones mensuales con

los clientes por medios de chat, correos y teléfono.

Entre 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)

Las agencias tienen como objetivo 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

A través de la plataforma web de contratación brindamos a clientes y no-clientes una mayor comodidad y agilidad para adquirir una cuenta corriente o caja de ahorro sin necesidad de acudir al Banco. Una solicitud de apertura se solicita en sólo 15 minutos, desde el sitio 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. El cliente puede autogestionarse o realizar la solicitud con el asesoramiento de un oficial de cuentas a través del link del promotor. Posterior a la generación de las cuentas, el cliente recibe los productos solicitados en un plazo de 3 días en promedio.

Al cierre de 2020, contábamos con 1.917 cuentas activas desde el canal digital con un fair share de 68,3% (+3,4p.p. vs 2019), además 309 tarjetas de créditos activas y 25 sobregiros contratados con un total de Gs. 70.700.000 millones.

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 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 y trabajo en equipo

La metodología Ágil nos permite innovar constantemente, con rapidez y en cualquier fase de los proyectos. Este esquema de trabajo se basa en los siguientes pilares: colaboración, comunicación, autonomía responsable, testeos y aprendizajes rápidos y tolerancia al error.

Dentro de la metodología, contamos con dos equipos de trabajo diferentes, cada uno con sus respectivos frentes, el primero con desarrollo e incentivo de nuevos productos y funcionalidades, y el segundo denominado,

salas de performance, que tiene como objetivo la digitalización. Cada equipo está conformado por representantes de diferentes áreas internas que incorporan perspectivas diferentes del negocio, enfocados en innovación y digitalización de los canales, productos y servicios digitales buscando llegar a los clientes de forma oportuna y con la mejor propuesta de valor de acuerdo a cada perfil.

En 2020 se lograron alcanzar estos resultados e innovaciones:

Creamos el canal de cuenta digital para clientes extranjeros residentes en Paraguay, así como también a las empresas unipersonales que necesiten habilitar una cuenta corriente o caja de ahorro, logrando 107 cuentas activas en tal sólo un mes del lanzamiento.

Habilitamos la contratación de préstamos online y aumento de línea de tarjetas de crédito para nuestros clientes a través de la app o el homebanking, con la opción de pagos en cuotas y elección de fecha de vencimiento en cada caso. En 2020 fueron realizados desembolsos préstamos por el

valor 201 MM de guaraníes a través del canal digital.

Además, rediseñamos el menú para pagos electrónicos de la app y el homebanking, mejorando la experiencia del cliente a la hora de utilizar este servicio.

Actualmente, contamos con cuatro 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:** 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, seguros, reorganización de deudas.

En 2020 se agregaron nuevas experiencias de incentivo de uso de servicios como operaciones de cambio, aumento de línea y uso de tarjetas de créditos y cobranzas. Las contrataciones y servicios están disponibles desde el homebanking y en las aplicaciones móviles.

• **Sala de Digitalización:** Esta sala se enfoca en la captación y retención de clientes dentro del canal digital y comprende dos frentes:

1) Digitalización: 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: Incentivos en transacción para los clientes con el objetivo de incentivar el uso de los servicios enfocados a personas físicas y personas jurídicas, con la intención de mantener como usuarios recurrentes a los clientes. Al cierre de diciembre, contamos con un índice de fidelización del 94% de nuestros clientes digitales de usuarios de este canal.

• **Sala de adquisición:**

Este equipo tiene como objetivo principal idear acciones para captar nuevos clientes, además de ofrecer nuevos productos a quienes ya lo son, 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 y realizar mejoras en base

Reporte de Sustentabilidad 2020

a feedbacks de los clientes, buscando una mejor experiencia de los mismos.

• **Squad de vitrina:** Nace en 2020, se suma a las tres salas de trabajo con Metodología Ágil; es el Squad de Vitrina es 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.

Este 2020, nace también el Hub digital, un equipo dedicado a establecer, analizar y dar seguimiento oportuno a las métricas de performance de las salas. Además, en conjunto con el equipo de CRM, se encarga de desarrollar análisis a través de los datos de manera a aportar insights al negocio.



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, tomen decisiones financieras cada vez más alineadas a sus necesidades y momentos de vida.

En las elecciones que las personas realizamos todos los días, con frecuencia está involucrado el dinero; consideramos que uno de nuestros roles, como Banco, es poner a disposición información financiera útil y oportuna; con los años comprobamos que esto ayuda a nuestros clientes y público en general a llevar sus finanzas de manera saludable.

Para cumplir con esto, la educación financiera integra nuestra lista de temas materiales; permea a todos los grupos de interés con los que interactuamos, e 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 pueden ser mejor aprovechados y de esta manera 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 2020, estas fueron las iniciativas llevadas a cabo con el público interno:

Programa de Uso Consciente para Colaboradores

A través de la plataforma de Experiencias del colaborador, se llevó a cabo el programa con temas relacionados al uso consciente del dinero. En 2020, la importancia del fondo de emergencia la construcción de ahorros en momento de crisis, este Ciclo de Charlas Financieras consistió en tres encuentros con temas relacionados a “salud financiera”, “economía doméstica” y “libertad financiera”.

Con acompañamiento del Banco, las charlas fueron conducidos por la Economista Gloria Ayala Person, en todos los casos por plataformas digitales, en el primer encuentro los temas abordados fueron: Uso correcto

de herramientas financieras (tarjeta de débito, tarjetas de crédito), endeudamiento saludable, planificación de metas, presupuesto proyectado, y en la segunda oportunidad tocaron temas de cómo hablar del dinero en conversaciones familiares, elaboración del menú semanal, parámetros para realizar la lista del supermercado, Presupuesto personal y familiar. Por último se conversó sobre formas inteligentes de hacer crecer los fondos y que estos trabajen para uno.

En total participaron de este programa 187 colaboradores.

Coaching Financiero Personalizado

Se ofreció a colaboradores el servicio de coaching financiero personalizado para lograr sus metas financieras personales y familiares. Cada encuentro entre el coach y el colaborador fue por plataforma virtual, complementado en los intervalos por contactos telefónicos. Los colaboradores podían participar del servicio acompañados de sus respectivas parejas.

Los temas abordados fueron: “Metas Financieras”, “Presupuesto Familiar”, “Potencial de Mejora”, “Proyección de Mejora”, “Diversificación”.

Se presentó el servicio en dos opciones,

Programa Completo y Programa Corto, de 6 y 3 meses respectivamente. El Programa Corto incluyó exclusivamente el punto “Diversificación”.

Al servicio fueron inscriptos en total 65 personas, el desarrollo de este servicio finaliza en marzo de 2021.

Cientes (G4 FS16) (ODS 1.4)

Buscamos que en la manera de conversar con nuestros clientes, esté presente una correcta orientación financiera y trabajamos para que las comunicaciones incluyan informaciones adecuadas al respecto. Las 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, así como también por una Economista aliada Gloria Ayala Person. En ambos casos, se proporcionan orientaciones y herramientas para mantener ordenadas las finanzas personales y familiares.

Para esto, los colaboradores son capacitados en contenido de educación financiera, a través de espacios de formación en formato virtual, en 2020 han participaron 88 personas de estos entrenamientos (G4 FS15) (ODS 10.5). Los temas de estas charlas presentadas a nuestros clientes son “Consumir y ahorrar”, “Salir del rojo”, “Usá bien tu dinero” y “Familia y Dinero”. En 2020 fueron realizadas 11 charlas dentro del Programa Multiplicadores y 23 charlas de Manejando mi dinero, donde participaron más de 2.265 personas de 116 empresas clientes.

En el año 2020, fueron desarrolladas

34
charlas llegando a
2.265 personas.

72.990
clientes son impactados con charlas
y orientaciones de uso consciente del
dinero desde el año 2008.

116
empresas beneficiadas

El 99% de los clientes participantes
de estos encuentros considera que
el contenido expuesto, les provee
herramientas útiles para tomar
decisiones financieras personales en
su día a día.

Sociedad (G4 FS16) (ODS 1.4)

Redes sociales

Este año a través de la aceleración digital y con el contexto Covid, creamos encuentros a través de nuestras plataformas digitales como el canal de Youtube, en donde propusimos al público en general charlas con temas relacionados a finanzas, en estas conversaciones aprendimos con el público a usar mejor los productos financieros, derribar mitos y conocimos nuevas formas de aprovechar mejor los servicios financieros, además de desafiarnos al ahorro a través de estos espacios. En las plataformas virtuales, somos acompañados por expertos en estos temas, como las economistas Guagua Rufinelli, Daisy Abente de Superarte y Gloria Ayala Person.

Cada charla en vivo se da de manera interactiva permitiendo a las personas consultar en línea a medida que la transmisión se va realizando, los encuentros se dieron una vez a la semana en horario de la tarde.

Los temas que tocamos en 2020 fueron “Economía Doméstica”, “Preparate para

ahorrar”, “Cómo hablar de dinero con tus hijos”, “Lo que debo tener en cuenta para emprender” y “Cómo lograr una mentalidad de prosperidad”.

En 2020, tuvimos un total 1.252 visualizaciones desde la plataforma de Youtube de Itaú Paraguay con un promedio de interacción de al menos 4.5 de los participantes en base a consultas. Animamos a todos a seguir a estos canales y aprender más juntos.

Sitio “Uso consciente del dinero”

Este micro-sitio que se encuentra ubicado en la página web del Banco (www.itaui.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, proporcionando 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.

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 2020, participamos de 3 encuentros de planificación de actividades, en donde se estableció un cronograma de encuentros realizados en el año para incentivar la concientización a través de las redes sociales y plataformas digitales.

La revolución digital, son el acceso a los datos que ha acelerado la pandemia, a pesar de la crisis financiera, trae una nueva visión más positiva de trabajo, de compartir agendas, buenas prácticas y aprovechar la digitalización. El camino es seguir contribuyendo para que estos cambios ocurran, el ODS 17 “Alianza para lograr los objetivos” refleja nuestro propósito de estimular el poder de transformación de las personas, trabajar en equipos nos permiten aportar soluciones integrales al desarrollo sostenible e incluso impulsar cambios sistémicos en las normas sociales, los mercados y las políticas públicas.

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, realizamos posteos desde nuestras páginas en redes

sociales para fomentar la concientización sobre este tema en el mes de marzo y abril, sobre temas relacionados a el ahorro, presupuesto y planificación de finanzas.



Gestión de proveedores

¿Por qué este tema es material?

Los proveedores de bienes y servicios tienen un papel fundamental en nuestra cadena de valor, es por ello que su buen desempeño repercute y se ve en cada una de nuestras actividades, por esto el vínculo adquiere importancia en nuestra tarea de lograr la satisfacción de los clientes.

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 2020, mantuvimos activas a 946 empresas que proveyeron algún bien o servicio al Banco en el periodo. En total fueron desarrollados 209 procesos de contratación y fueron pagados Gs. 441.212 millones, lo que representó una disminución del -3,5% en comparación al nivel de pagos a proveedores en 2019. Con mucha satisfacción podemos decir que, del total pagado, el 97,6% fue destinado a proveedores locales.

Indicador	Año 2020	Año 2019	Año 2018
Proveedores activos ¹⁹	946	1.064	924
Proveedores homologados administrativamente	1.908	1.789	1.677
Procesos de contratación	209	336	262
Pago a proveedores en Gs (no incluye impuestos).	441.212.927.507	457.158.899.879	378.529.464.307
Porcentaje de pagos que corresponde a proveedores locales ²⁰ . (GRI 204-1)	97,60%	97,80%	98,00%

Políticas de relacionamiento con proveedores

Política de Evaluación de Proveedores

Esta directriz clasifica a los tipos de proveedores del Banco mediante los procesos de evaluación y se define según lineamientos para evitar situaciones de conflictos de interés.

Política de Compras

Esta política dirige nuestra relación con proveedores y sobre el proceso de contratación dentro de la organización. 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 esta sección se indican dos frentes principales de gestión en la relación con nuestros proveedores.

- 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)

Todas 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.

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 una herramienta de “Riesgos por ramo de actividad”, dentro de la Política de Evaluación de Proveedores, que asigna un tipo de riesgo a diferentes servicios que recurrentemente son contratados y productos que son comprados, los cuales hacen posible identificar proveedores que operen de acuerdo a las medidas de dicha herramienta.

19 Se considera proveedor activo, a aquella empresa que haya proveído algún servicio o producto en el año en cuestión.
20 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. (ODS 8.7)

Procesos de compra

Las contrataciones se realizan mediante condiciones contractuales ²¹, 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 2020, fueron llevados a cabo 209

procesos de contratación, 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 del trabajo; v) la tenencia de licencias ambientales según el rubro de la empresa proveedora y; vii) la capacidad del servicio postventa. (GRI 102-9)

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.

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.

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 2020 se iniciaron 48 concursos de compras a través del nuevo sistema de compras y portal de proveedores. 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

Durante el 2020, fue desarrollada la iniciativa Compromiso de proveedores con la niñez y adolescencia, iniciada en 2019.

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. Además de ello estas empresas están siendo formadas en otros temas como sostenibilidad, gestión de personas dentro de la empresa, entre otros. 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, dentro del plan cada empresa elabora planes de acción y recibe capacitación. **(ODS 8.7) (ODS 16.2)**



Ciudadanía corporativa



¿Por qué este tema es material?

Buscar estimular el poder de transformación con cada grupo que nos relacionamos y así poder lograr transformaciones positivas es el propósito de nuestra marca. La intención de Itaú de impactar positivamente 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.

Cada una de las iniciativas emprendidas y apoyadas en pos del desarrollo de la sociedad, a través de nuestra inversión social, es lo que llamamos ciudadanía corporativa. Ésta incluye acciones con la comunidad, en alianza y coordinación con organizaciones de la sociedad civil e instituciones públicas; también contempla los compromisos voluntarios asumidos por Itaú.

Un brazo importante de esta ciudadanía corporativa, son nuestros colaboradores, cada uno de los voluntarios que actúa a través de los programas de voluntariado relacionados a las causas de educación, cultura, inclusión de personas con discapacidad y emprendimiento.



Relacionamiento con la sociedad

Dentro de nuestra Política de Sustentabilidad de Itaú Paraguay se definen las directrices que guían la forma en que nos relacionamos con la sociedad y con las comunidades en torno a nuestros centros de operación. La sociedad forma parte de uno de los públicos con quienes nos relacionamos, a través de las siguientes definiciones:

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 tema en la sociedad y;
4. Estimular el trabajo voluntario en beneficio de la misma.

Alcance de la inversión social

Nuestra inversión social destinada al desarrollo y la promoción de iniciativas que fortalezcan nuestros nexos con la sociedad, se hace efectiva a través de la ejecución de los presupuestos y esfuerzos entre el banco y la Fundación. En 2020, mediante la adecuada gestión de estos recursos y alianzas con diferentes organizaciones impactamos a más de 779.000 personas de 80 localidades del país. En el 90% del total de localidades en las que el Banco cuenta con centros de operaciones²², tuvimos al menos una iniciativa, cubriendo de esta forma los 17 departamentos del país con iniciativas socioculturales.

Gs. 7.732 MM ²³
de inversión social privada.

779.851
personas a través de plataformas digitales
80 localidades del país fueron alcanzadas
directa o indirectamente con las acciones.

48

iniciativas impulsadas, en temas relacionados a educación, cultura, arte, liderazgo, inclusión, niñez y adolescencia, y medio ambiente.

42

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 ²⁴(ONU), cuyo horizonte de cumplimiento es el año 2030. **(ODS 17.16)** Nuestra participación dentro de la Red del Pacto Global Paraguay, representa el compromiso del Banco sobre la relevancia de esta agenda.

Creemos firmemente en el valor del trabajo en alianzas con miras a lograr el desarrollo de nuestro país, por lo cual estamos presentes en distintos foros para compartir prácticas y tomar aprendizajes. 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, participamos de talleres y charlas propuestas desde las mesas.

• Empresa Amiga de la Niñez (ODS 8.7)

desde el año 2015 nos constituimos como una “Empresa Amiga de la Niñez”, a través del reconocimiento otorgado por la organización Global Infancia, organización especializada en los Derechos de la Niñez y la Adolescencia. La distinción resulta de la revisión de los planes y políticas de la

²² 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)

²³ El valor de la inversión incluye impuestos.

²⁴ Este Reporte de Sustentabilidad, se constituye como la séptima Comunicación de Progreso desde nuestra adhesión al Pacto Global.

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)

Los principios que componen este reconocimiento están disponibles en www.empresayninez.org.py.

A lo largo de 2020, mantuvimos el foco en nuestra cadena de 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.

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.

Participaciones (GRI 102-13)

El involucramiento del banco a través de las participaciones y membresías que

mantenemos en otras organizaciones representan una de las formas por las cuales trabajamos con miras hacia el desarrollo sostenible, nos permite avanzar en la construcción de condiciones y las mejores prácticas de mercado más beneficiosas para todas las partes interesadas. (ODS 17.17)

Voluntarios Itaú Unibanco

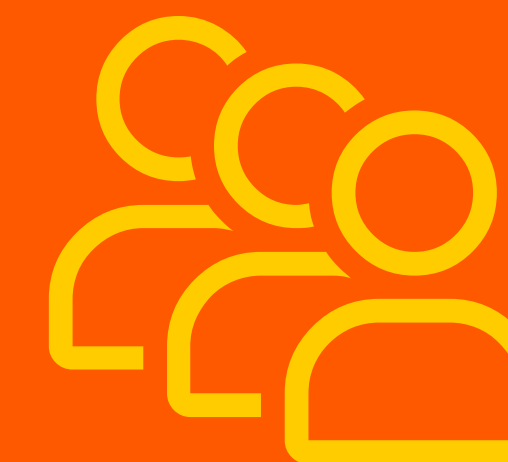
Este espacio es el programa de voluntariado corporativo coordinado por el Banco y la Fundación Itaú, ofrece a los colaboradores opciones de servicio, vinculadas con causas que adoptamos en educación, uso consciente del dinero, emprendimiento e inclusión de personas con discapacidad.

En 2020, el programa que ha sido realizado en formato digital por la pandemia, ha sido Leé para un niño y Teletón, en este contexto los demás programas fueron mantenidos en su contenido para ser aplicados en años posteriores, donde podremos activar nuevamente en distintas localidades.

Todos los programas están vinculados a nuestro propósito 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.

Queremos y buscamos apoyar la generación de 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.



• **Leé para un niño.**

Mediación de lectura de libros de cuentos con niños y niñas (ODS 4.2). En 2020 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 2020, fueron beneficiados 75 niños y niñas de 3 a 5 años de edad, de la Fundación Casa Cuna (Asunción) a través de la intervención de 68 voluntarios entrenados como mediadores de lectura. En total, fueron más de 80 horas de mediación. Asimismo, se realizó la entrega de kits con libros y materiales didácticos. (ODS 4.2)

68
Voluntarios

Leé para un niño

272
horas de trabajo

75
personas impactadas



• **Teletón. Cada Impulso Cuenta.**

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 neuromusculares. (ODS 10.2)

A lo largo del año, estas son las principales acciones realizadas en las que participaron colaboradores voluntarios del Banco:

+800
Voluntarios

Teletón

+5
sucursales abiertas

+ 100
familias trabajando desde sus casas y en oficinas

+ 2.100
horas de trabajo

+ 2.200
Personas impactadas

• **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, Paraguari y Minga Guazú. Durante la Teletón de 2020, el Banco mantuvo habilitadas varias sucursales y puestos Itaú Express. Este año apuntamos a una maratón 100% digital donde los colaboradores de Itaú participaron en modalidad virtual, a través de sus redes sociales, familias y amigos, invitando a las personas a unirse a la causa, quienes asumieron diferentes funciones para ayudar a la recaudación, centros de monitoreo y control. El compromiso de nuestros colaboradores a través de su trabajo voluntario es lo que nos permite ser el banco de Teletón. Solo a través de los voluntarios es posible habilitar nuestros canales de recaudación, este año particularmente especial en donde todo se realizó de manera digital, los equipos se reinventaron para poder llegar a toda la comunidad a través de canales digitales. La plataforma 24 horas del Banco y la App de Itaú Py fueron los principales protagonistas a través de los cuales los clientes podrían

realizar sus donaciones, también el servicio de atención al cliente telefónico y la red de cajeros automáticos fueron habilitados. En 2020, la Maratón logró la recaudación de Gs. 9.326.669.026

• **Corrida Virtual.** Para impulsar y acompañar el evento del Teletón se realizó además una corrida virtual, donde la ciudadanía podía sumar a través de los kilómetros que recorría, en 2020 se recorrieron + de 2000 kilómetros que sumaron a la recaudación de este evento, el banco realizó una donación adicional llegando a la meta de los 2.000, que consistieron en 500 atenciones a las familias de Teletón.

Además de la corrida, también incentivamos el uso de los canales digitales, a través de un sorteo de 3 celulares Samsung Galaxy, entre todos los clientes que utilizaran estos canales.

• **Comilona.** El evento de Comilona en 2020, consistió en donaciones directas realizadas por la ciudadanía a través de nuestros canales digitales para el mantenimiento de los Centros de rehabilitación y a la vez

ayudar a comedores sociales de Asunción y a ollas populares de Alto Paraná, estos eventos que consistían en ferias de gastronomía en las que también se recaudan fondos para la Fundación Teletón también migraron al formato digital, este año se recaudó Gs. 1.010.443.514

Otras iniciativas

Donaciones

• **Campaña Interna “Juntos para ayudar”. Acciones que generan grandes impactos. (ODS 1) (ODS 2) (ODS 10) (ODS 17)**

Ante el contexto de pandemia de COVID-19 realizamos una campaña interna de donación en conjunto con la Fundación con el objetivo de entregar kits de alimentos e higiene a la Fundación Casa Cuna, Fundación El Cántaro y la Fundación Jesuitas por USD. 40.000. Sumando aportes del banco y con donaciones de colaboradores logramos beneficiar a más de 2.550 familias vulnerables por medio de esta campaña.

Además, se contemplo una colecta de abrigos entre colaboradores, con la cual se entregaron 600 prendas que comprenden

ropas, calzados y abrigos para niños y adultos a la Organización Internacional para las Migraciones con el propósito de contribuir con las acciones de asistencia humanitaria y acompañamiento a las personas migrantes y a paraguayos que retornaron ante la pandemia.

• **Nuestra contribución para la sociedad por la pandemia**

Desde nuestro propósito de estimular el poder de transformación de las personas, somos conscientes de que no podemos estar ausentes en contribuir con la sociedad en los esfuerzos e impactos ante esta pandemia. Por esto en 2020, hemos realizado donaciones de insumos médicos a hospitales y al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social. En una primera etapa realizamos donaciones a 5 hospitales cercanos a nuestras sucursales con batas, mobiliarios e insumos. Realizamos una entrega al Ministro Julio Mazzoleni de más de 120.000 insumos médicos, llegando a un total de 156.000 dólares americanos.

Con la Campaña “Juntos para ayudar” sumamos USD. 200.000 de aporte directo de Itaú como contribución a la sociedad en el

contexto de la pandemia, para la compra de insumos médicos y víveres.

- **USD 200.000 de donaciones**
- **120.000 insumos médicos**
- **5 hospitales beneficiados**

Redes sociales: los perfiles del Banco en redes sociales, como Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y Twitter, son otros canales efectivos y dinámicos para estar en contacto con nuestros clientes. En 2020, atendimos 21.139 contactos a través de estas plataformas (25% más en comparación a 2019). En el año 2020 fueron atendidos 15.906 contactos a través de las plataformas de redes sociales.

Paseo del Recuerdo. San Bernardino

La instalación donada por Itaú a la ciudad de San Bernardino en 2019, 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 desde el 2020 por aproximadamente 1.500.000 personas.

Concurso de fotografía digital “Atardecer en Paraguay”

En el año, tuvo lugar la sexta 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 Espósito y Elton Núñez. 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 las de ediciones anteriores, se encuentran disponibles en www.atardecerenparaguay.com

Además de la activación del Paseo del Recuerdo y el Concurso de atardecer, también interactuamos con las personas a través de distintas campañas:

• **Campañas Madres y Padres**

Festejamos 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**

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.

• **Contenido sobre iniciativas del Banco en LinkedIn**

A través de esta canal, damos a conocer y compartimos buenas prácticas diarias de una manera frecuente y diseminando las tendencias en el mundo corporativo a través de la participación de los miembros del Comité Ejecutivo y colaboradores del Banco. Contamos con 42.000 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.

Reporte de Sustentabilidad 2020

• 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 de periodo de pasantía, tiene la posibilidad de participar de procesos de selección para cubrir puestos en la empresa. En 2020, participaron del programa 41 estudiantes.

• Colegios:

Debido al contexto de la pandemia Covid 19, en el 2020 este programa no se realizó de manera presencial, cuidando las medidas sanitarias y protegiendo a cada uno de los colaboradores, fueron recibidos 15 postulantes para el programa de pasantías que fueron evaluadas para el periodo 2021.

Otros apoyos

En 2020, aportamos al sostenimiento y la realización de actividades específicas en las siguientes organizaciones: Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Paraguay,

Fundación Banco de Alimentos y el Rotary Club de Encarnación.

Relacionamiento con la Prensa

La prensa es uno de los públicos que tiene papel destacado en la reputación de Itaú, y además nos permite a través de diferentes canales rendir cuentas a toda la sociedad de las diferentes iniciativas que llevamos, y sobre diversos asuntos.

Por esto, consideramos fundamental consolidar y mejorar las relaciones con los periodistas de forma ética y transparente.

En 2020, 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, en el año son realizados eventos de Reportes a nivel Macro Latam de Itaú, donde se comparten datos relevantes que tienen que ver contexto y escenario

económico vivido en el momento, además de las las proyecciones macroeconómicas a nivel país y de la región.

Estos espacios nos ayudan a seguir trabajando en la mejor manera de comunicar junto con la prensa y poner a disposición del público información de manera íntegra y transparente.





Fundación Itaú

Queremos ser protagonistas de los cambios

Acompañar los cambios de nuestra sociedad e impulsar transformaciones positivas, nos abren la posibilidad de imaginar futuros diferentes con iniciativas y proyectos que acompañamos. Nuestras causas son las guías que nos invitan a repensar los proyectos y cambios que queremos ver en la sociedad, y cómo podemos acompañar cada uno de ellos de manera que la sociedad también imagine y sea parte de un futuro diferente para nuestro país, y además puedan a través de nosotros encontrar herramientas que le permiten llegar a él.

La educación y la cultura nos brindan un sinfín de oportunidades para explorar, soñar y crear el país que queremos. En 2020, nos involucramos en diferentes proyectos que nos permitieron transformar realidades y ser protagonistas.

Composición del Directorio de la Fundación Itaú

- **Presidente:** José Brítez (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Vice-Presidente:** Norma Prantte (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Secretario:** Rodolfo Ricci (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Tesorero:** Alfredo Palacios (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Directores:** Angela Dannemann (Fundación Itaú Social Brasil), Gustavo Spranger (Banco Itaú Paraguay S.A.) y Nicolás García del Río (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Síndico Titular:** Patricia Torrents (Banco Itaú Paraguay S.A.)
- **Síndico Suplente:** Pablo Lu (Externo. Mersan Abogados)
- **Directora Ejecutiva:** Magali Caceres (Fundación Itaú Paraguay)

Un año que nos trajo muchos aprendizajes sin duda, pero que nos impulsó a seguir transformando, que representó múltiples desafíos, una pandemia mundial, junto con la responsabilidad de seguir construyendo y aportando a la sociedad, buscando nuevos caminos y manera de hacer las cosas mejor, revisar lo que estamos haciendo para poder seguir aportando a soluciones que queremos ver en nuestro país.

Desde la Fundación Itaú Paraguay, nuestro compromiso con la sociedad estuvo más vigente que nunca. En 2020, seguimos apostando por la educación y la cultura a través de diversos programas y proyectos de impacto, en alianza con organizaciones de la sociedad civil.

Los niños y jóvenes abandonaron las aulas para adentrarse a las plataformas digitales, situación que evidenció diversas carencias en torno al acceso a la educación en nuestro país. El cine, el teatro, los museos, las presentaciones y exposiciones fueron cancelados en un entorno de incertidumbre; que obligó a artistas a reflexionar acerca del poder que tiene el arte para subsistir en los tiempos más difíciles y repensar cómo seguir creando aún en la adversidad. Estas y otras circunstancias, nos impulsaron a trabajar comprometidos con el sostenimiento de proyectos culturales y educativos, repensados y reestructurados conforme a la nueva realidad por la emergencia sanitaria.

Creemos que la colaboración ha sido el valor que mantuvo unida y fortalecida a la sociedad. En ese sentido, renovamos alianzas con organizaciones de trayectoria, creamos nuevos convenios y apostamos por el fortalecimiento de éstos. Además de los proyectos, potenciamos nuestras acciones asistiendo a familias vulnerables de distintas ciudades del país con la entrega de más de 1.550 kits de alimentos a través de organizaciones aliadas.

Banco Itaú Paraguay, en conjunto con la Fundación, están guiados por el propósito y asumen un compromiso con el país, el cual en este contexto, más que nunca, se encuentra presente en cada iniciativa llevada a cabo en los esfuerzos en conjunto por lograr cambios positivos en nuestra sociedad.

Gs. 3.050.561.306

invertidos por la Fundación Itaú.

47%

de la inversión en 9 iniciativas de Educación y
53% en 26 iniciativas de Cultura.

En 2020, llevamos a cabo estas iniciativas 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 que apalacan además la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Educación

Creemos en la educación como la herramienta que nos da la posibilidad de soñar, explorar, aprender, crear y construir el país que queremos.

• **Asociación “Juntos por la Educación”.**
La Educación como bien público. (ODS 4)
(ODS 17)

Juntos por la Educación es una organización

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.

En el 2020, el Observatorio Educativo Ciudadano, en un contexto de gran incertidumbre, asumió un rol fundamental para el acceso a datos e informaciones y generación de espacios de diálogo y reflexión sobre las implicancias de las medidas sanitarias en la continuidad de los aprendizajes. Logró un alcance de 700.000 personas en redes sociales. Se produjo un libro de investigación, 38 artículos, 12 informes especiales y 54 eventos durante el 2020.

• **Programa Leé para un Niño**
Cuando leemos para la infancia le damos la oportunidad de imaginar y buscar el futuro que quiera. (ODS 4) (ODS 10)

El proyecto “Leé para un niño” es el emblema del voluntariado de Itaú sobre la mediación de la lectura para la infancia. En el 2020, nos aliamos nuevamente con

la Fundación Casa Cuna para trabajar en conjunto con su comunidad de la sede 1. El objetivo primordial es contribuir al desarrollo pleno de la infancia, por medio del desenvolvimiento de la atención, la concentración, la memoria y el raciocinio como herramientas que los lleve a explorar su potencial al máximo.

68 voluntarios de Itaú participaron del programa, con la lectura de cuentos a 75 niños de las salitas Roja y Verde. Asimismo, se realizó la entrega de kits con libros y materiales didácticos.



• **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 Proyecto Poravé busca incidir en la calidad

de la educación de niños y niñas del pre-escolar hasta el sexto grado, a través de la enseñanza de la lectoescritura debido al cese de las actividades educativas. Fueron entregados materiales educativos como una forma de apoyo pedagógico a la institución educativa. En total 148 estudiantes que no contaban con acceso a internet fueron beneficiados.

El proyecto “Emprender mi Vida Joven” busca propiciar en los adolescentes experiencias sobre cooperación, trabajo en equipo y desarrollo de capacidades personales en adolescentes del séptimo grado al tercero de la media para ayudar a los mismos en la orientación de un plan de vida personal y profesional. En el 2020 el proyecto fue ejecutado en el Colegio Técnico Nacional Arquitecto Tomás Romero Pereira de la ciudad de San Antonio beneficiando además con kits alimenticios a 94 familias.

• **Ambiente protegido: Inserción Cultural y Expresión Artística – ICEA. 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, Inserción Cultural y Expresión Artística facilitó talleres para adolescentes y jóvenes de 13 y 17 años de edad de sectores vulnerables para promover el arte, el emprendedurismo y la lectoescritura con miras a una cultura de paz. El proyecto llevó a cabo el plan previsto inicialmente con talleres extracurriculares realizados a través de la radio y por medio de la entrega de cuadernillos a los adolescentes.

• **“Aprendiendo en casa”. Plan Internacional Paraguay. Por una infancia con más oportunidades** (ODS 1) (ODS 3) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Aprendiendo en casa se desarrolló en cuatro comunidades del Departamento de Guairá para contribuir a mejorar las condiciones en área de educación y protección de niños y niñas en situación de emergencia ante la emergencia COVID-19. La estimulación temprana en la primera infancia es fundamental para constituir la base que facilita el aprendizaje

en la educación primaria.

• **Jotopa. Fundación La Salle. Oportunidades de formación para jóvenes** (ODS 1) (ODS 8) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Jotopa buscó reforzar la cohesión social y el fortalecimiento del tejido social rural, así como arraigar a la juventud de la población de Capiibary, Departamento de San Pedro. Para ello, La Fundación La Salle Paraguay desarrolló talleres de electricidad y maquillaje, con entrega de kits de herramientas a los participantes. Jotopa se ha constituido como un espacio de contención para los jóvenes, trabajadores informales, personas que no han culminado sus estudios secundarios y jóvenes de las comunidades campesinas.

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 9) (ODS 10)

En alianza con la Fundación Arranco

trabajamos en el acompañamiento familiar y en estrategias para el desarrollo de capacidades y competencias como medida de apoyo a la inclusión educativa en el contexto del COVID-19. La Fundación se especializa en atención a niños, niñas y adolescentes con discapacidad intelectual focalizándose en su desarrollo integral y su inserción socio-educativa.

• **Empresa Social Candela. Un camino hacia la inclusión laboral.** (ODS 1) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10)

En alianza con Candela logramos desarrollar un proceso de acompañamiento integral y de constante aprendizaje experiencial que permitió desarrollar, investigar, compilar y crear distintos materiales pedagógicos para llevar a cabo sesiones virtuales y de esta manera aminorar el impacto del aislamiento en el proceso de personas con discapacidad. Candela, empresa social de inclusión, busca promover la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual (PDI) en empresas y organizaciones.

• **ALDEAS SOS de San Ignacio y Hohenau. Reduciendo barreras.** (ODS 3) (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Este proyecto busca fortalecer a las familias

y contribuir con el desarrollo integral de niños y niñas. Para este fin, 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 con el proyecto “Inclusión social educativa y artística” y a la Aldea de Hohenau con el proyecto “La musicoterapia como herramienta para desarrollar la resiliencia en niños, niñas y adolescentes”. En total fueron beneficiados 130 niños, adolescentes y jóvenes – adultos.

• **DENIDE. Fortalecimiento institucional del DENIDE en contexto COVID-19.** (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto “Fortalecimiento institucional del DENIDE en contexto COVID-19” buscó fortalecer institucionalmente al DENIDE en su llegada a los usuarios y sus familias a través de la entrega de kits de alimentos. Por otro lado, fue realizado un diagnóstico sobre la situación actual del DENIDE para generar recursos orientados a la obtención de insumos para la Planificación Estratégica 2021 – 2026.

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.

- **“Emergentes” fondos para el arte. Una plataforma de despegue para el arte emergente.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11) (ODS 17)

El proyecto se consolidó en el 2020 con los Fondos para el Arte y los Laboratorios de Formación, con ocho iniciativas apoyadas en tres categorías: artes visuales, música y artes escénicas.

Además de la creación de Sobrevivientes, una serie transmedia de conversaciones y espacios de reflexión con artistas acerca de la problemática en torno a la situación de pandemia.

Más de 23.000 personas alcanzadas a través de las redes.

Artes visuales

- **Fundación El Cántaro. El arte como lazo vinculante y herramienta transformadora de mentes y realidades.** (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

La alianza con la Bio-escuela Popular el Cántaro tiene 13 años de trayectoria con actividades ininterrumpidas como talleres, actividades culturales y una mediateca comunitaria que beneficia a niños, jóvenes y adultos de Areguá. Nuestro apoyo ha posibilitado la reorganización de talleres y de programas y el fortalecimiento del equipo de trabajo. En 2020 se desarrollaron talleres en formato virtual, préstamo de libros de la biblioteca, producción de videos cuenta cuentos y la estimulación de la literatura en niños a través de concursos de micro relatos. Más de 5.500 personas alcanzadas en redes sociales.

- **Centro Cultural de la Ciudad Carlos Colombino “Manzana de la Rivera”. La cultura como un espacio vivo.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10)

La alianza con el Centro Cultural en el 2020 permitió la realización de más 40

presentaciones artísticas virtuales a través de la iniciativa NDE ROGAPE. El alcance en redes sociales superó las 440.000 personas.

El Centro Cultural consiste en un espacio ciudadano abierto a artistas, realizadores y a la ciudadanía en general para encuentros culturales, recreativos y de reflexión. El mismo, es una conjunción de varios espacios, donde se expresa y difunde a la ciudadanía diversas manifestaciones de la cultura viva contemporánea constituyéndose en un emblemático complejo cultural concebido desde y para la ciudad.

- **“Decamerón y otros poemas: acerca de la desobediencia en Ricardo Migliorisi” – Fundación Carlos Colombino. Una visión contemporánea del arte en Paraguay.** (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

Nuestra alianza con la Fundación Carlos Colombino permitió la realización de “Decamerón y otros poemas: acerca de la desobediencia en Ricardo Migliorisi”, una exposición que buscó activar distintas estrategias que establecen vínculos entre espectadores y el universo de uno de los artistas visuales más importantes del Paraguay, Ricardo Migliorisi. Este

acercamiento fue propiciado a través de obras de varios artistas, objetos de diseño, indumentaria escenográfica, intervenciones performativas de danza y Drag Queen, y literatura en línea.

El acercamiento al universo de este artista fue facilitado mediante recorridos virtuales, contenidos y presentaciones transmitidos en línea. A través de las redes sociales, se logró impactar de forma directa a 1.300 personas.

- **Centro de Artes Visuales Carlos Colombino “Museo del Barro”. Una visión contemporánea del arte en Paraguay.** (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

Nuestra alianza con el Museo del Barro permite el sostenimiento de este como ícono de la cultura paraguaya y un orgullo de la ciudad de Asunción.

El Centro de Artes Visuales Museo del Barro abre una escena en donde se exponen, principalmente, las diversas expresiones visuales del Paraguay e Iberoamérica y se manifiesta el carácter pluricultural y multiétnico del país. El Arte Indígena y el Popular son considerados en pie de igualdad con respecto al llamado Arte Erudito.

• **Fundación Migliorisi. Conservación, difusión y promoción del arte y el diseño.** (ODS 4) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Promoción del arte contemporáneo y de acervos de la Fundación Migliorisi mediante exposiciones, adecuación de espacios de conservación y programas en línea de educación y memoria institucional. Llegó a más de 1.100 personas a través de redes sociales.

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.

• **Contar el Arte. Fundación TEXO. Espacios de conversación para el arte.** (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

Esta alianza nos permite aumentar la conversación en torno al arte contemporáneo, generar audiencia que consume arte y creatividad paraguaya, así como dejar un legado con entrevistas y materiales bibliográficos a referentes. Contar el arte es un programa transmedia de la Fundación Texo que busca contribuir

a la conversación en torno al arte contemporáneo en Paraguay a través de seminarios y entrevistas abiertas con referentes del arte. El alcance total en redes superó 3.200 visualizaciones.

• **Centro Cultural del Lago. Saliendo del molde.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Saliendo del Molde expuso a través de las redes sociales las obras de más de 30 artesanos aregüeños, facilitando de esta forma la conexión con el público en general y la exposición de sus trabajos. Se logró el alcance a más de 4.000 personas en redes sociales.

El Centro Cultural del Lago es un espacio que contiene y promociona diferentes manifestaciones artísticas; principalmente el arte de la cerámica, de los pueblos originarios, el arte popular, el arte naif, el cine y la fotografía. Busca la puesta en valor, la promoción y la investigación del arte popular, producido en Paraguay y más específicamente en Areguá.

• **Laboratorio Ilustrado. Espacios creativos de ilustración.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10)

El proyecto Laboratorio Ilustrado facilitó espacios creativos con actividades que permitieron, desde la ilustración y el diseño, la experimentación para la creación de arte. En el marco del proyecto, una videoconferencia magistral fue dictado, por profesionales, abordando el tema de los cinco pasos en el proceso de construir identidad reuniendo además a la comunidad de ilustradores de Asunción y alrededores.

• **Nuestra artesanía para colorear – Fundación Carlos Pusineri / IPA. Apoyo y difusión de la artesanía paraguaya.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Este proyecto pone en valor la artesanía nacional y a sus actores claves teniendo como componente transversal la educación, investigación, promoción del turismo y el comercio justo. De esta manera, en el 2020 se elaboró un material didáctico con contenido sociocultural, dirigido a la primera infancia, como así también la realización de 3 talleres de sensibilización y aprehensión de la artesanía dirigido a niños y niñas en el contexto de las ferias del IPA.

Música

• **“Asunción a voces” de Cantarte. La música vocal generadora de comunidad.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10)

El proyecto “Asunción a Voces” es un festival que difunde y capacita sobre la belleza y los beneficios del canto, sobre todo en el canto grupal. Este festival, edición tras edición, se ha ido constituyendo en un referente en la enseñanza, la difusión, apreciación del canto y la música vocal como medio de integración social, expresión artística y cultural a favor del desarrollo integral de las personas. En el 2020 Asunción a voces desarrolló una plataforma digital de enseñanza sobre el canto, con materiales didácticos dirigidos a alumnos, profesores e interesados en general.

• **Suena Paraguay. Asociación Tierranuestra. Potenciando liderazgos y comunidades ambientalmente activas.** (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 6) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11) (ODS 12)

Nuestra alianza con la Asociación Tierranuestra contribuye a mejorar la calidad de vida de niños, niñas y jóvenes a través de la música como instrumento motivador y

transformador. De esta manera, el proyecto Suenar Paraguay, en el marco del Programa Sonidos de la Tierra e implementado con el apoyo de la Fundación Itaú, busca potenciar liderazgos y comunidades ambientalmente activas mediante el poder transformador de la música.

• **“Jeporeka” con Berta Rojas. Espacios de aprendizaje en composición y arreglos musical.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10)

Por medio de nuestra alianza con la Maestra Berta Rojas el proyecto Jeporeka brindó a jóvenes talentos espacios de aprendizaje en el campo de la composición y arreglos, a cargo de los maestros argentinos Popi Spatocco, Carlos “Negro” Aguirre, la dirección artística a cargo de Pinchi Cardozo Ocampo y de nuestra prestigiosa Berta Rojas, una de las mejores guitarristas clásicas del mundo, a través de conferencias, clases, trabajos en grupo, conciertos, entre otras actividades que impulsaron el nacimiento de nuevas obras musicales.

65 compositores, cuyas edades oscilan entre los 15 y los 35 años de edad, participaron del concurso en el que los maestros tuvieron a su cargo la elección de los 11 seleccionados de la primera edición Jeporeka. Los materiales producidos alcanzaron más de 16.000

reproducciones.

• **Orquestas de la Ciudad de Asunción. La música como lenguaje universal que moviliza culturas.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Nuestra alianza con la Sociedad Filarmónica de Asunción permite el acercamiento del arte musical a las personas, mediante conciertos en diferentes formatos en el principal coliseo de la ciudad de Asunción, el Teatro Municipal.

En el 2020, estos conciertos y programas fueron desarrollados a través de las plataformas digitales que potenciaron aún más su llegada al público nacional e internacional. La audiencia y el alcance en redes superó los 46.000 espectadores.

• **Festival Internacional de Cuerdas. Un encuentro para reafirmar la identidad regional.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)

Nuestra alianza con el guitarrista y profesor Victor Kruger, creador e impulsor del festival de cuerdas de Hohenau permitió la realización de la 13° edición de este Festival, que tiene el propósito de reivindicar la cultura universal a través de la música de cuerdas. En el marco del evento se

desarrollaron clases magistrales para promover el valor de la guitarra como instrumento.

• **Drácena en línea. Música participativa e interactiva que borra fronteras entre artistas y audiencias.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 11)

Nuestra alianza con el músico y profesor Sebastian Ramírez, permitió la realización de Drácena en Línea, proyecto que consistió en la realización de materiales inéditos en formato audiovisual de una amplia variedad de artistas de distintos géneros, la publicación de materiales audiovisuales de registros de conciertos realizados en años anteriores que nunca habían sido publicados y la realización de talleres semanales, incluido una serie de entrevistas didácticas sobre la batería en la polka paraguaya junto a grandes referentes nacionales. 103 artistas fueron beneficiados de forma directa y 700 personas de forma indirecta.

• **Tutoriales de Luthería. La luthería, patrimonio intangible de cultura.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 11)

Nuestra alianza con la Escuela Taller Borja contribuye al rescate de la cultura luthier. El proyecto tiene por objeto la recuperación,

reactivación y difusión del patrimonio cultural de la luthería en nuestro país mediante la transmisión intergeneracional, desarrollando de la mano Borja Luthiers. En el año 2020 fueron desarrollados tutoriales de luthería sobre el lustre y la reparación de guitarras. Estos materiales se encuentran disponibles en el canal de YouTube de Borja Luthiers. Los tutoriales superaron más de 1.000 reproducciones.

• **Planea Música con Lucas Toriño. Desarrollo profesional del sector musical.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 9)

El proyecto Planea Música contribuye al desarrollo profesional del sector musical regional a través de charlas y propuestas artísticas busca instalar una experiencia diferenciada de Formación Digital. En el 2020, fueron desarrolladas dos ediciones de Planea Música con el apoyo de la Fundación Itaú.

Fueron beneficiados de forma directa 378 personas y las reproducciones en redes sociales alcanzaron los 27.000.

• **Sociedad Bach del Paraguay. Ciclo virtual de Conciertos “Fusión de dos mundos”.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 11)
En alianza con la Sociedad Bach

desarrollamos un ciclo de conciertos de música Barroca en Paraguay, a través de 6 conciertos innovadores y educativos, que ilustraran la música barroca de Europa y Sudamérica y la conexión entre ambas. A través de un repertorio novedoso, se presentaron obras de compositores barrocos europeos, música del barroco misional sudamericano y también piezas de Agustín Barrios Mangoré, para ilustrar la influencia que tuvo el gran músico paraguayo de la música de J.S. Bach. Logró 9.200 reproducciones en redes.

Literatura

• **Premio Itaú de Cuento Digital. Estimular la lectoescritura y la narrativa digital.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 9) (ODS 11) (ODS 17)

El proyecto Premio Itaú de Cuento Digital, una iniciativa anual de las Fundaciones Itaú de Paraguay, Argentina y Uruguay, busca estimular a escritores emergentes y promover la narración multimedia en soportes digitales así como también impulsar la expresión escrita entre los jóvenes, fomentando de esta manera la lectoescritura.

En el 2020, en la categoría general, se destacó la participación de Karen Colmán con “Ya no hay lugar” - Mención de la UNESCO y mejor cuento paraguayo.

En la categoría Sub 20, fueron antologadas: Giovanna Valenzuela con “Retazo de una vida” - Mención en Derechos Humanos de la OEI, Sara Pérez con “Atrapado en una ballena” y Milagros Balbuena con “Me encontré”. En total, 582 cuentos paraguayos fueron partícipes de esta edición.

Arte escénico y cine

• **Creadores. Amamos Cine. Un laboratorio de creación audiovisual.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Nuestra alianza con Creadores permite contribuir al sostenimiento de un laboratorio de formación audiovisual que busca dotar de herramientas de creación y motivación a los pobladores de las localidades. El proyecto posee el propósito de invitar a las personas a narrar audiovisualmente, utilizando los recursos disponibles con eficiencia, criterio y pensamiento crítico, de esta manera aportar como creadores a sus comunidades. En el año 2020, fueron partícipes los departamentos de Itapúa, Concepción y

Boquerón. 56 beneficiarios directos y más de 12.500 personas alcanzadas en redes sociales.

• **Taller Integral de Actuación (TIA). Producción audiovisual al alcance de todos.** (ODS 1) (ODS 4) (ODS 5) (ODS 8) (ODS 10)

El proyecto Contar una historia con el celular proporciona un espacio de formación, creación y disfrute de gran provecho para jóvenes del Bañado de Asunción expandiendo de esta manera sus capacidades creativas. Así, nuestra alianza con el Taller Integral de Actuación (TIA) invita a los participantes a producir un material audiovisual sencillo que exprese lo que deseen contar sobre su entorno, realidad o tema a través de los recursos que brindan los dispositivos celulares.

• **“Inspiradores del arte”. Fundación Arlequín. El teatro para la formación de ciudadanía.** (ODS 4) (ODS 5) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Inspiradores del Arte articula la generación de registros audiovisuales en los que la ciudadanía puede conocer con mayor profundidad a 6 referentes del arte teatral en Paraguay, los mismos en una

entrevista espontánea e íntima nos hacen un recorrido a través de sus historias personales consecuentes con sus sueños, que hoy nos inspiran. Estas entrevistas están disponibles en las redes sociales de Arlequín Teatro, el alcance en redes superó los 43.500.

• **29 Festival de Cine, Arte y Cultura de Paraguay. Cultura cinematográfica.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

El proyecto Festival de Cine, Arte y Cultura de Paraguay buscó fomentar la industria cultural y la formación de audiencias en la apreciación del séptimo arte y la cultura cinematográfica. Ofreció a la ciudadanía una ventana virtual a la diversidad cultural del mundo y al acercamiento de nuestro país con otras naciones a través de la cinematografía. Un total de veintitrés países estuvieron representados en la curaduría de los 87 títulos de largometrajes y cortometrajes, tanto en las formas de ficción, documental y animación. Más de 2.500 personas alcanzadas.

• **“Ejercicios de memoria” de Paz Encina - Talents Buenos Aires 2020. Construyendo memoria desde la narración audiovisual.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 10) (ODS 11)

Nuestro apoyo al Talents de Buenos Aires, organizado anualmente por la Universidad del Cine de Argentina, permitió la creación de un foro de discusión cinematográfico en donde el documental paraguayo “Ejercicios de memoria”, de Paz Encina, representó el título principal. En el Talents BA se abordó las formas en cómo la narración audiovisual se relaciona con la memoria y cómo la construye descubriendo y profundizando de esta manera acerca de las nuevas tendencias del cine contemporáneo desde una perspectiva integral.

Danza

• **Redibujate. Empresa Social Amarbailar. La danza como expresión e interpretación de lo que somos.** (ODS 4) (ODS 8) (ODS 9) (ODS 10)

Nuestra alianza con esta empresa social permitió la realización del Encuentro Redibujate para contribuir con la profesionalización de bailarines mediante espacios de formación. El proyecto consistió en clínicas enfocadas en temas de interés para artistas, profesores, familiares y profesionales que operan en el mercado del baile, abordando temas como autogestión, desarrollo de la marca personal,

administración de recursos, autoestima del bailarín entre otros. En el 2020 tuvieron lugar clases con maestros de prestigio internacional, y se realizó como cierre una feria digital de empresas del rubro activando en una e-commerce: Shop Amarbailar. Se logró el alcance a más de 1.000 personas en redes sociales.

• **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)

Nuestra alianza contribuyó a la realización del Encuentro Internacional “Crear en Libertad” el cual reúne artistas, creadores, investigadores, programadores de festivales, productores y gestores de danza y artes contemporáneas de Paraguay, Iberoamérica y el mundo; promoviendo la creación y producción de obras a través de residencias, talleres, charlas y debates. El 19° Encuentro Internacional de Danza y Artes Contemporáneas generó una programación de cinco días plenos de actividades, las cuales fueron grabadas previamente en diferentes salas, espacios urbanos y naturales de la ciudad, transmitidas en plataformas digitales.

Incluyendo en streaming charlas, espacios de reflexión, talleres, intervenciones urbanas y espectáculos con artistas y compañías de Argentina, Brasil, Colombia, España, Paraguay, y Perú. 352 personas beneficiadas de forma directa y 90.000 reproducciones alcanzadas en redes.

Más cerca que nunca

Ante las adversidades propias de un año con pandemia, que afectó todos los ámbitos de nuestra sociedad, estuvimos cerca acompañando a aliados y otras instituciones a través de estas acciones que posibilitaron la llegada a los sectores más vulnerables.

Donaciones

En 2020, se han realizado esfuerzos conjuntos del banco y la Fundación para poder acompañar a todas las organizaciones aliadas con las cuales tenemos relación constante. Ante este contexto hemos realizado las siguientes acciones

• **Cruz Roja Paraguaya filial Asunción. Asistencia humanitaria.** (ODS 1) (ODS 2) (ODS 10) (ODS 17)

Como respuesta a la pandemia de COVID-29

contribuimos con la Cruz Roja Paraguaya para la asistencia a 130 familias de Cadete Pando, Bajo Chaco a través de la entrega kits de alimentos. De esta manera apoyamos las acciones de la Cruz Roja Paraguaya, que ante el escenario social por el COVID-19 y a través de la metodología de Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades, realizó un relevamiento nacional de principales riesgos, necesidades y vulnerabilidades de la población, entre los cuales se destacan las relacionadas al acceso al agua, alimentación y salud.

• **Campaña Interna “Juntos para ayudar”. Acciones que generan grandes impactos.** (ODS 1) (ODS 2) (ODS 10) (ODS 17)

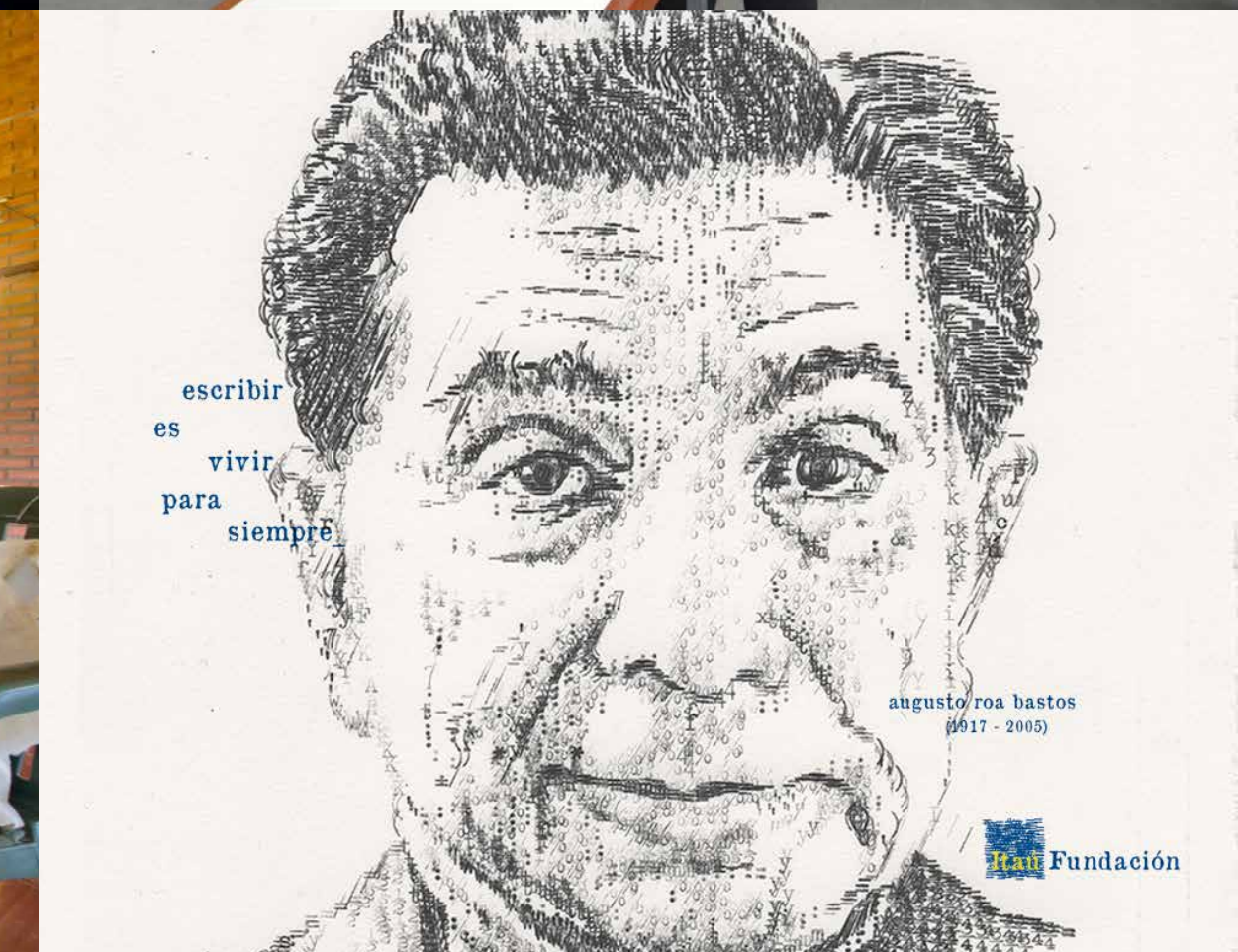
Ante el contexto de pandemia de COVID-19 realizamos una campaña interna de donación para la entrega de kits de alimentos e higiene a la Fundación Casa Cuna, Fundación El Cántaro y la Fundación Jesuitas por USD. 40.000. Sumando aportes del banco y donaciones de colaboradores logramos beneficiar a más de 2.550 familias vulnerables por medio de esta campaña. Además, la campaña también contempló una colecta de abrigos entre colaboradores, con la cual se entregaron 600 prendas que comprenden ropas, calzados y abrigos

Reporte de Sustentabilidad 2020

para niños y adultos de la Organización Internacional para las Migraciones con el propósito de contribuir con las acciones de asistencia humanitaria y acompañamiento a las personas migrantes y a paraguayos que han retornado ante la pandemia.

• Donación de muebles y equipos informáticos en desuso. Apoyo al fortalecimiento institucional.

Realizamos una donación a la Fundación Carlos Pusineri, la Fundación La Salle, la Cruz Roja Paraguay filial Asunción, Juntos por la Educación, el Hospital Distrital de Repatriación, la Facultad Politécnica de la UNA y el Cuerpo de Bomberos Voluntarios K4 de Luque para contribuir en el marco de la pandemia de COVID-19. Por medio de esta acción logramos donar 188 equipos informáticos y 305 muebles pertenecientes al Banco Itaú para apoyar el fortalecimiento de estas instituciones beneficiadas.



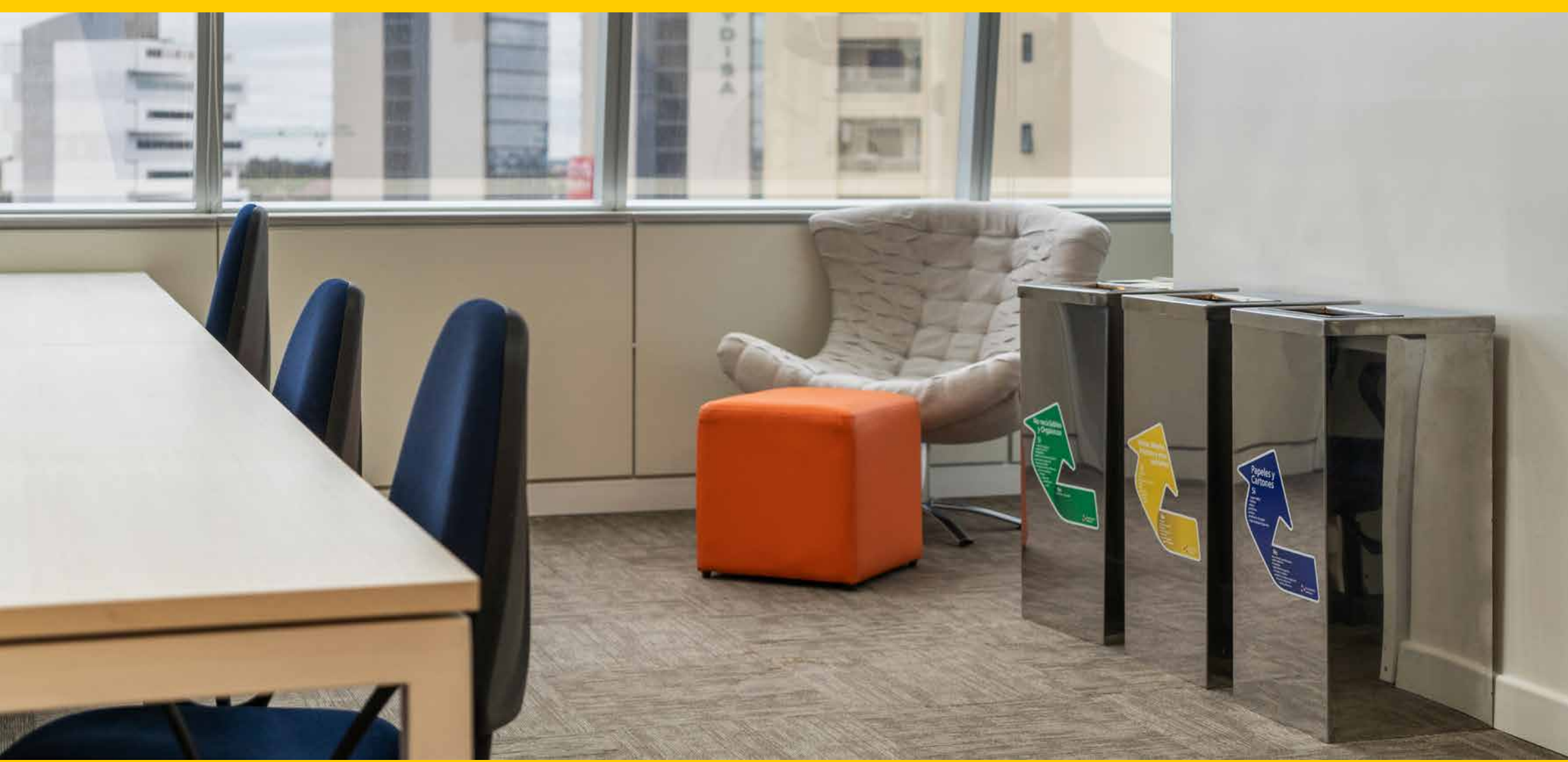
Iniciativas impulsadas por Itaú por departamento en 2019 (GRI 102-5) (GRI 203-2) (GRI 413-1) (ODS 2.3)

N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
1	Central	Asunción, Aregua, Ciudad del Este, Yaguaron, Estados Unidos, Argentina	Contar el Arte	Si
2	Concepción	Concepción, Filaldefia e Itapúa	Creadores	Si
3	Central	Asunción	Inspiradores del Arte	Si
4	Central	Asunción	Acompañamiento familiar y estrategias para el desarrollo de capacidades y competencias, como medida de Apoyo a la inclusión educativa y laboral de colaboradores de Candela y usuarios de la Fundación Arranco en el contexto del COVID-19	Si
5	Itapúa	Capiatá, Ciudad del Este, Concepción, Fernando de la Mora, Itá, Luque, Mariano Roque Alonso, Minga Guazú, San Antonio, Asunción, Encarnación, San Lorenzo y Yaguarón	Emergentes	Si
6	Alto Paraná, Paraguarí, Guairá	Alto Paraná, Central, Caazapa,Caaguazu, Alto Paraguay, Alto Paraná, Misiones, Guairá, Concepción, Capital, Itapua, Paraguari, San Pedro, Presidente Hayes, Ñeembucu	Cuento Digital	Si
7	Central	Asunción	Leé para un Niño	Si
8	Presidente Hayes	Pedro Juan C, San Pedro del Paraná, Iturbe, Hernandarias, Nueva Esperanza, Belén, Horqueta, Concepción, Santa Teresita, Mariscal Estigarribia, Armonia, Jhugua Rey, Tacuatí, Santaní, Santa Clara, Itacurubi del Rosario, General Aquino, Ñemby, Villa Elisa, San Lorenzo, 26 de Febrero, Guarambare, Villeta, Ayolas Semillas Musicales, San Juan, Santa Rosa, San Patricio, Santiago, Ayolas, Yuty, Fulgencio Yegros, Itacurubi de la Cordillera, Atyra, Caraguatay, Yaguarón, Pirayú, Mbuyapey, Paraguarí, San Roque, Ybytymi, Quiindy, Pilar, Mbocayai, Caaguazú, Águila Real, Curusu Araujo, San Joaquin, Santa Rosa del Mbutuy, Repatriación, Chacarita.	Suena Paraguay	No

N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
9	Central	Asunción	Migliorisi	Si
10	Central	Asunción	Orquesta Sinfónica de la Ciudad de Asunción	Si
11	Central	Asunción	CCCCC - Manzana de la Rivera	Si
12	Central	Areguá	El arte como lazo vinculante y herramienta transformadora de mente y realidades	Si
13	Itapúa	Bañador Sur, Bañado Norte, Mariano Roque Alonso, Reducto San Lorenzo, Areguá, Ceballos Cue, Itapúa, Ciudad del Este, Arroyito, Pa'i Puku, Paraguari, San Pedro, Ypane	Ambiente protegido, Inserción Cultural y Expresión Artística ICEA	Si
14	Central	Bañado Tacumbú	Contar una historia con el celular	Si
15	Central	Alcance nacional e internacional	Recuperación y preservación del patrimonio cultural inmaterial de la luthería	Si
16	Central	Areguá	Exposición digital de la vida y obra de artesanos aregüeños "Saliendo del Molde"	Si
17	Central	Asunción	Decamerón y otros poemas: acerca de la desobediencia en Ricardo Migliorisi	Si
18	Central	Asunción	Asunción a voces	Si
19	Central	Asunción	Ventana Drácena - Drácena en Línea	Si
20	Central	Asunción	Fortalecimiento institucional del DENIDE en contexto COVID-19	Si
21		Buenos Aires	Talents (auspicio)	No
22	Cordillera	Asunción, Caacupé, Concepción, Yuty, Bañado Norte, Presidente Hayes, Boquerón	Juntos por la Educación	No
23	Misiones	Itapúa, Ciudad del Este, Misiones, Asunción y Misiones - Argentina	Festival de Cuerdas -Vito	Si
24	Misiones	San Ignacio, Hohenau (2)	Inclusión social educativa y artística para participantes de Aldeas Infantiles SOS San Ignacio" y "La musicoterapia como herramienta para desarrollar la resiliencia en niños, niñas y adolescentes de Aldeas Infantiles SOS Hohenau"	Si

N°	Departamento	Localidades	Iniciativas	Presencia de Itaú con sucursales, CAC o CNB
25	Caaguazú	San Antonio, Caaguazu	Emprender mi vida Joven -Colégio Técnico Nacional Arquitecto Tomás Romero Pereira, San Antonio/ Proyecto Poravé - Escuela Don Federico Llamosas, Caaguazú	Si
26	San Pedro	Capiibary	Formación, Empleo y Emprendimiento Juvenil “ Jotopa”	No
27	Central	Asunción	Branka apuntes por si no regreso	Si
28	Central	Asunción	19° Encuentro Internacional de Danza y Artes Contemporáneas de Asunción	Si
29	Pilar, Central, Villa Hayes	Asunción, Ayolas, Boston, Caaguazu, Capiata, Caraguatay, Ciudad del Este,Coronel Oviedo, Embocada, Fernando de la Mora,Foz de Iguazu, Lambare, Loma Plata, Luque, Ñemby, Oporto, Pilar, Pirayu, Quiindy, San Antonio, San Juan Baustista,San Lorenzo, San Roque Gonzalez de Santacruz, Santiago, Tobati, Viena, Villa Elisa, Villa Hayes, Villa Rica, Yuty, Buenos Aires	Jeporeka	Si
30	Guairá	Paso Yobai	Aprendiendo en Casa 2020	Si
31	Central	Asunción, San Lorenzo,Luque, Ciudad del Este, Capiatá	Planea Música 1	Si
32	Central	Asunción, San Lorenzo,Luque, Ciudad del Este, Capiatá	Planea Música 2	Si
33	Central	Asunción, Gran Asunción, Departamento Central, Guairá	Ciclo Virtual de Conciertos “ Fusion de dos Mundos”	Si
34	Central	Asunción, Córdoba, Luque, Encarnación, Fernando de la Mora, Lasko, Villa Elisa, Capiatá, Coronel Oviedo, J. A. Saldivar, Ciudad del Este, San Ignacio Misiones, Mariano Roque Alonso, San Lorenzo	Redibujate	Si
35	Central	Paso de Patria, Fuerte Olimpo, Gran Asunción, Caaguazú, Caazapá, Villarrica, Encarnación, Pilar, Ciudad del Este	29 Festival de Cine Arte y Cultura de Py	Si
36	Central	Asunción, Luque,Caacupe,Fernando de la Mora,Lambaré,Mariano Roque Alonso, Ñemby, San Lorenzo	LAB ilustrado	Si
37	Central, Itapúa, Boquerón	Charlas “Uso Consciente del Dinero”, Festival Internacional	Charlas de Uso Consciente del dinero en formato digital. Brindando inforamcion útil a clientes y no clientes que le permitan tomar decisiones saluables con el dinero.	Si

Gestión ambiental



¿Por qué este tema es material?

Es inspirador constatar que la gestión ambiental de la empresa es de interés para nuestros públicos pues evidencia un nivel de madurez de la sociedad, como conjunto.

Si bien el grado de impacto ambiental de una organización financiera es relativamente bajo, tanto por su funcionamiento como por sus operaciones, éste cobra fuerza al pensar en la magnitud de la estructura, en la cadena de valor y en la influencia que se ejerce sobre ella. Esto es, para cada acción en este ámbito, involucramos a proveedores, colaboradores y en gran medida, a la comunidad.

En este punto se destaca la importancia de conocer, medir y gestionar el impacto ambiental de la organización y la presión que ejercemos sobre los recursos naturales, para conseguir reducirlos y, en última instancia, compensarlos.

En esta línea, incorporamos criterios sociales y ambientales en nuestra manera de hacer cotidiana, al tomar decisiones sobre el negocio y al diseñar nuevas soluciones financieras, con la intención de ser cada vez más responsables socio ambientalmente. Al mismo tiempo, compartimos con otras organizaciones de la sociedad, espacios para desarrollar conocimiento y consciencia sobre temas relacionados al cuidado del medio ambiente.



Política de Sustentabilidad

En el banco, tenemos directrices claras en relación con el medio ambiente, que están documentadas en la Política de Sustentabilidad:

- 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)

Entendemos la gestión de residuos como un proceso que inicia mucho antes de que el material sea considerado residuo propiamente. Sino al uso racional de los recursos de manera a minimizar la generación de los mismos. Este es un proceso continuo, dinámico Su objetivo es reducir la producción de desechos,

extender la vida útil y el reciclaje de materiales en nuestro consumo, de modo a mitigar los impactos y, en última instancia, compensarlos.

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.

Los 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 Procicla²⁵, 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 sobre el funcionamiento y relevancia del proceso de recolección selectiva, Por otro parte, para la gestión de residuos, también se realizan verificaciones de papelería no vigente para destinarla a reciclaje y relevamientos en depósitos del Banco para identificar mobiliarios y equipamientos 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, 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.

GEAM, dentro del mismo programa entrega mensualmente al Banco Itaú el reporte de los materiales (con el balance ambiental equivalente) retirados desde el edificio administrativo y los depósitosEcopunto

Hemos habilitado el primer Ecopunto, dentro del marco del mes del ambiente, junto a la agencia Villa Morra, disponible para toda la comunidad.

Un Ecopunto consiste en un contenedor de residuos, colectados en forma separada, clasificada por tipo de material. Sirve para que el ciudadano particular deposite pequeñas cantidades de residuos que se generan en los hogares y lugares de trabajo, de ésta forma, contribuir a cuidar nuestro entorno, los materiales depositados tienen como destino el reciclaje y vuelta a formar parte de la cadena de producción.

Es una invitación a los ciudadanos a separar y reciclar.

Este Ecopunto tiene tres compartimientos con ranuras para ingresar los materiales y una puerta con llave, para su retiro.

El retiro de los materiales es realizado por recuperadores urbanos habilitados y entrenados por Soluciones Ecológicas.

Los recicladores encargados de retirar los materiales están equipados adecuadamente y cuentan con distintivos:

25 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.



- Kit de seguridad (botas, guantes, chaleco reflectivo, remera)
- Kit de limpieza (escoba, balde, detergente, desodorante, trapo) para el Recuperador

Soluciones Ecológicas entrega mensualmente al Banco Itaú el reporte de los materiales (o balance ambiental) retirados desde el ecopunto.

Como resultado de estas acciones, en 2020 fueron destinados a reciclaje 1.048 kg de papeles y cartones y 59 kg de plásticos y 7.830 kgs de metales. En cuanto al impacto ambiental estimado, el reaprovechamiento de estos materiales evitó la tala de 15 árboles, el consumo de 20.960 litros de agua y la emisión de 1,362 toneladas de CO₂.²⁶ (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)

Contamos con una política para la renovación de equipos informáticos que 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 residual del bien, se considera como parte del criterio para discontinuar su uso.

Según se establece en esta Política -y con la intención de extender la vida útil de los 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. Debido al contexto, también se han entregado equipos al hospital Acosta Ñu.

En 2020, en concepto de donación, se han entregado 106 notebook al programa PC Mochila. Un dato no menor es que al reutilizar estos equipos evitó la generación

de más 240 kilos de residuos electrónicos en el año.

240 Kg

de residuos electrónicos no generados por reutilización de equipos en desuso

106

notebook entregadas para el Programa de PC Mochila

17

equipos ATM gestionados con el recupero de 7.830 kilogramos de metales

Los equipos que no puedan destinarse a reutilización son cedidos a GEAM, para 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.

En el año, 17 equipos de cajero automático, ATM, han pasado por este modelo de gestión para su reciclaje, lo que significó el recupero de 7.830 kilogramos de metales para su reincorporación a un sistema funcional.

Gestión de Muebles en desuso

Como parte de la gestión de materiales en desuso, en la misma línea que la gestión de los equipos informáticos, también logramos extender la vida útil de muebles, en buenas condiciones, logrando al mismo tiempo apoyar programas sociales que involucran a poblaciones en situación de vulnerabilidad. La primera alternativa de tratamiento es la donación a organizaciones de la sociedad civil e instituciones educativas, para lo que se realizan verificaciones físicas del estado de los muebles. Aquellos que resulten apropiados para la reutilización son entregados, las entregas normalmente acompañan a los equipos informáticos para complementar la instalación de las salas de informática, este año fueron entregados también muebles al Hospital Acosta Ñu, así como a fundaciones, instituciones de salud por el contexto Covid 19, también fueron impactadas organizaciones educativas.

²⁶ Las estimaciones sobre el número de árboles, litros de agua consumidos y toneladas de CO₂ emitidas, están relacionadas al proceso de producción de papeles y cartones.

En 2020 fueron entregadas más de 300 muebles.

Materiales recolectados para reciclaje o destrucción responsable

Material	Peso en kg
Papeles y cartones	1.048
Plásticos	59
Electrónicos	240
Metales	7.830

Impacto ambiental por la reutilización de materiales

59 árboles no talados

84.280 litros de agua ahorrados

5,5 toneladas de CO₂ 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 2020.

• **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 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) (ODS12.2 12.5)

Consumo (GRI 302-1) (GRI 303-1)



Energía 2020

3.459.398 Kwh.
(2019: 6.102.736 Kwh)



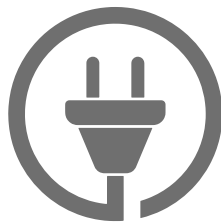
Combustible 2020

76.492 Litros
(2019: 130mil Litros)



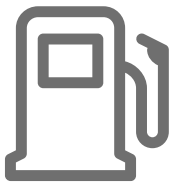
Agua 2020

21.589 Litros
(2019: 73millones en consumo de agua)



• Energía eléctrica

Iniciativa	Descripción
Sistema de climatización en Torre Itaú	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.
Apagado automático de luces	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.
Servidores virtuales y CPU compartidas	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
Reuniones por tele y video conferencias	<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 área. Este equipamiento reduce la cantidad de viajes en los que se consume combustible.</p> <p>Debido a la pandemia, esto se amplió aún más en vista de las restricciones para la presencialidad y el hábito ya instalado de las reuniones virtuales se amplió incluso para compañeros de la misma área y local.</p>

• Papel



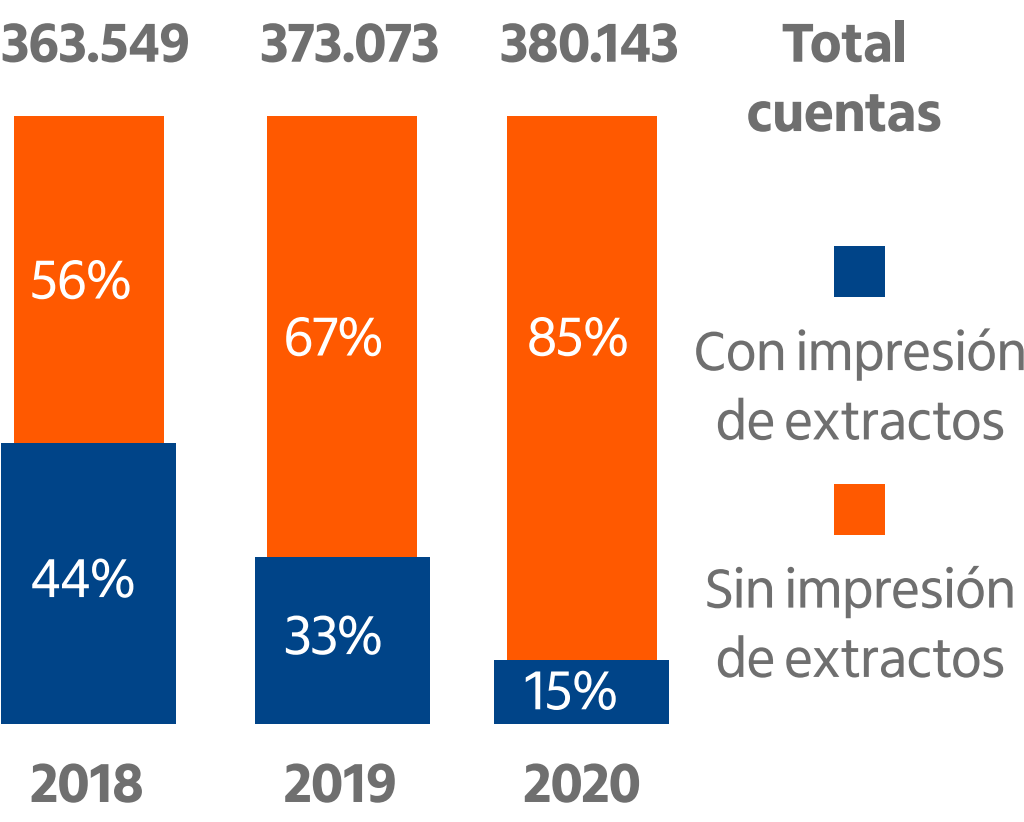
Iniciativa	Descripción
Cambio de materiales en sobres de correspondencia	<p>Se encuentran vigentes las siguientes medidas: i) uso de papel reciclado (antes papel de fibra nueva) para sobres de tarjetas de débitos (reimpresiones y renovaciones); ii) sobres de correspondencia con dimensiones reducidas y, iii) uso de sobres de papel de fácil degradación (antes bolsas plásticas) para la remisión de extractos de cuentas.</p> <p>La utilización de materiales alternativos para el envío de correspondencias supuso un ahorro de 444 kilos de papel en 2020, lo que implicó que se evite talar 6 árboles, utilizar 8.880 Litros de agua y emitir 0,5777 toneladas de CO₂, esto en comparación a una producción a partir de fibras vírgenes (fibras de celulosa procedentes de madera). A pesar del ahorro por el proceso de reciclaje, igualmente existe una emisión de gases de efecto invernadero por la producción de estos sobres.</p>

Iniciativa	Descripción
Cambio de materiales en sobres de correspondencia	<p>(2019: 1.67 Toneladas).</p> <p>La disminución se debió a la migración masiva de tarjetas de débito a la Mastercard Debit con chip, que requirió ser enviado junto con el pin. En este caso, los materiales no caben en el sobre con las dimensiones reducidas, por lo que tuvo que utilizarse excepcionalmente el sobre anterior. Al finalizar la migración, a partir de la segunda entrega de cada tarjeta, se podrá volver al sobre de dimensiones reducidas.</p>
Extractos digitales	<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 2020, contábamos con 321.979 cuentas de tarjetas de créditos que no generaban extractos impresos, lo que representa el 85% del total de cuentas activas en el año. (67% de cuentas en 2019).</p>

Digitalización de extractos de cuentas de tarjetas de crédito²⁷

85%

de cuentas de tarjetas de crédito con extractos digitales



Emisión y compensación de gases del efecto invernadero²⁸
(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3) (ODS 3.9) (ODS 12.4)

Calculamos las emisiones de gases de efecto invernadero, basados en las métricas de consumo que registramos. Para este cálculo se consideran las métricas de consumo de

combustibles tanto en vehículos de la flota de la empresa, como en vehículos propios de colaboradores para fines laborales, también el transporte interno de correspondencias para Asunción y Gran Asunción y en los generadores de electricidad ubicados en predios del Banco. Así también se consideran los viajes realizados por colaboradores por vía aérea, 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”, sin embargo, como la energía eléctrica utilizada proviene de hidroeléctrica, no impacta para este cálculo.

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.

Emisiones de CO2e	2020	2019
Alcances y fuentes		
Alcance 1	89,32	269
Combustibles en generadores	10,32	16,98
Combustibles en vehículos de la flota Itaú	79,00	252,14
Alcance 2	0	0
Consumo de electricidad en predios del Banco ²⁹	0	0
Alcance 3	673,37	664,7
Commuting y traslados de colaboradores	578,3	515,43
Traslado de colaboradores por cuestiones de trabajo	69,47	115,4
Transporte de correspondencia interna	25,6	33,9

762,69
toneladas de CO₂e emitidas en 2020

²⁷ El total de cuentas excluye cuentas de tarjetas prepagas.
²⁸ 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.
²⁹ El consumo de energía eléctrica no genera emisiones pues la energía que consumimos es producida de forma hidráulica (100% renovable).

Compensación de emisiones

A partir del 2018, trabajamos con la Fundación Moisés Bertoni (quien administra y custodia la Reserva Natural del Bosque Mbaracayú), de modo que el Banco destina 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 CO₂e.

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 CO₂e. En el año seguimos apoyando las actividades de conservación de la Reserva Mbaracayú. En el 2020, se compensaron 933,7 toneladas de CO₂ equivalente, mediante el apoyo a la conservación de 4 hectáreas de bosques.

El Holding compensa igualmente las emisiones de gases de efecto invernadero de todas las unidades de la región, incluyendo las correspondientes a Paraguay.

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 12 “Producción y Consumo Responsable”, ODS 13 “Acción por el clima” y con el ODS 15 “Vida de ecosistemas terrestres”.

En el año 2019, en conjunto con la Organización Mundial de Conservación – WWF, se llevó a cabo la sistematización del programa de “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 no se llevó a cabo en el año 2020, en atención a la coyuntura.

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 2020, al respecto de este Reconocimiento fueron:

- **Sistematización del Reconocimiento Verde.** Definición de metodología para el proceso de realización del reconocimiento. Tanto con respecto a los objetivos, las bases y condiciones, criterios de evaluación, selección del jurado, atención a participantes y otros puntos como una evolución de la primera edición. La realización del reconocimiento quedó bajo la administración del Pacto Global, como red, y ya no sólo de la mesa ambiental.
- **Campaña “Disposición responsable de mascarillas”.** Previa a la campaña institucional, se realizó una encuesta para determinar el grado de conocimiento y dudas al respecto.
- Lanzamiento de “Guía de soluciones

empresariales”. Se disponibilizó esta guía con miras a apoyar y orientar a las empresas, sean signatarias o no del Pacto Global, en sus esfuerzos relacionadas a su gestión ambiental, promoviendo el cuidado de los recursos naturales y facilitando una selección de recomendaciones y buenas prácticas al respecto, como una manera de contribuir a la cultura de sostenibilidad y responsabilidad ambiental de nuestra sociedad.

Mesa de Finanzas Sostenibles (MFS) (ODS 8.4)

Participamos de la Mesa de Finanzas Sostenibles, MFS, desde 2014, y a partir del 2018 lo hacemos como miembros plenos. En la MFS, 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 potencial impacto ambiental de las operaciones que se financian.

Destacamos las siguientes actividades durante el año:

Reporte de **Sustentabilidad 2020**

- Planificación Estratégica de la Mesa de Finanzas Sostenibles del Paraguay 2020-2022

- Presentación Agroideal al sector productivo y salida de campo– Filadelfia, Chaco y reuniones de trabajo

- Encuentros con aliados, como Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social (STP), dentro del marco del “Fortalecimiento de los Mecanismos para el Acceso a Financiamiento de Proyectos para Enfrentar los Desafíos del Cambio Climático”

- Organización del Tercer Foro Internacional de Finanzas Sostenibles, “El desafío de cambiar paradigmas”



Desafíos para el 2021

• 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.

• Sustentabilidad e impacto en la sociedad

Lograr una 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.

• 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.



05. GRI & ODS

GRI y ODS

Índice de Contenidos GRI y ODS

Aquí podrás encontrar 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
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios
102-3	Ubicación de la sede central de la organización
102-4	Ubicación de las operaciones
102-5	Propiedad y forma jurídica
102-6	Mercados servidos
102-7	Tamaño de la organización

102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	81,82,83. La mayor porción de las actividades de la empresa es desarrollada por colaboradores con contratos directos con la empresa.
102-9	Cadena de suministro	123 -125.
102-10	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.
102-11	Principio o enfoque de precaución	54.
102-12	Estatutos, principios y otros documentos de carácter económico, ambiental y social desarrollados externamente a los que la organización esté suscrita o respalde.	40, 54, 58,127, 128.
102-13	Membresía a asociaciones	128.
Estrategia		
102-14	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.	8,9.
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	8,9.
Ética e Integridad		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	14, 15.
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	48, 49, 50.

Gobernanza

102-18	Estructura de gobierno	32-36.
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	34.
102-21	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.
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	35.
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	33.
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	33.
102-25	Conflictos de intereses	51.
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	33.
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	87.
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	91, 92.
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	60, 63.
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	60.
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	63.

102-32	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.
--------	--	---

102-35	Políticas de remuneración	89, 90.
--------	---------------------------	---------

102-36	Proceso para determinar la remuneración	89.
--------	---	-----

Participación de los Grupos de Interés

102-40	Lista de grupos de interés	45.
--------	----------------------------	-----

102-41	Porcentaje del total de empleados cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva	90.
--------	--	-----

102-42	Identificación y selección de grupos de interés	45.
--------	---	-----

102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	45.
--------	--	-----

102-44	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.
--------	--	---

Prácticas para la Elaboración de Informes

102-45	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
--------	---	--

102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas de los temas	42-45.
--------	--	--------

102-47	Lista de temas materiales	42.
102-48	Reexpresiones de información	No hubo reexpresiones de informaciones en el año.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios sobre el alcance y la cobertura de los aspectos materiales en relación al reporte anterior.
102-50	Periodo objeto del informe	Enero a Diciembre de 2020.
102-51	Fecha del último informe	Publicación en octubre de 2021 sobre la gestión de 2020.
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual.
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	4.
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	4.
102-55	Índice de contenidos GRI	156.
102-56	Verificación externa	El documento no ha sido sometido a verificación externa.

GRI 200 - Contenidos Específicos Económicos

Indicador	Página/Respuesta	Omisión
GRI 201- Desempeño Económico		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	42-61.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	61.

201-1	Valor económico directo generado y distribuido	61.
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Itaú no recibió, hasta la fecha, fondos del gobierno.

GRI 202 - Presencia en el Mercado

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	42.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	81, 82, 89.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	91.
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	91.
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	34.

GRI 203 - Impactos Económicos Indirectos

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	42, 127.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	118, 127.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	119-129.
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Ver las secciones “Ciudadanía Corporativa” y “Gestión Ambiental”.
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	118, 144-145.

GRI 204 - Prácticas de Adquisición

204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	123.
-------	--	------

GRI 205 - Anticorrupción

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	54, 18-20.
-------	--	------------

103-2	Enfoque de gestión y componentes	48, 49, 50.
-------	----------------------------------	-------------

103-3	Evaluación del enfoque de gestión	49, 50.
-------	-----------------------------------	---------

205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	58.
-------	---	-----

205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	49, 50.
-------	--	---------

205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	49.
-------	---	-----

GRI 206 - Competencia Desleal

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	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	43.
-------	----------------------------------	-----

103-3	Evaluación del enfoque de gestión	111.
-------	-----------------------------------	------

206-1

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		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 145.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	146, 149.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	146, 150.
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	149.
301-2	Insumos reciclados utilizados	No se cuenta con un registro de materiales utilizados reciclados.
GRI 302 - Energía		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 145.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	145, 146, 147, 148.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	145, 146, 147, 149.
302-1	Consumo energético dentro de la organización	149.
302-4	Reducción del consumo energético	149.

GRI 303 - Agua

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 149, 147.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	146, 150.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	150.
303-1	Extracción de agua por fuentes	150.
303-3	Agua reciclada y reutilizada	No se ha reciclado o reutilizado agua en el año.

GRI 304 - Biodiversidad

304-1	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.
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Ídem anterior.

GRI 305 - Emisiones

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 149.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	146.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	152.
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	152, 153.

305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	152, 153.
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	152, 153.

GRI 306 - Efluentes y Residuos

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 149.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	146, 147.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	146, 148.
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	148.

GRI 307 - Cumplimiento Ambiental

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	145.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	146.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Ídem respuesta G4 DMA FS9 (Página 166).
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	En el año no hemos recibido sanciones por incumplimiento de legislación ambiental.

GRI 308 - Evaluación Ambiental de Proveedores

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 123-125.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	124, 125.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	124.

308-1	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.
308-2	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		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 80.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	80 -97.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	93.
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas	85.
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	90.
401-3	Permiso parental	90.
GRI 403 - Salud y Seguridad en el Trabajo		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 93-102.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	44, 45, 80-90.

103-3	Evaluación del enfoque de gestión	80-91.
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	No se presentan casos.
403-3	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

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	17, 44, 93-102.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	17, 93-102.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	86-88, 91, 92, 93.
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	89.
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	90, 91.
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	85.

405 - Diversidad e Igualdad de Oportunidades

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 99. Ver Página de Cuadro Temas Materiales y Cobertura.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	17, 44, 33, 48, 99.

103-3	Evaluación del enfoque de gestión	17, 44, 86-88.
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	82.
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	88.
GRI 406 - No Discriminación		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 48, 156.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	33, 44, 45.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	101.
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida	50.
GRI 407 - Libertad de Asociación y Negociación Colectiva		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 48, 122, 127.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	48, 49, 101, 122, 124.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	101, 122-124.
407-1	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.
GRI 408 - Trabajo Infantil		
103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	48.

103-2	Enfoque de gestión y componentes	44, 48 101, 102.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	101, 102.
408-1	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.

GRI 409 - Trabajo Forzoso u Obligatorio

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	43, 48, 127.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	43, 48.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	101.
409-1	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.

GRI 411 - Derechos de los Pueblos Indígenas

411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No se ha recibido casos sobre violación de los derechos de los pueblos indígenas.
-------	---	---

GRI 412 - Evaluación de Derechos Humanos

412-2	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

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	42-126.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	126, 142.
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	142-144.

GRI 414 - Evaluación Social de Proveedores

103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	44, 122-125.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	123.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	124.
414-1	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.
414-2	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

415-1	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	38, 44, 52, 53, 108.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	52, 53, 108.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52, 53, 111.
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 -100 .
103-2	Enfoque de gestión y componentes	98, 100.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	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	43, 52, 53. Ver Página de Cuadro Temas Materiales y Cobertura.
103-2	Enfoque de gestión y componentes	52, 53.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52, 53.

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)	57-62, 127, 145.
G4 DMA	Procedimientos para evaluación y clasificación de riesgos ambientales y sociales de las líneas de negocio. (Anteriormente FS2)	57-62.
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)	57-62.
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)	57-62.
G4 DMA	Interacción con los clientes/inversionistas/aliados comerciales en relación a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales. (Anteriormente FS5)	57-62.

G4 FS6	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	72, 73.
G4 FS7	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.
G4 FS8	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.

Sectorial - Auditoría

G4 DMA	Amplitud y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de políticas ambientales y sociales, y procedimientos de evaluación de riesgos. (Anteriormente FS9)	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.
--------	--	--

Sectorial - Control Accionario Activo

G4 FS10	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	63.
G4 FS11	Porcentaje de activos sujetos a orden ambiental o social positivo y negativo	No registrado aún.
G4 DMA	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. (Anteriormente FS12)	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	118-120.
G4 FS16	Iniciativas para mejorar la educación financiera, por tipo de beneficiario	144-120.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Objetivos		Páginas
ODS 1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	105-108.
ODS 2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	142-145.
ODS 3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	90, 135, 148, 152.



ODS 4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	90, 128, 130, 131, 135.
ODS 5	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	90, 32, 47 -49, 81, 83, 89, 93, 99. 127, 134.
ODS 6	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	137.
ODS 7	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	149.
ODS 8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	19-23, 47-49, 60, 81, 89, 101, 124, 125, 127, 131, 134, 148, 149, 153.
ODS 9	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	19-23, 60, 134, 138, 139, 140.
ODS 10	Reducir la desigualdad en y entre los países	60, 84, 86, 107, 118, 134, 140.
ODS 11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	138, 146, 149.
ODS 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	137, 148, 152.
ODS 13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	137, 152.
ODS 14	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	No aplica.



ODS 15	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	60, 152.
ODS 16	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	14, 32, 40, 41, 45, 49, 50, 51, 58, 60, 125, 127.
ODS 17	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	127, 134, 136.



Principios del Pacto Global



Principios	Páginas
Principio 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados internacionalmente.	48-49, 125, 127, 169, 171.
Principio 2 Evitar verse involucrados en abusos de los Derechos Humanos.	124, 127, 171.
Principio 3 Apoyar la libertad de asociación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	48-50, 124, 101, 122-124, 127.
Principio 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.	48-50, 124, 170, 171.
Principio 5 Apoyar la abolición del trabajo infantil.	48-50, 124, 127, 170.
Principio 6 Apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.	33, 48-50, 80, 84, 88, 124, 127, 170.

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

60, 137, 146, 152, 153.

Principio 8 Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

60, 146, 153.

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

152, 153.

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

50, 52.



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

Setiembre, 2021

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.

