Informe de **Gestión Sustentable 2012**

Informe de **Gestión Sustentable 2012**

Contenidos

4 Mensaje gerente general
6 Alcance del informe
7 Principales impactos, riesgos y oportunidades

Nuestro Banco
10 I. Perfil Itaú
16 II. Visión y cultura corporativa
18 III. Nuestros negocios
24 IV. Nuestra marca
26 V. Alianzas, membresías y certificaciones

Gobierno y Gestión de Riesgos
30 I. Gobierno corporativo
35 II. Ética y transparencia
39 III. Gerenciamiento de Riesgos

Modelo de Sustentabilidad
44 I. Performance sustentable
45 II. Focos estratégicos
46 III. Frentes facilitadores

Performance Sustentable
50 Desempeño social:
51 I. Nuestros accionistas
52 II. Nuestros colaboradores
75 III. Nuestros clientes
86 IV. Nuestros proveedores
90 V. Sociedad
100 Desempeño económico
108 Desempeño medioambiental

Cumplimiento, Compromisos y Desafíos Futuros
114 I. Cumplimiento desafíos 2012
115 II. Compromisos y metas 2013
115 III. Desafíos a 2015

Índice GRI
117 Índice GRI y Pacto Global
127 Indicadores GRI Suplemento Financiero

I. Mensaje del **gerente general**

Es una gran satisfacción presentar el segundo Informe de Gestión Sustentable de Itaú Chile, el cual da cuenta de nuestro compromiso con la sustentabilidad y de cómo hemos ido avanzando para consolidar nuestra gestión en los aspectos sociales, económicos y ambientales de nuestra institución. Este documento, elaborado en base a los criterios del **Global Reporting Initiative** y en coherencia con los requisitos establecidos por el **Pacto Global,** incluye el modelo de sustentabilidad desarrollado por nuestra casa matriz en Brasil e informa sobre su implementación a nivel local.

Para Itaú, la sustentabilidad es parte central de su misión "Ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes". En consecuencia, es un valor fundamental y una guía para todas las áreas del banco y las decisiones estratégicas a nivel gerencial. Pero ¿qué entendemos por performance sustentable? De manera resumida, es un desempeño que perdura en el tiempo, que nos permite seguir existiendo y creciendo en el largo plazo y en consistencia con nuestro compromiso con la comunidad.

Para lograrlo, debemos contar con colaboradores inspirados y capaces, proveedores comprometidos, clientes satisfechos y una sociedad en equilibrado desarrollo. Sólo así podremos obtener excelentes resultados financieros que nos permitan abrirnos a nuevas oportunidades.

Dado lo anterior, quisiera dar cuenta de nuestro desempeño económico, social y medioambiental, destacando algunos logros 2012 que me parecen relevantes:

En un entorno caracterizado por una ciudadanía cada vez más informada, empoderada y dispuesta a dar a conocer sus experiencias de servicio en medios de comunicación masiva, estamos especialmente orgullosos de nuestro desempeño en **calidad de servicio y satisfacción de clientes,** lo que ha sido motivo de diversos reconocimientos. Estamos convencidos de que todo crecimiento que se obtenga sin estar centrado en cada cliente no será sostenible en el tiempo.

Para ello es clave tener **equipos motivados,** por lo que día a día nos preocupamos por fomentar un buen clima organizacional, basado en la meritocracia y en los valores que componen "Nuestra Manera de Hacer". Nos esforzamos constantemente por atraer nuevos talentos y por reconocer desempeños diferenciados de manera adecuada.

En el relacionamiento con nuestros stakeholders, buscamos construir una sólida relación con quienes nos eligen y con la sociedad en general, por medio de prácticas que contribuyen a asegurar

un crecimiento sano para todos. En este sentido, hemos sido pioneros en el desarrollo de iniciativas de **educación financiera** para niños y jóvenes, llegando a más de 400.000 alumnos en 2012. Complementariamente, hemos implementado una exitosa capacitación para colaboradores, con el fin de fomentar el uso responsable del dinero.

Respecto a los proveedores, en 2012 hemos obtenido el sello ProPyme, comprometiendo plazos de pago de 30 días a las PYMEs que nos prestan servicios. Asimismo, con el fin de aumentar la comprensión y **transparencia,** nos hemos esforzado por simplificar la comunicación con clientes en avisos y contratos, contribuyendo a fomentar las confianzas entre los consumidores y el sistema financiero.

Junto a los logros, también hay desafíos: en Chile, estamos recién empezando a trabajar algunos aspectos de la sustentabilidad, y sin duda tenemos oportunidades de mejora, como por ejemplo sistematizar la evaluación de los impactos socio-ambientales de aquellos proyectos en los que participamos.

No obstante, estoy convencido de que vamos por un buen camino y que seguiremos trabajando para honrar nuestra visión de ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de clientes.

Los invito a revisar este informe.

¡Buena lectura!

Boris Buvinic Guerovich
Gerente General Banco Itaú Chile

Pablo Belmar. Hijo de Jean Belmar, CTO.

II. Alcance y cobertura **del informe**

En este segundo Informe de Gestión Sustentable, damos cuenta de nuestro desempeño social, medioambiental y económico para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012, entregando información de banco Itaú Chile y sus filiales, como también de nuestra casa matriz, Itaú Unibanco, cuando así corresponda.

A través de él no sólo cumplimos con nuestro compromiso con el Pacto Mundial y los objetivos de desarrollo del milenio de Naciones Unidas, sino que también compartimos con todos nuestros grupos de interés nuestras prácticas en materia de sustentabilidad y las acciones implementadas al respecto, así como también los aprendizajes que hemos incorporado desde que publicáramos nuestra primera edición en 2011. Para llegar a todos ellos, publicamos este informe en los diferentes canales de comunicación del banco: página web, intranet y versión impresa resumida.

Para facilitar la lectura, el presente Informe se estructura de acuerdo con los aspectos relevantes para comprender la naturaleza del negocio, la manera de gestionarlo y el desempeño en términos de sustentabilidad. Así, los capítulos se ordenan comenzando con el perfil corporativo, gobierno y gestión de riesgos, modelo de sustentabilidad, performance sustentable en materia social, económica y medioambiental, donde se incluyen políticas, prácticas y procedimientos en relación con accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y sociedad en general. El Informe termina con el estado de cumplimiento de los compromisos asumidos en 2012 y los desafíos a futuro.

Para elaborar este informe, consideramos como referencia la Guía de Elaboración de Reportes de Sustentabilidad G3, del Global Reporting Initiative (GRI), en su última versión, así como también los indicadores del Suplemento sectorial de Servicios Financieros. A fin de cumplir con los principios referidos a la definición del contenido, según lo indican los principios de relevancia / materialidad y el contexto de sustentabilidad del GRI, se seleccionaron los indicadores de desempeño que dieran cuenta del quehacer del banco y que entregaron información de interés para los distintos grupos involucrados. Procuramos avanzar con respecto al año anterior, incorporando más indicadores. En la tarea de selección y elaboración contamos con el apoyo de la consultora externa Dadá Comunicación, la cual colaboró en términos de comparación, verificación y resguardo de la calidad de la información, considerando la necesidad de presentar información equilibrada, validada en la empresa y relevante para los grupos de interés. En ese sentido, las distintas encuestas que aplica el banco fueron relevantes a la hora de identificar las temáticas importantes para éstos.

El detalle de los indicadores reportados y su relación con los indicadores del GRI y los Principios del Pacto Global están sistematizados en el Índice GRI al final del documento.

Mediante este informe hemos podido recopilar valiosa información sobre lo realizado a la fecha, incorporando, cuando es necesario, datos de años anteriores para mayor comparabilidad. Al revisarlo, da cuenta también de lo que nos resta aún en el camino de la sustentabilidad, lo que se transforma en metas a futuro.

La información contenida, tanto la financiera y económica como la restante, está calculada con procedimientos validados por la normativa vigente, nacional e internacionalmente. Los datos financieros se expresan en pesos chilenos, salvo que se indique lo contrario. Este informe y su contenido no ha sido auditado externamente.

Para información adicional o cualquier tipo de consulta sobre este Informe o temas de sustentabilidad, le agradecemos contactarse con Jaime Uribe, Gerente de Marketing y Sustentabilidad de banco Itaú, al mail juribeh@itau.cl.

III. Principales impactos, **riesgos y oportunidades**

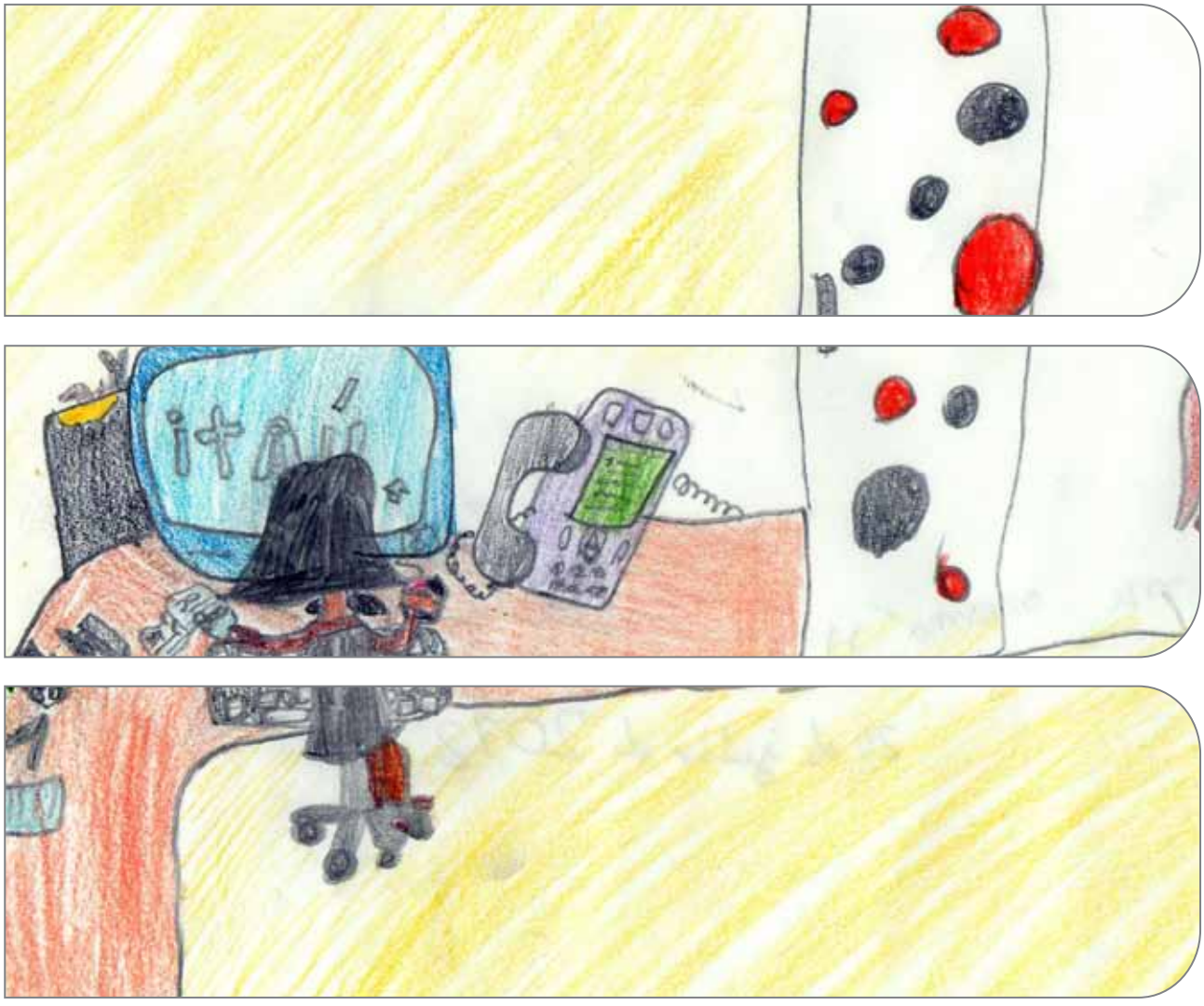
María José Carmona. Hija de Alexis Carmona, CTO, piso 4.

El mundo cambia e Itaú cambia con él. Esta fue la premisa fundamental surgida del profundo análisis que Itaú Unibanco realizara hace ya unos años y que delineó nuestro modelo de sustentabilidad y la visión de negocios que nos impulsa hoy. Ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de los clientes implica tener conciencia del mundo en que nos desenvolvemos, mundo en constante cambio, donde las empresas debemos anticiparnos para enfrentar con éxito los desafíos que ello implica, a fin de generar valor perenne para todos nuestros grupos de interés.

En ese mundo de hoy, el sector financiero y nuestro banco son actores relevantes. Si bien las regulaciones y los marcos de acción en que nos movemos son impulsados por entidades distintas a nosotros, tenemos un rol importante en la estabilidad de los entornos económicos y, por ende, sociales. Es por ello que somos responsables de tomar las mejores decisiones en materia de inversión y crédito, para que éstos sean realmente herramientas de progreso y transformación social. Dichas decisiones han de tomarse considerando también su impacto social y medioambiental, pues si bien nuestras operaciones, generalmente, no impactan directamente en estos últimos ámbitos, sí financian industrias que pueden afectarlo negativamente.

Es por ello que buscamos equilibrar adecuadamente los riesgos a la hora de invertir, entregar créditos y generar productos y servicios, procurando que se ajusten a las necesidades de nuestros clientes y de la sociedad. Cuidamos que nuestras decisiones de inversión generen valor compartido e intentamos acercar a los clientes al, a veces, complejo y técnico mundo financiero. Es por ello que hemos transformado el riesgo en oportunidad, impulsando con fuerza la educación financiera como uno de nuestros ejes a la hora de relacionarnos con la comunidad. Respecto a los principales riesgos que evaluamos, en el capítulo Gobierno y Gestión de Riegos los lectores encontrarán información detallada.

A futuro, queremos seguir enfrentando de modo sustentable los desafíos que nos impongan los cambios sociales, económicos y medioambientales. Queremos integrar consideraciones socioambientales en nuestra cadena de valor, incorporando productos ecológicos, haciendo de nuestra empresa el mejor lugar para trabajar y desarrollarse, difundir más intensamente Nuestra Manera de Hacer y seguir contribuyendo a la transformación personal y social a través del apoyo a la educación y el arte.



Florencia Mella. Hija de Margarita Aravena, Enrique Foster, piso 9.

Nuestro banco

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

I. Perfil **Itaú**

Itaú Unibanco

Itaú Unibanco está presente en **20 países**

Colaboradores	:	96.977
Sucursales	:	4.121
Puestos de atención	:	906
Cajeros automáticos	:	27.960
Patrimonio	:	R$74.2 billones*
Índice de Basilea	:	16,7%

Marca más valiosa de Brasil
avaluada en R$22,2 billones, según ranking de Interbrand.

Banco más sustentable de las Américas
reconocidos, por 4to. año consecutivo, por Financial Time e IFC (International Finance Corporation).

Dow Jones Sustainability World Index (DJSI)
único banco latinoamericano que participa en dicho índice desde su creación.

Global Finance
reconocidos por la prestigiosa revista Global Finance como el mejor banco de Trade Finance de Brasil, y el mejor en Inversiones y Mercados Emergentes en Latinoamérica.

Adhesión voluntaria a:

THE GLOBAL COMPACT
WE SUPPORT

Programa Brasileiro GHG Protocol

EQUATOR PRINCIPLES

INSTITUTO ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

CARBON DISCLOSURE PROJECT

NATIONAL PACT
For the Eradication of Slave Labour

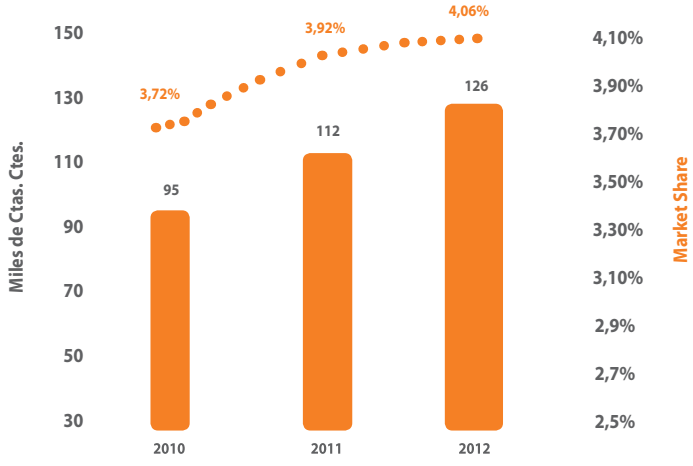
UNEP Finance Initiative
Innovative financing for sustainability

* Cambio a diciembre de 2012, 1 dolar= 2.0425 Reales. Fuente: Banco Central de Chile.

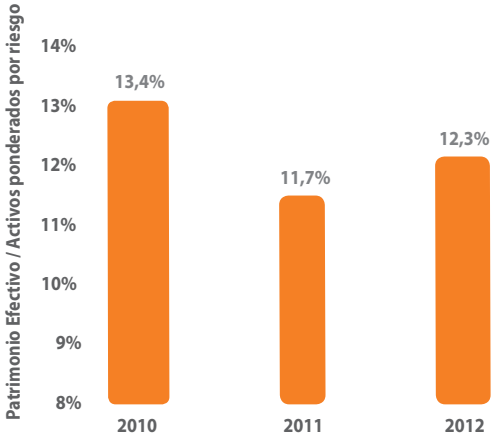
Itaú Chile

Colaboradores	:	2.409
Clientes	:	126.000
Sucursales	:	91
Participación de mercado	:	4,24%
Patrimonio	:	US$1.129 MM
Utilidades	:	US$124 MM
Activos	:	US$11.360 MM

Número de Cuentas Corrientes y Market Share



Índice de Solvencia



Identificación **de la Sociedad**

Razón social
Banco Itaú Chile

Domicilio
Avda. Apoquindo N° 3457,
Las Condes, Santiago

R.U.T.
76.645.030-K

Tipo de sociedad
Sociedad Anónima Bancaria

Teléfono
2686 0000

Casilla
Casilla 1946, Santiago

Correo electrónico
servicioalcliente@itau.cl

Dirección WEB
www.itau.cl

1er Lugar
en Crecimiento de Colocaciones en 2012

1er Lugar
en Calidad de Servicio en Productos Hipotecarios y Negocios de Custodia Internacional

Reconocidos como la institución bancaria con menos reclamos en el Sernac Financiero

Sello ProPyme otorgado por el gobierno de Chile

Programas Semana Empresa e Innovación en Educación Financiera. Reconocidos por Pacto Mundial de Naciones Unidas y presentados como Buenas Prácticas en Conferencia sobre Desarrollo Sostenible Rio+20.

Historia

1924. Nace banco Itaú en Brasil.

2006. Grupo brasileño Itaú compra BankBoston S.A.
Se constituye legalmente banco Itaú Chile.

2007. Itaú comienza a operar en Chile.

2008. Itaú se fusiona con Unibanco.
Se lanza la "Esencia de la Sustentabilidad", primera reflexión e intento de abordar de manera estratégica las temáticas propias de una visión sustentable, a través de 8 pilares estratégicos.

2009. Construcción de visión y cultura organizacional tras la fusión entre Itaú y Unibanco.

Desarrollo e implementación de encuesta cuali y cuanti sobre valores. Miles de colaboradores consultados y escuchados a lo largo del año. El resultado del proceso son los 10 valores de Nuestra Manera de Hacer.

2010. Lanzamiento del Mapa de Sustentabilidad y difusión de Nuestra Manera de Hacer.
1er Encuentro de líderes Itaú Unibanco.

2011. Itaú Unibanco es reconocido por Financial Times e IFC como el banco más sustentable del mundo.

Itaú Chile lidera las colocaciones en la industria nacional.

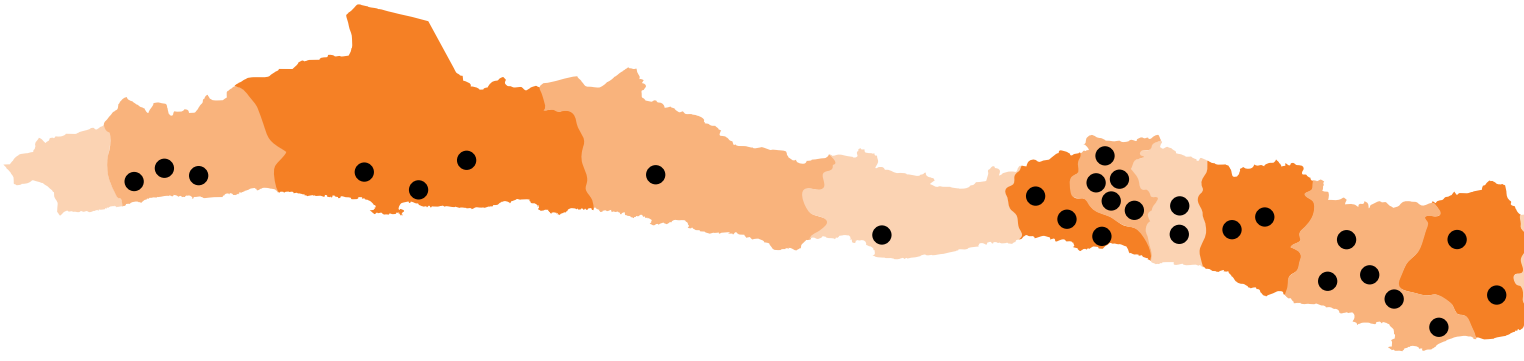
Fundación Itaú es reconocida con el premio Innovación Sustentable, en la categoría Filantropía.

Presencia **Nacional**

Edificio Corporativo, Enrique Foster, Santiago

Sucursal Viña del Mar

Presencia en 12 regiones a lo largo del país y 14 comunas en la Región Metropolitana, a través de nuestras 91 sucursales y 2 edificios corporativos.



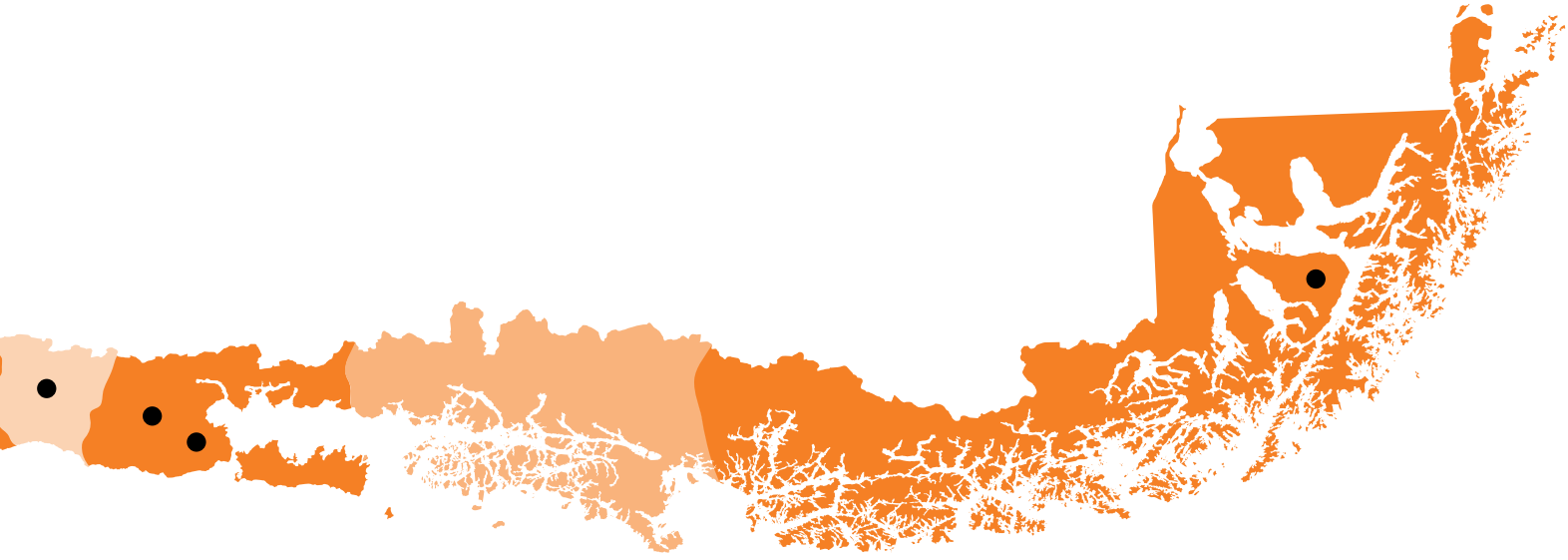
Sucursal Av. Brasil,
Antofagasta

Centro Tecnológico
y de Operaciones (CTO),
Huechuraba, Santiago

Sucursal
Alcántara

Sucursal
Diez de Julio

Sucursal
Concepción



II. Visión y **Cultura Corporativa**

Visión
Ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de los clientes.

Cultura corporativa
Nuestra cultura corporativa se manifiesta a través del conjunto de actitudes denominado Nuestra Manera de Hacer, el cual incluye 10 directrices que orientan el trabajo de los equipos y colaboradores del banco para la realización de nuestros negocios y el cumplimiento de nuestra visión. A lo largo del año se realizan encuentros, talleres e inducciones corporativas, para reforzar los conceptos impulsados por el decálogo.

Todos por el cliente
Estamos convencidos de que el liderazgo de mercado es consecuencia de un proceso de mejora continua de los servicios prestados a los clientes. El crecimiento que se obtenga sin estar centrado en cada cliente no será sustentable.

Pasión por la performance
La pasión por la performance ha colocado a Itaú Unibanco en la posición destacada que ocupa actualmente. Esa pasión será lo que nos permita alcanzar los ambiciosos objetivos que tenemos ante nosotros. Renovar esa pasión, a la hora de planificar y ejecutar cada nuevo proyecto, debe ser una meta permanente de todos y cada uno de nosotros.

Liderazgo ético y responsable
Itaú Unibanco lidera varios de los mercados en que actúa y considera fundamental ejercer ese liderazgo con responsabilidad. Mantenemos un liderazgo positivo, ético, transparente, comprometido con la sociedad y con las mejores prácticas de gestión. Por encima de todo, queremos líderes que piensen y actúen como dueños.

Cracks que juegan para el equipo
La meritocracia y el trabajo en equipo son la base del sistema de gestión de personas de Itaú Unibanco. Somos pertinaces ante la idea de atraer talentos y reconocemos performances diferenciadas de forma diferenciada. Valoramos la individualidad, pero no el individualismo. Un auténtico crack es aquel que sabe jugar para el equipo y rodearse de otros cracks. Porque personas competentes forman y atraen personas competentes.

Foco en la innovación e innovación con foco
La innovación es una cuestión de actitud permanente. Queremos establecer un ambiente que fomente la creatividad, el emprendimiento, el debate de ideas y la búsqueda de nuevas respuestas, siempre con la finalidad de crear ventajas competitivas para la organización.

Laura Cuevas. Hija de Marcia Campos, sucursal Avenida Alemania.

Procesos al servicio de las personas

Los procesos existen para servir a las personas y no al contrario. Los procesos nos deben satisfacer en la medida en que nos aportan beneficios. Somos una empresa de personas que mejoran procesos y de procesos que mejoran la vida de las personas.

Ágil y sencillo

El tiempo del cliente es valioso, el nuestro también. No perdemos tiempo complicando las cosas y no complicamos las cosas, porque sabemos que eso nos hace perder tiempo. Somos objetivos, luchamos contra la burocracia, la excesiva jerarquización y la complejidad por la complejidad.

No al abuso de poder

Aquí, el liderazgo es compartido, desprovisto de símbolos de estatus y conquistado con talento y competencia –y no por el cargo que se ocupe. Consideramos fundamental criticar sin ser destructivo y aceptar las críticas sin ponerse a la defensiva. El trato educado y atento que queremos ofrecer siempre a nuestros clientes empieza dentro de casa.

Brillo en los ojos

Sabemos que las empresas más competitivas son aquellas en las que los colaboradores tienen espacio para expresar opiniones, participar activamente de la gestión y celebrar sus logros. En Itaú Unibanco animamos a nuestros equipos para trabajar con una actitud distendida. Al fin y al cabo, divertido no es lo contrario de serio, sino lo contrario de aburrido. En nuestra opinión, el trabajo es algo que se debe hacer con brillo en los ojos.

Gran sueño

Aquí, en Itaú Unibanco, conocemos la importancia de soñar a lo grande y hacer cada vez más y mejor, porque en ello radica la esencia de la superación. Con los pies en la tierra, pensamos a lo grande y establecemos metas ambiciosas, de la talla de nuestro sueño. Al actuar así, nos hemos convertido en uno de los mayores bancos del mundo.

Al actuar así, guiados por nuestros valores y Manera de Hacer, nos convertiremos en el mejor banco del mundo.

III. Nuestros **Negocios**

Los negocios que desarrollamos y los distintos productos y servicios que ofrecemos, se organizan en su comercialización en torno a las divisiones Banca Personas, Banca Empresa y Corporate Banking, las que se desarrollan en un contexto social y cultural de constante cambio, de mayor conciencia ambiental y ética, además de mayor competitividad en el plano económico, junto con exigencias regulatorias cada vez más específicas. Ello nos impulsa a crear constantemente nuevos productos y/o ajustar los ya existentes, con miras a la satisfacción de nuestros clientes.

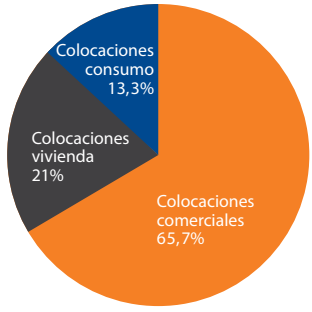
Los productos y servicios de cada una de las divisiones mencionadas anteriormente, vigentes a la fecha, son:

Banca Personas	Private Bank (*)	Banca Empresas	Inversiones	Seguros (*)	Corporate Banking
- Cuenta corriente	- Presencia global	- Cuenta corriente	- Fondos mutuos gestionados	- Fraude	- Cuenta corriente
- Tarjetas de crédito	- Wealth management	- Financiamiento	- Fondos mutuos	- Salud	- Financiamiento
- Créditos	- Servicios bancarios	- Cash management	- Fondos de inversión	- Protección full	- Cash management
- Crédito hipotecario	- Fusiones y adquisiciones	- Leasing	- APV	- Empresas	- Leasing
- Inversiones	- Créditos estructurados	- Factoring	- Acciones	- Vida & accidentes	- Factoring
- Leasing	- Asset allocation	- Comercio exterior	- Simultáneas		- Comercio exterior
- Factoring	- Alternativas de inversión	- Inversiones	- Moneda extranjera		- Inversiones
- Comercio exterior	- Asesoría en inversiones	- Asesoría financiera	- Pactos derivados		- Asesoría financiera
		- Tesorería	- Depósitos a plazo		- Tesorería
			- Asesoría Financiera		

(*) Bajo División Banca Personas. (**) Bajo Gerencia general

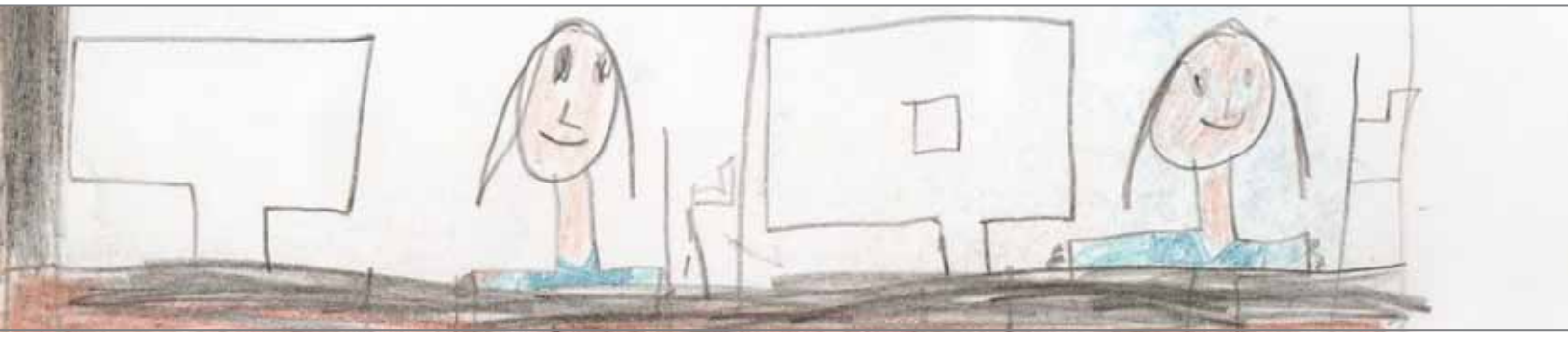
Colocaciones efectivas 2012 (en MM$)*

Colocaciones comerciales	2.809.755
Colocaciones consumo	569.167
Colocaciones vivienda	896.959
Total	**4.275.881**



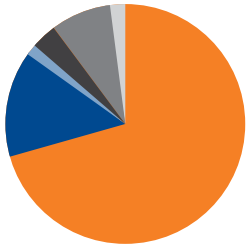
* Fuente: Memoria Anual Itaú 2012 enviada a la SVS.

Javier Del Pino. Hijo de Abigail Sánchez, Sucursal Rancagua.



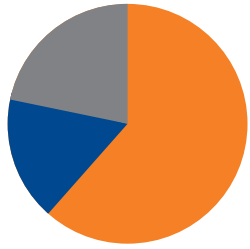
Al 31 de diciembre de 2012, la composición de la cartera de colocaciones es la siguiente (antes de provisiones):

Colocaciones comerciales:



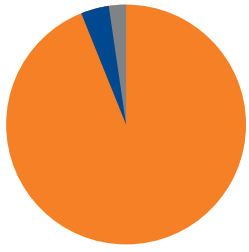
- Préstamos comerciales **70,4%**
- Créditos de comercio exterior **14,6%**
- Operaciones de leasing **8,1%**
- Operaciones de factoraje **3,5%**
- Otros créditos y cuentas por cobrar **2,0%**
- Deudores en cuentas corrientes **1,4%**

Colocaciones de consumo:



- Créditos de consumo en cuotas **61,2%**
- Deudores en cuentas corrientes **18%**
- Deudores por tarjetas de crédito **20,8%**

Colocaciones para vivienda:



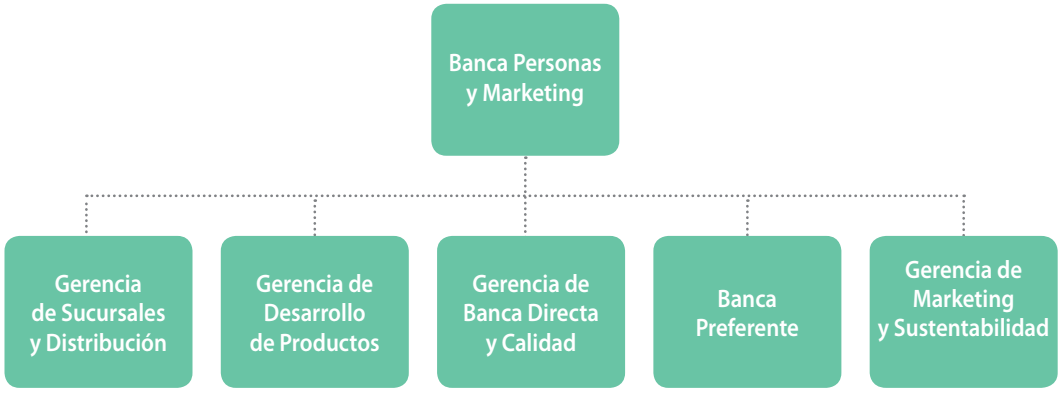
- Otros créditos con mutuos para vivienda **94,1%**
- Préstamos con letras de crédito **3,8%**
- Préstamos con mutuos hipotecarios endosables **2,1%**

Las responsabilidades y estructura de cada una de estas divisiones es la siguiente:

División Banca Personas y Marketing

Le corresponde la venta y distribución de todos los productos y servicios de la banca de personas, así como el manejo de los productos financieros orientados a pequeñas y medianas empresas, bajo un estricto apego a la normativa que organismos reguladores internos y externos impongan.

Para el desarrollo de los negocios de esta área, la división se ha estructurado de la siguiente manera:

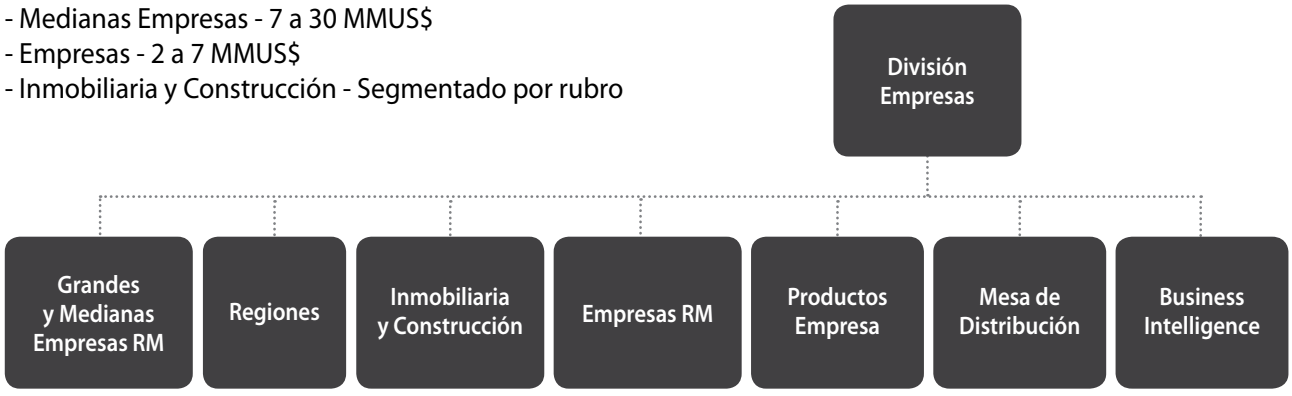


María José Carmona. Hija de Alexis Carmona, CTO, piso 4.

División Banca Empresa

Esta división entrega productos y soluciones financieras a compañías con ventas anuales entre MMUS$2 y MMUS$100, encontrándose segmentada en 4 categorías:

- Grandes Empresas - 30 a 100 MMUS$
- Medianas Empresas - 7 a 30 MMUS$
- Empresas - 2 a 7 MMUS$
- Inmobiliaria y Construcción - Segmentado por rubro



División Global Corporate Banking

Tiene como mercado objetivo grandes conglomerados y corporaciones locales, con ventas superiores a MMUS$100 anuales; empresas multinacionales establecidas en Chile y compañías financieras no bancarias de tamaño relevante en el mercado financiero, a quienes entrega servicios comerciales, asesoría de inversión, administración financiera y financiamiento en general, para sus necesidades de capital.

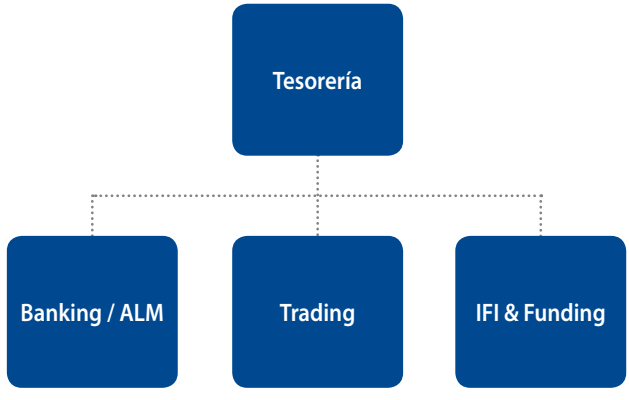
> Procurar rentabilidad, crecimiento continuo de la participación de mercado y una performance sustentable, con atención en la perennidad del negocio por sobre los resultados de corto plazo.

División Gerencia de Inversiones

La división es responsable por la gestión de las inversiones de clientes y la custodia y procesamiento operacional de valores para extranjeros (securities services). Actúa a través de nuestro banco y sus filiales Itaú Chile Corredor de Bolsa Ltda., Itaú Chile y AGF S.A.

División Tesorería

Tesorería Institucional es responsable de la gestión de los riesgos de mercado y de liquidez, de proveer precios de transferencia para los diversos canales de negocios y maximizar la rentabilidad de nuestras inversiones, para su eficiente distribución a través de productos para nuestros clientes. Esta división está conformada por las siguientes sub-áreas:



62% de satisfacción* global en los servicios entregados por las áreas de apoyo en 2012, según encuesta ICI (Índice de Calidad Interna). Sobre un 75% de satisfacción en las áreas de Calidad, Gestión y control financiero de filiales, Capacitación y formación profesional, Administración de personal y Gestión del talento.

* Se refiere al porcentaje de respuestas con 4 y 5, en una escala de 1 a 5 donde 1 significa "muy poco satisfecho" y 5 "muy satisfecho"

Áreas de apoyo a los negocios

Junto a las divisiones antes mencionadas, propias de nuestro "core business", contamos con divisiones de apoyo para el logro de nuestro objetivo y visión de ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de los clientes. Estas áreas son:

División Gestión de Personas

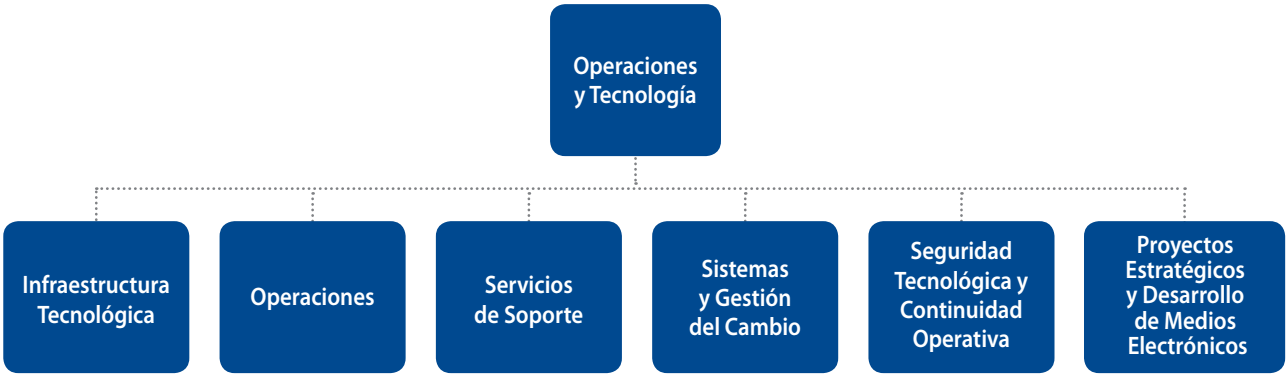
Contribuye a la creación de una cultura empresarial que nos distingue y diferencia, por nuestras prácticas de liderazgo de performance, la gestión del talento y el estímulo de la "meritocracia", así como por la calidad del clima laboral y las relaciones entre las personas.

La estructura de esta gerencia se ordena de la siguiente manera:

División Operaciones y Tecnología

Su misión es asegurar la continuidad operacional y el crecimiento sustentable del negocio, mediante procesos con los más altos estándares de calidad, eficiencia y seguridad, modelando para ello sus procesos, entregando soluciones tecnológicas y brindando un soporte operativo con control, eficiencia y excelencia.

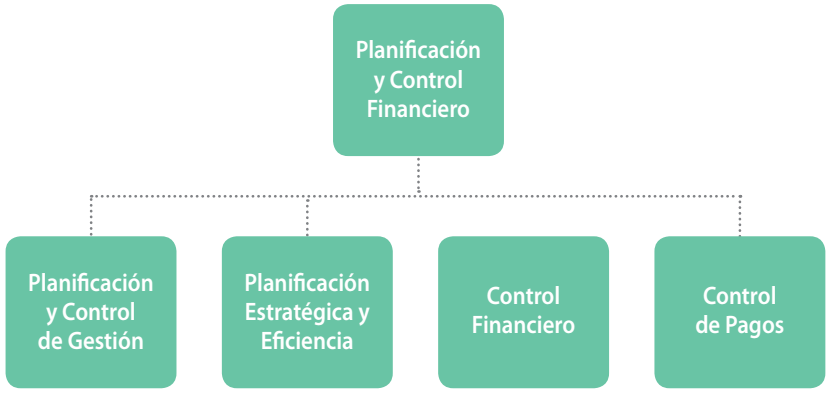
La división se encuentra estructurada de la siguiente forma:



División Planificación y Control Financiero

Esta división lleva un permanente control de las distintas líneas de negocio, de los riesgos y de la industria, en busca de lograr los mejores resultados para la organización. Su propósito es ser la principal fuente de apoyo para las decisiones estratégicas del banco, brindando información en forma eficiente, oportuna y con apego a la legislación y normativa vigentes.

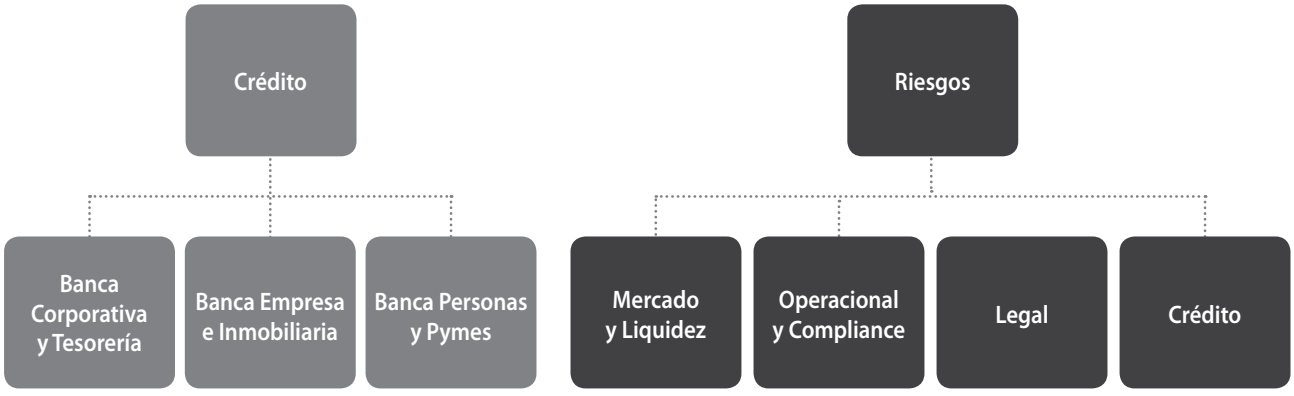
Se encuentra compuesta por las siguientes áreas:



División Riesgos

Su propósito es permitir a las áreas de negocios cumplir con sus objetivos dentro del ambiente de control deseado, mediante la excelencia en el manejo de la relación riesgo retorno en todas sus instancias. Cabe destacar que a fines de 2012 esta división fue abierta en dos divisiones: División Crédito y División Riesgos.

La división quedó estructurada de la siguiente manera:



División Auditoría

Esta división es parte fundamental de nuestro gobierno corporativo. Permite a la administración medir la adecuación de los controles, la efectividad de la gestión de riesgos, la confiabilidad de los estados financieros y el cumplimiento de las normas y reglamentos, con el fin de entregar al directorio, a través del Comité de Auditoría, información realista, objetiva y oportuna. Opera de manera independiente, valiéndose de metodologías y tecnologías modernas, equipos capacitados y comprometidos.

IV. Nuestra **Marca**

Desde la fusión entre los bancos Itaú y Unibanco en 2008, se llevó adelante el intenso proceso de alineamiento, del cual surgió nuestra visión y cultura organizacional. Junto con lo anterior, también definimos cómo queríamos comunicarnos como marca, desarrollándose un trabajo de imagen corporativa que ha ido implementándose gradualmente en todos los países en que Itaú opera. Así, nuestra marca busca transmitir atributos que también fueron definidos tras el proceso de fusión, entre los cuales están el cambio y la transformación como conceptos centrales. Ser el banco perfecto para nuestros clientes significa lograr adecuarnos a los cambios y transformaciones que el mundo y ellos viven y experimentan a diario. Significa también que nuestra actuación y aporte a la sociedad deben orientarse a dichos conceptos. Es por ello que hemos impulsado que nuestra marca esté asociada fuertemente con la cultura y la educación financiera, por su importancia para la transformación y superación de las personas.

El mundo cambia.
Itaú cambia con Usted.

Uso de marca, posicionamiento y reputación corporativa durante 2012

Respecto del uso de la marca y el mantenimiento de una imagen corporativa única y consistente con las directrices de nuestra casa matriz, durante el segundo semestre de 2012 se realizó el cambio completo de imagen corporativa en las fachadas de las 91 sucursales Itaú, en las que se incorporó definitivamente el color naranjo.

Junto con lo anterior, en julio de 2012 se modificó e implementó el procedimiento de "Gestión de Información al Cliente, Informaciones Corporativas y Marketing", el que establece la revisión de acuerdo con estándares de calidad, marca y normativa vigente de las comunicaciones hacia clientes y público en general, designando a los responsables de cada área y los elementos constitutivos mínimos de las comunicaciones, que siempre deben cumplir con la legislación vigente en materia de publicidad y transparencia.

En términos de posicionamiento, estuvimos presentes en diversas actividades, auspiciando, entre otros, eventos del Colegio Médico de Chile; la Feria Gastronómica Ñam; el Segundo Congreso Nacional de Concesiones; el Aniversario 40 de la caída del equipo de rugbistas uruguayos en los Andes; el Latin Markets en Chile, y el Seminario Asigar de Pymes.

Además y por segundo año consecutivo, fuimos sponsor oficial del centro de ski Valle Nevado, lo que nos permitió nuevamente entregar beneficios exclusivos para los clientes Itaú de Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil.

Una de las actividades más importantes del año fue la presentación del Cirque du Soleil en Chile, con su espectáculo Varekai. Por segundo año, nuestro banco fue el presentador oficial de este grupo, cuyo espectáculo fue visto por más de 150.000 personas, entre los meses de noviembre y diciembre.

Finalmente, en 2012 obtuvimos resultados gratificantes en materia de reputación corporativa. Por una parte, logramos el 2º lugar como banco orientado al segmento alto, según el Estudio de Imagen de Adimark del 4º trimestre. Además, ingresamos en el ranking MERCO Chile sobre Reputación Corporativa (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), instrumento que, anualmente, entrega información sobre las 100 empresas con mejor reputación, más responsables y con mejor gobierno corporativo.

Los resultados del estudio nos ubicaron en el 7º lugar del ranking de empresas con mejor reputación del país, en el sector Bancos e Instituciones Financieras, y en el lugar 56 en el ranking general de las 100 empresas con mejor reputación.

V. Alianzas, **Membresías** y Certificaciones

ABIF
La Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile A.G., es una organización gremial que agrupa a todos los bancos y financieras privados establecidos en Chile, así como a bancos extranjeros que mantienen en Chile oficinas de representación.

IEB
El Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux es una institución de educación superior orientada a la formación técnica y profesional en el ámbito financiero, con más de 83 años de trayectoria.

Great Place to Work
Empresa de consultoría internacional que ayuda a las organizaciones a identificar, crear y mantener grandes lugares de trabajo, a través del desarrollo de culturas con altos niveles de confianza.

AcciónRSE
Organización sin fines de lucro, que agrupa a empresas socias que trabajan por la Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo sustentable en Chile.

Caja Los Andes
Institución que proporciona soluciones y beneficios sociales, que mejoren el bienestar y calidad de vida de sus afiliados. Administra los regímenes de Asignación Familiar, Subsidio de Cesantía, Subsidio por Incapacidad Laboral, Crédito Familiar y Prestaciones Adicionales Complementarias, entre otras.

Cámara de Comercio de Santiago
Asociación Gremial sin fines de lucro, que reúne a más de 1.600 empresas asociadas: grandes, pequeñas y medianas, representativas de los más relevantes sectores económicos del país.

CORDEP
Institución especialista en organización y desarrollo de actividades deportivas y eventos recreativos, cuyo objetivo es fomentar y apoyar el desarrollo del ser humano a través de actividades deportivas y de recreación en el ámbito laboral.

Green Building Leed
Organización sin ánimo de lucro, que promueve la sostenibilidad en el diseño, construcción y funcionamiento de las edificaciones.

ACHS
Mutualidad privada sin fines de lucro, administradora del seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales contemplado en la Ley N° 16.744.

Sello ProPyme

Iniciativa impulsada por el Ministerio de Economía de Chile, que busca ayudar a las empresas de menor tamaño a estabilizar su flujo de capital, asegurando el pago de sus facturas en un plazo máximo de 30 días. El sello se les otorga a las grandes empresas que cumplan con el pago a sus proveedores tipo Pyme en el plazo señalado. En 2012, nuestro banco recibió este sello.

Programa de Formación Ejecutiva

Programa de educación continua de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, que ofrece formación y capacitación a ejecutivos. Nuestra alianza con la Facultad permite a colaboradores del banco postular a los cursos que ofrece el programa, para fortalecer su desarrollo profesional.

Pacto Global

Pacto Global trabaja en 4 áreas principales y sobre la base de 10 principios fundamentales. Su objetivo es facilitar un entendimiento básico de lo que los principios representan, cómo se relacionan con el sector empresarial y contribuir al respeto de estos principios como parte fundamental de la filosofía organizacional de sus socios.

Principios del Pacto Global

Derechos Humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucrados en abusos de los Derechos Humanos.

Normas Laborales

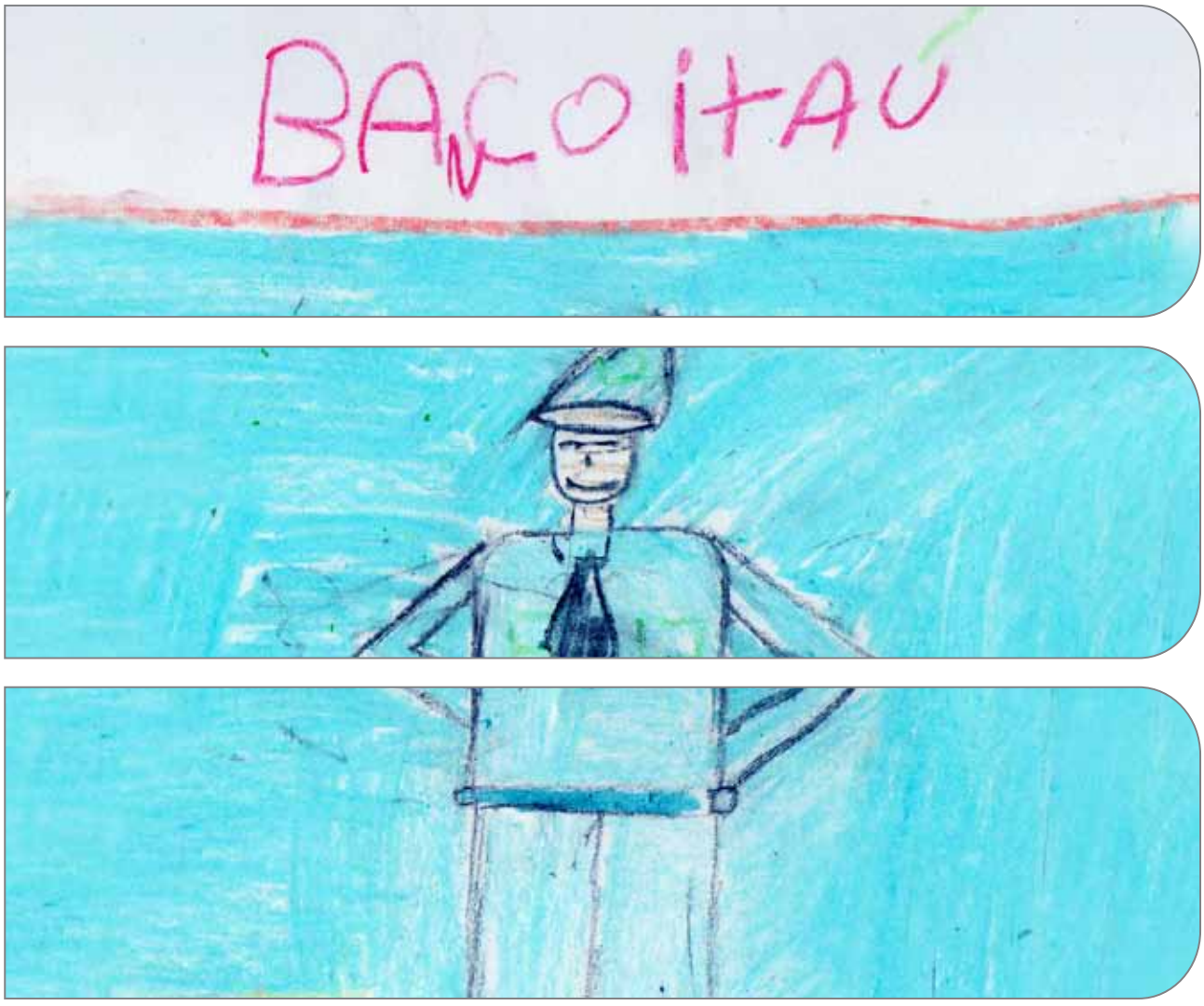
3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva.
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición del trabajo infantil.
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medioambiente.

Anticorrupción

10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



Renato Ortega. Hijo de Carlos Ortega, sucursal Piedra Roja.

Gobierno y Gestión de Riesgos

I. Gobierno **Corporativo**

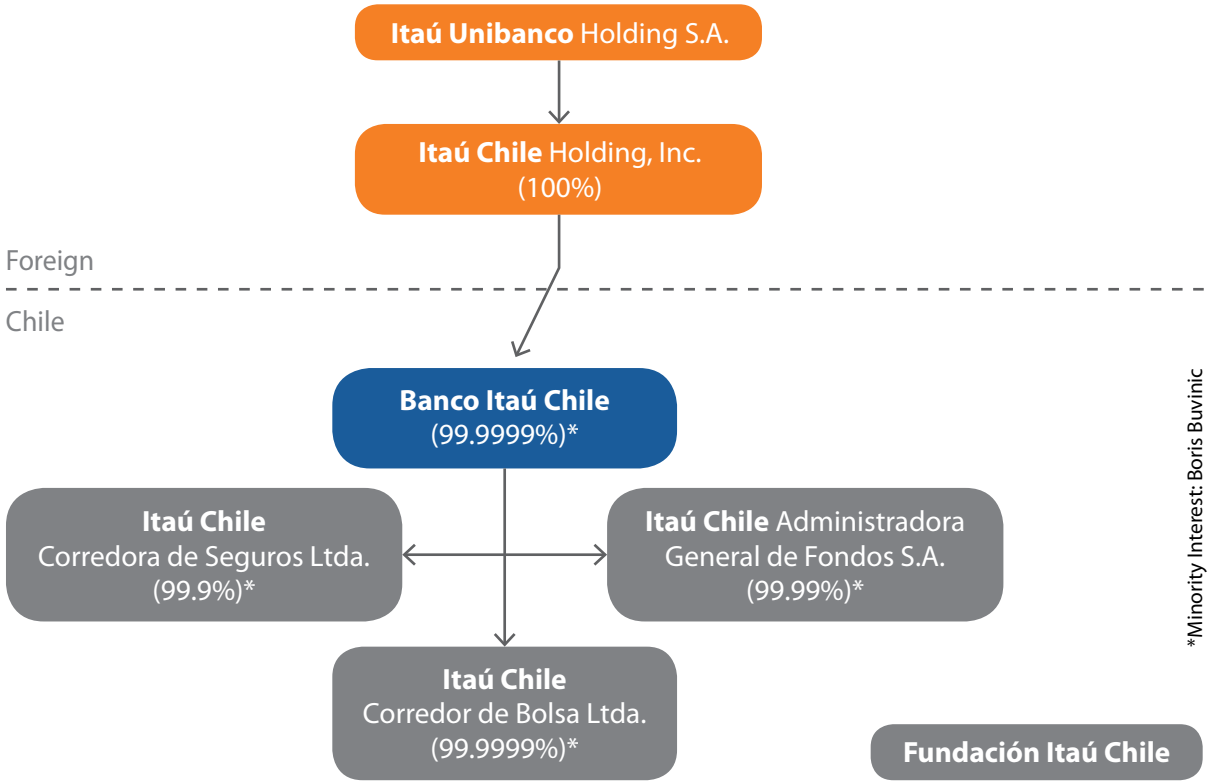
Nuestro gobierno corporativo se encuentra encabezado por el directorio, que es el órgano encargado de la administración de la sociedad, entre cuyas funciones está la definición de los principales lineamientos estratégicos de la institución. Se encuentra conformado por cinco miembros, designados por la junta de accionistas para un período de 3 años.

Principales Accionistas

Los principales accionistas de nuestro banco, al 31 de diciembre de 2012, y su respectiva participación dentro del total de las acciones que conforman el capital son:

Nombre	Acciones	% Participación
Itaú Chile Holdings, Inc.	1.303.673	99,99992
Boris Alfredo Buvinic Guerovich	1	0,00008
Total	**1.303.674**	

Estructura legal banco Itaú Chile



Durante el año 2012 no existieron cambios de importancia en la propiedad de nuestra institución, pero sí se efectuó un aumento de capital, pasando de $219.492.206.465 a $290.697.206.465, por lo cual Itaú Chile Holdings, Inc. suscribió la totalidad de las nuevas acciones emitidas.

Directorio, al 31 de diciembre de 2012

1 **Ricardo Villela Marino** / Brasileño
2 **Marco C. Bonomi** / Brasileño
3 **César A. Blaquier** / Argentino
4 **Roberto Lamy** / Brasileño
5 **Renato Ramírez Fernández** / Chileno

Nuestro Directorio, presidido por Ricardo Villela Marino y compuesto por profesionales latinoamericanos de prestigio, sesiona ordinariamente una vez al mes. En las reuniones mensuales, se realiza el seguimiento de los resultados de la institución, el análisis de su posición competitiva, evaluación de los riesgos de crédito, de mercado y operacionales, junto con determinar los lineamientos generales que debe seguir la institución. Es el Directorio quien determina, además, las principales conductas a seguir en términos de gobierno corporativo, cumplimiento de las políticas internas y de las regulaciones aplicables. De este modo, entrega las pautas y lineamientos de acción a la organización a través del gerente general, quien, junto con los ejecutivos que conforman la alta administración del banco, tienen como deber velar por los intereses de los accionistas, desde sus respectivas responsabilidades, velando por el cumplimiento de toda la regulación aplicable y toda la normativa vigente. Adicionalmente, contamos con un Manual de Gobiernos Corporativos, en el que se establece un conjunto de principios y normas que regulan el actuar de los diversos órganos de nuestro gobierno. Comprometidos con estas materias, en junio de 2011 certificamos nuestro modelo de prevención de delitos, de acuerdo a la Ley Nº20.393, siendo el primer banco en Chile que lo hizo.

Comités

Los comités corresponden a la instancia ejecutiva de administración más importante para discutir sobre la marcha del negocio y garantizar el logro de los objetivos corporativos. En Itaú, además de los comités dispuestos por la legislación aplicable y la Recopilación Actualizada de Normas de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, tenemos otros que apoyan el cumplimiento de los planes estratégicos y, en general, la toma mancomunada de importantes decisiones al interior del banco. Los comités que actualmente sesionan en nuestro banco, en los cuales participan el Gerente General, los Gerentes Divisionales, otros gerentes de área s, subgerentes o jefes de productos, son los siguientes:

Comité Gerencial de Dirección

Sus principales objetivos son monitorear la evolución de los negocios del banco, considerando, asimismo, el desempeño de las funciones de soporte, preparando los informes que el gerente general presenta al directorio. Está constituido por distintos subcomités, que representan a todas las áreas del banco, los que colaboran en la tarea de analizar los principales riesgos vinculados a la gestión de nuestro banco. Este comité se reúne quincenalmente.

Comité de Crédito

Sanciona, por una parte, las operaciones de crédito que son presentadas por las distintas áreas de negocio que abarcamos. Adicionalmente,

revisa y propone modificaciones a las políticas y procedimientos de acuerdo con las necesidades y estrategias de nuestra compañía. El comité se reúne semanalmente, de acuerdo con las necesidades y requerimientos específicos.

Comité de Calidad y Transparencia de la Información

Su objetivo es generar los cambios necesarios al interior de nuestra organización mediante un continuo análisis de la data de reclamos de clientes y de información de uso y cierre de productos; benchmark con empresas de clase mundial, liderazgo ético y responsable, y fiel cumplimiento de las normas de transparencia de la información vigentes en Chile. El comité sesiona de manera bimensual o antes si existe necesidad.

Comité de Precios

El objetivo del comité es monitorear el posicionamiento de precios con respecto a la competencia, evaluando y determinando el posicionamiento actual y definiendo el posicionamiento deseado. El comité se reúne cada cuatro meses y extraordinariamente cuando cualquiera de sus miembros permanentes lo requiere.

Comité de Gestión de Iniciativas & Innovación

Este comité tiene por objetivo priorizar la innovación y/o desarrollo de nuevos productos/servicios o la modificación de los ya existentes, como así también efectuar el seguimiento y la aprobación de nuevas iniciativas, que se canalizan a través de la Gestión de la Demanda. Trimestral, pudiendo convocarse a reuniones extraordinarias en caso de ser necesario.

Comité de Cobranza

El objetivo de este comité es monitorear la eficiencia del proceso de recuperación de activos, evaluando y determinando las estrategias para abordar esta etapa del ciclo de crédito. Las reuniones del comité se realizan mensualmente o excepcionalmente cuando el gerente de Riesgo de Crédito Retail o nivel superior en la línea crediticia lo solicite.

Comité de Riesgo Operacional

Evaluar el estado de los procesos críticos que están directamente relacionados con nuestros riesgos operacionales, de acuerdo con la normativa vigente de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, con el fin de detectar y mejorar las deficiencias que se puedan presentar y asegurar la debida implementación de los cambios regulatorios. El Comité tiene reuniones ordinarias, ejecutivas y extraordinarias. Las reuniones ordinarias se celebran al menos una vez al mes, las ejecutivas (ampliadas) al menos 4 veces al año y las extraordinarias se efectúan cuando las cita cualquiera de sus miembros de acuerdo a necesidad.

Comité de Gerencia de Operaciones y Tecnología

Instancia de resolución y análisis de los principales temas que tengan relación con nuestros procesos de back office, continuidad operativa y de negocios, seguridad de la información, procesos de control, desarrollo de aplicaciones, cambios en tecnología y revisiones de procesos, entre otros. Las reuniones de este comité tienen una frecuencia mensual, pero en situaciones extraordinarias cualquier miembro permanente puede llamar a citación de acuerdo con los requerimientos a atender.

Comité de Activos y Pasivos – ALCO*

Su misión es asegurar un balance organizacional adecuado entre áreas de negocios de soporte y de control, dar mayor visión y alcance a negocios que tengan alto potencial de desarrollo futuro, estar alerta a las oportunidades de creación, compras y/o participaciones en nuevos negocios que ofrece el mercado, entre otros. La frecuencia de reunión de este comité es mensual.

Comité Gestión de Capital

Tiene como objetivo fundamental apoyar nuestra gestión de capital, asegurando el cumplimiento de lo que establece la respectiva política y velar por el cumplimiento de nuestra adhesión a los principios y acuerdos del Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, específicamente, en lo concerniente al nuevo acuerdo de capital (Basilea I, II, III). Este comité sesiona mensualmente.

Comité de Remuneraciones

Es la única entidad responsable por alinear, reglamentar, estandarizar y sistematizar las prácticas, los procedimientos y los roles en el planeamiento, las decisiones y la ejecución de los procesos asociados a la administración de las remuneraciones de nuestra institución. Mensualmente se cita a reunión a este comité.

* ALCO: sigla en inglés para denominar el comité de activos y pasivos (Assets and Liabilities Committee)

Comité de Prevención de Lavado de Dinero
Este comité tiene como principales funciones, definir los objetivos estratégicos y de control para mitigar los riesgos de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, así como ejercer la supervisión de la administración de dichos riesgos. El comité se reúne trimestralmente o antes si la situación lo requiere.

Comité de Ética
Tiene por objeto velar por la continua, correcta y real aplicación del Código de Ética Corporativo y de los códigos sectoriales que deban ser cumplidos en Chile. Aplicar las directrices, interpretaciones y definiciones de conductas contenidas en el Código de Ética Corporativo y las complementarias que sean dictadas por la Comisión Superior de Ética. Resolver los eventuales incumplimientos a estas disposiciones que pudieren ser detectados en la organización. La frecuencia de reuniones de este comité es semestral o cuando una situación de incumplimiento lo amerite.

Comité de Prevención de Delitos
En términos generales, monitorear las políticas, procesos y controles para que se desarrollen las labores de vigilancia del Modelo de Prevención de Delitos sancionados por la Ley 20.393, velar por su aplicación efectiva y el establecimiento de métodos para tal fin. Se reconoce al Comité de Prevención de Delitos la competencia para conocer todos los asuntos de su esfera de interés con total independencia de si se originan en nuestra empresa o en cualquiera de sus filiales, siendo sus resoluciones aplicables a todas esas entidades. Sus sesiones son semestrales o en el momento en que sea requerido por alguno de sus miembros permanentes para abordar situaciones extraordinarias.

Comité de Auditoría
Tiene como objetivos fundamentales velar por la eficacia de los distintos aspectos que involucran la mantención, aplicación y funcionamiento de los sistemas de control interno del banco y de sus empresas filiales, así como vigilar atentamente el cumplimiento de las normas y procedimientos que rigen su práctica. Este comité debe conocer y acatar las orientaciones emanadas del Comité de Auditoría de Itaú Unibanco Banco Múltiplo S.A., socio controlador de nuestra organización. Las reuniones del comité son bimensuales.

Comité de Seguridad de la Información, Continuidad de Negocios y Gestión de Crisis
Define el Plan Estratégico de Seguridad de la Información, Continuidad de Negocios y Gestión de Crisis para nuestro banco, asegurando su alineamiento con el plan estratégico de la institución. Del mismo modo, debe hacer seguimiento permanente al cumplimiento del plan, verificar las desviaciones al mismo y hacer los ajustes y cambios de prioridad que se requieran. El comité tendrá reuniones ordinarias y extraordinarias. Las reuniones ordinarias tienen una frecuencia trimestral. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las cite cualquiera de los miembros permanentes.

Comité de Monitoreo de Modelos de Provisiones
El objetivo del comité es revisar los resultados de los Modelos de Provisiones de la Cartera Retail y aprobar modificaciones y recalibraciones de los mismos. El comité sesiona con frecuencia trimestral o excepcionalmente cuando el gerente de Riesgo Retail o nivel superior en la línea crediticia lo solicite.

Comité de Reclasificaciones del SBIF
Con el objeto de reforzar el proceso de reclasificación de la cartera de colocaciones de evaluación individual, se creó a principios de 2009 un comité que revisa, mensualmente, todas aquellas reclasificaciones que surjan de proposiciones emanadas de la línea de negocios o de los actuales procesos de revisiones de cartera. En este comité se revisan los cambios de clasificación de todos los clientes evaluados individualmente, de todos los segmentos de negocio de nuestro banco (Retail, Empresas y Banca Corporativa).

Comité de Monitoreo División Empresas
El objetivo de este comité es permitir un crecimiento sano de la cartera de crédito de la División Empresas de nuestro banco, anticipando situaciones de posibles no pagos y maximizando el pago de las operaciones en su fecha correspondiente a través de alertas previamente definidas. Sus reuniones son de frecuencia quincenal.

Comité de Cobranzas División Empresas
Su objetivo es tomar decisiones e informar al Área Comercial de la División Empresas de la evolución de los casos administrados en las áreas de Cobranza Administrativa y Cobranza Judicial de la División Empresas. Sesiona de modo mensual.

Estructura Administrativa y Personal

Boris Buvinic Guerovich
Gerente General
RUT 8.254.774-7
Ingeniero Comercial
Universidad Católica de Valparaíso

Murilio Patiño García
Gerente de División de Riesgos
RUT. 24.127.037-8
Licenciado en Actuaría Universidad Anáhuac
Maestría en Métodos Matemáticos en Finanzas Universidad Anáhuac

Nicolás Abovic Wiegand
Gerente División Banca Empresas
RUT. 6.948.813-7
Ingeniero Comercial
Universidad Adolfo Ibáñez

Camilo Morales Riquelme
Gerente División Planificación y Control Financiero
RUT. 8.128.840-2
Ingeniero Comercial Universidad de Chile
Master of Arts University of Minnesota

Christian Tauber Domínguez
Gerente División Banca Corporativa
RUT 7.740.940-8
Ingeniero Comercial
Pontificia Universidad Católica de Chile

Alberto Lungenstrass
Gerente División Gestión de Personas
RUT. 7.015.174-K
Psicólogo
Pontificia Universidad Católica de Chile

Víctor Orellana Ángel
Gerente División Banca Personas y Marketing
RUT 7.254.223-1
Ingeniero Comercial Universidad de Chile
MBA Universidad Adolfo Ibáñez

Edgardo Chacc Serrano
Gerente División Operaciones y Tecnología
RUT. 6.675.084-1
Ingeniero Civil Eléctrico
Universidad de Santiago de Chile

Álvaro Alliende Edwards
Gerente División Inversiones
RUT. 7.380.053-6
Licenciado en Ciencias de la Ingeniería
mención Matemáticas, Universidad de Chile
MBA Universidad de California
Los Ángeles (UCLA)

Jaime Leonart Tomas
Gerente División de Crédito
RUT . 9.897.019-3
Ingeniero Comercial
Universidad Católica de Valparaíso
Magíster en Administración Empresas
Universidad Adolfo Ibáñez

Derek Sasson
Gerente División Tesorería
RUT 14.568.029-8
Biólogo
University College London (1986-1989)

Juan Ignacio Castro González
Gerente División Auditoría Interna
RUT. 8.118.621-9
Contador Auditor
Universidad de las Américas
DPA y MBA Universidad Adolfo Ibáñez

*Auditoría depende del Comité de Auditoría de Itaú Holding S.A.

Remuneraciones del directorio y la administración

Durante el año 2012, se estableció que los directores serían remunerados por el desempeño de sus funciones. El monto total pagado como remuneración al directorio correspondió a $33.333.000, como compensación por sus servicios y por su asistencia a reuniones.

Por otra parte, las remuneraciones totales por concepto de sueldos percibidas por los gerentes y principales ejecutivos nuestros en 2012 alcanzaron $11.630 millones. Además, se registra un monto de $1.234 millones, por indemnización por años de servicios.

II. Ética **y Transparencia**

Las estructuras de gobierno que hemos establecido e implementado tienen como marco un fuerte compromiso con las buenas prácticas en materia de ética y transparencia.

Entendemos que nuestra actuación en dicho marco contribuye al cumplimiento de los objetivos que nos hemos planteado, es coherente con nuestra misión y permite un buen relacionamiento con todos nuestros grupos de interés. Asimismo, de manera importante, constituyen un elemento a considerar a la hora de acceder a financiamiento y capital externo. Es este compromiso el que nos ha permitido acceder, por ejemplo, a préstamos de la banca internacional, de manera fluida y construyendo relaciones de confianza.

Es el Código de Ética Corporativo el principal documento orientador en esta materia, el cual contiene cuatro pilares básicos:

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

Principio de buena fe: Actuamos con transparencia y asumimos la responsabilidad de nuestros actos y elecciones.

Principio de interdependencia: Estamos abiertos al diálogo e interactuamos con nuestro público para compartir acciones y objetivos que lleven al bien común.

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

Adicionalmente, adherimos al Código de Conducta y Buenas Prácticas de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF) y al Pacto Global de Naciones Unidas, cuyos principios rectores se orientan fuertemente a materias de ética, anticorrupción y Derechos Humanos.

Para difundir y controlar la conducta ética, nuestro banco ha definido procesos que implican:

a) Establecimiento de un Comité de Ética
b) Inducción corporativa a nuevos colaboradores
c) Difusión y capacitación en las políticas corporativas aplicables:
- Código de Ética Corporativo del grupo Itaú Unibanco
- Política de Gobierno Corporativo Itaú Unibanco
- Política Corporativa de Prevención y Combate a los Actos Ilícitos
- Manual de Prevención de Delitos
- Manual de Políticas y Procedimientos de Conoce a tu Cliente
- Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo
- Manual de Prevención del Delito de Cohecho.

Durante 2012, el total de capacitados en temas de ética y prevención de lavado de dinero, de manera presencial, semi presencial y en e-learning, se desglosó de la siguiente manera:

Total colaboradores capacitados en Código de Ética Corporativo

División	Aprobado	Pendiente	Total general	en %
División Auditoría Interna	10	0	10	100%
División Banca Corporativa	90	4	94	96%
División Banca Empresas	170	12	182	93%
División Banca Inversiones	65	3	68	96%
División Banca Personas & Marketing	1300	100	1400	93%
División Créditos	75	3	78	96%
División Gestión de Personas	28	0	28	100%
División Operaciones y Tecnología	530	18	548	97%
División Planificación y C. Financiero	49	1	50	98%
División Riesgos	44	1	45	98%
División Treasury	21	0	21	100%
Gerencia General	3	0	3	100%
Total general	**2.385**	**142**	**2.527**	**94%**

Total colaboradores capacitados en Prevención Lavado de Dinero

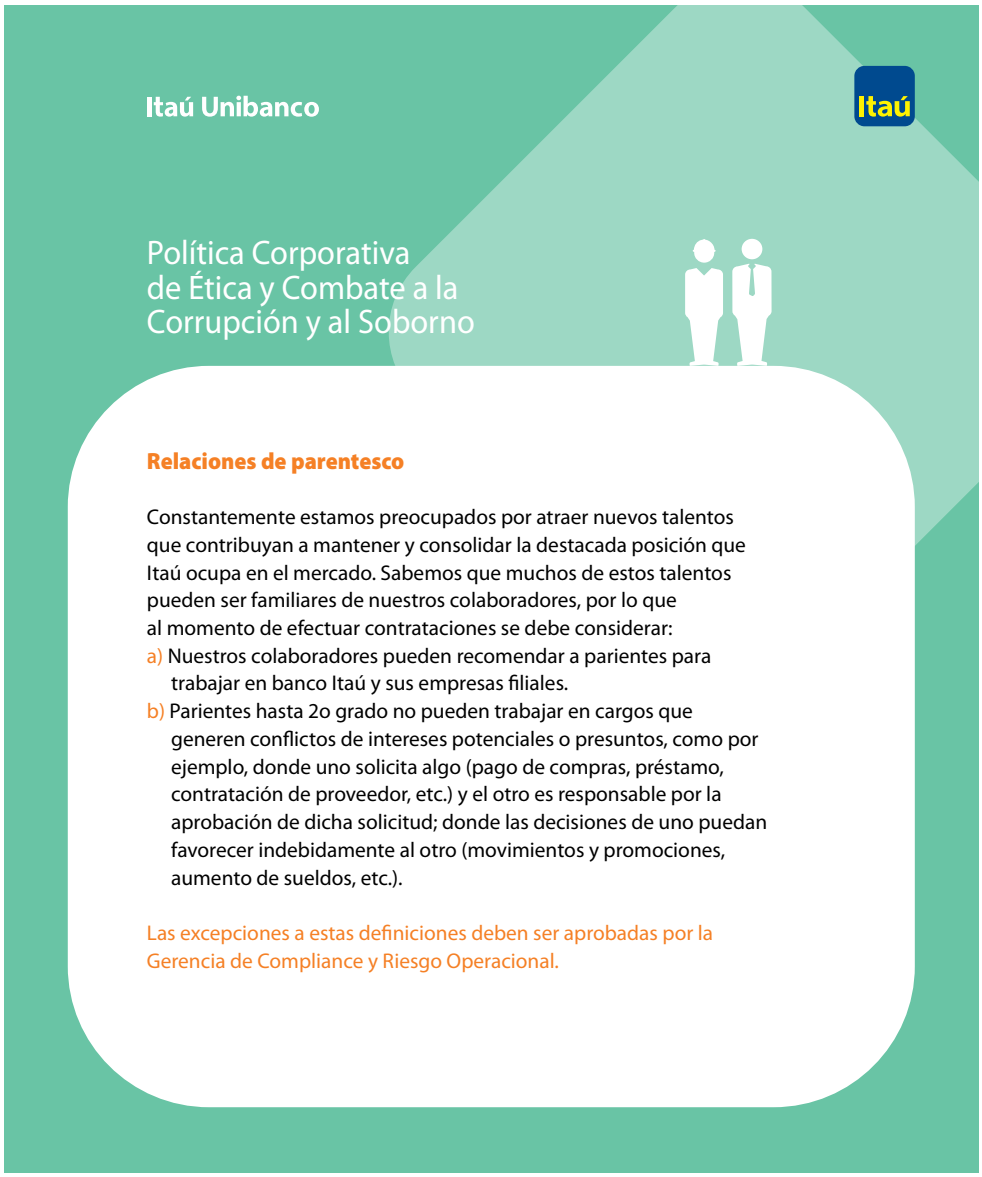
División	Aprobado	Pendiente	Total general	en %
División Auditoría Interna	10	0	10	100%
División Banca Corporativa	90	4	94	96%
División Banca Empresas	164	18	182	90%
División Banca Inversiones	66	2	68	97%
División Banca Personas & Marketing	1269	131	1400	91%
División Créditos	75	3	78	96%
División Gestión de Personas	26	2	28	93%
División Operaciones y Tecnología	522	26	548	95%
División Planificación y C. Financiero	50	0	50	100%
División Riesgos	44	1	45	98%
División Treasury	21	0	21	100%
Gerencia General	3	0	3	100%
Total general	**2.340**	**187**	**2.527**	**93%**

Campañas de difusión a colaboradores 2012.

Comité de Ética

Constituido formalmente en enero de 2011, nuestro Comité de Ética cumple con la normativa local vigente y está alineado con la gestión de ética de Itaú Unibanco. Conformado por el gerente general, sus reportes directos y el gerente de compliance, incluye también al gerente de auditoría, quien participa con derecho a voz, pero sin derecho a voto, a fin de preservar su independencia. Los temas propios del comité son la discusión sobre asuntos, noticias y acontecimientos internos y externos relacionados con la ética; la creación, actualización, consulta e interpretación de los textos relativos a las políticas y procedimientos relacionados con la ética; la resolución de conflictos éticos ocurridos en la organización y en la relación con stakeholders.

Para el cumplimiento de sus funciones, el comité se reúne cuatrimestralmente, debiendo sesionar al menos una vez cada semestre. Las noticias y definición de acciones relacionadas con el tema ético son comunicadas a los colaboradores a través del boletín Compliance News, de periodicidad bimensual.



Campañas de difusión
a colaboradores 2012.

Las denuncias que puedan recibirse en materia de desvíos éticos se manejan de manera confidencial, asegurándose el anonimato del denunciante, quien debe entregar todos los antecedentes que ameriten y permitan una investigación. El protocolo indica:

En 2012 no se registraron incidentes relacionados con corrupción. En materia de conflictos de interés y/o discriminación, participamos en 11 juicios laborales relacionados con dichas materias.

III.Gerenciamiento **de Riesgos**

Una performance sustentable, que agregue valor permanente, implica una adecuada gestión de los riesgos propios de nuestro negocio y de los cambios sociales que nos afectan, lo que puede transformarse en una ventaja competitiva diferenciadora.

La evolución de la actividad económica, el tipo de cambio, la tasa de interés, la inflación y los asuntos legales, regulatorios y de cumplimiento son algunos de los aspectos más relevantes en términos de riesgos a los que estamos expuestos, además de los propios de los procesos operacionales. Éstos son enfrentados a través de políticas y procedimientos, además de comités ad hoc, con responsabilidades claramente establecidas, que velan por el buen funcionamiento de los negocios, los cumplimientos regulatorios y normativos, como también previenen la ocurrencia de eventos relacionados con el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo. Estos riesgos impactan directamente en la composición de la cartera de clientes y productos, los tipos de contrato y el índice de riesgo, indicador que para 2012 fue de 1,57%.

De esta forma, el gerenciamiento de riesgos busca dar cumplimiento a las normativas vigentes y desarrollar negocios adecuadamente equilibrados en la relación riesgo/retorno. Para ello, contamos con distintas gerencias que administran cada uno de los riesgos definidos, los que se dividen en:

Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito se relaciona con la posibilidad de pérdidas patrimoniales a partir del no cumplimiento de las obligaciones por parte del tomador del crédito o del emisor, lo que genera impactos en los gastos y la clasificación de riesgo del banco, entre otros aspectos negativos. La Gerencia de División Riesgos tiene una unidad especializada para el control de riesgo de crédito, con un rol independiente de las gerencias de crédito y de negocios, siendo responsable de la calidad de la cartera de créditos de Itaú, planificando, coordinando y dirigiendo las acciones que permiten identificar, analizar, medir, controlar e informar de manera oportuna el riesgo al que está expuesto el banco. Cada segmento de negocios cuenta con una unidad paralela en la Gerencia de División Créditos, dedicada a la revisión, otorgamiento y normalización de créditos, que participan de todo el proceso respectivo, desde la evaluación y admisión de nuevos segmentos, hasta el pago o recuperación de los créditos otorgados.

Durante 2012, la División Riesgo de Crédito realizó mejoras en la metodología de cálculo de provisiones del segmento retail, incorporando la información de costos generados por concepto de recuperación de créditos vencidos y castigados en la estimación de las pérdidas.

Riesgo de Mercado

Este riesgo dice relación con posibles pérdidas derivadas de las fluctuaciones del mercado en materia de tipo de cambio, precio de acciones, commodities u otros. A este respecto, el área vela por el adecuado cumplimiento de las políticas de Riesgo Financiero, la de Fair Value y la de Liquidez, a través de identificación, evaluación y control de riesgos, procurando proporcionar permanente adecuación de la gestión a la naturaleza de las operaciones, a la complejidad de los productos y a la dimensión de la exposición al riesgo de la institución. Controla límites y participa activamente en las distintas operaciones que se realizan cada día en nuestro banco y, en particular, en la Tesorería.

Durante 2012, esta división desarrolló proyectos tendientes a mejorar las mediciones y la gestión del riesgo, específicamente, las mediciones de los indicadores de liquidez sugeridos en Basilea III, LCR y NSFR, mejorando la gestión y los costos asociados. También se trabajó en la inclusión de un nuevo marco de límites para la gestión de los portafolios de banca y negociación enfocados a una mayor granularidad y foco en los riesgos de descalce.

Riesgo Operacional

Este riesgo indica posibles pérdidas a partir de deficiencias o fallas de los procesos internos, ya sea que involucren personas, sistemas, procedimientos, contratos u otros. En banco Itaú contamos con un área de riesgo operacional, que busca crear un ambiente de control que garantice el funcionamiento eficiente del proceso de administración de riesgos de la institución, su identificación, mitigación y control, basándose en la recepción continua de indicadores de riesgo; controles SOX (Ley Sarbanes-Oxley, impulsada por EE.UU. para evitar fraudes corporativos); reportes provenientes de auditorías internas y externas; autoevaluación de controles de la línea; cambios normativos; nuevos negocios; nuevas tecnologías y tendencias de mercado.

Durante 2012, el área implementó un sistema automático de registro de los castigos operacionales, el que contiene un flujo de aprobación con los respectivos aprobadores, generando alertas a quienes deben aprobar por vía remota. Este sistema permitió una mejor y más rápida recolección de la información, como también el trabajo sobre la misma, a fin de detectar causas recurrentes.

Riesgo Legal

Es aquel riesgo proveniente de las decisiones regulatorias y nuestra área de riesgo legal se encarga de entregar asesoría, análisis, interpretación y difusión de la regulación aplicable, preparación de la documentación necesaria para la consecución de los negocios de las diferentes áreas del banco y sus empresas filiales en Chile, de modo que toda actividad y operación sean conducidas en concordancia con las regulaciones aplicables y sustentada en la documentación legal correspondiente que dé cuenta de acuerdos válidamente suscritos y fije los derechos y obligaciones de las partes.

Durante 2012, a partir de la creación del SERNAC Financiero, el área capacitó a todos los involucrados en el cumplimiento de la nueva ley para su correcta ejecución.

Compliance

La prevención de los riesgos de lavado de dinero y activos, financiamiento del terrorismo y cohecho son los que aborda el área de Compliance. Su responsabilidad es diseñar, implementar y velar por un adecuado cumplimiento del programa que protege a nuestra organización frente a estas problemáticas.

En 2012, el trabajo estuvo enfocado en mejorar, a través de la creación de nuevas reglas de monitoreo y nuevos reportes, el sistema centralizado de monitoreo de operaciones, elemento fundamental junto con el conocimiento del cliente para lograr la detección de operaciones sospechosas. Adicionalmente, se llevó a cabo una serie de proyectos tendientes a apoyar a las distintas unidades de negocio en el proceso de conocimiento del cliente, especialmente en la individualización y detección de actividades riesgosas y de la calidad de Persona Políticamente Expuesta.

Riesgos socioambientales en créditos

Si bien el negocio financiero no impacta de modo directo al medioambiente, estamos conscientes que de modo indirecto, a través del otorgamiento de créditos, podemos participar de proyectos con importantes impactos socioambientales. Es por ello que Itaú Unibanco en Brasil ha establecido una categorización de proyectos financiables en esta materia, incluidos en su Política de Riesgo

Socioambiental, que está siendo integrada de manera progresiva en los distintos países donde nuestra compañía tiene presencia.

De esta forma, la Política de Riesgo Socioambiental para el crédito a empresas (personas jurídicas), representa nuestro compromiso de integrar el aspecto socioambiental en el proceso de análisis y concesión de crédito a las empresas, con los siguientes objetivos:

- Establecer directrices e instrumentos para la evaluación de los riesgos socioambientales en el análisis del crédito;
- Apoyar internamente los programas y acciones de desarrollo sustentable y entregar directrices para el entrenamiento de los profesionales del área comercial y de crédito a personas jurídicas; y
- Contribuir para que nuestros clientes empresas mejoren sus prácticas socioambientales.

En Chile, esta política es parte del Manual Corporativo de Riesgos y fue difundida ampliamente durante 2012. En este marco, llevamos a cabo una serie de capacitaciones, específicamente al Área de Crédito de IBBA Chile (Banca Corporativa). Así, 35 colaboradores, entre analistas, jefes de Crédito, abogados, subgerente y gerente de Crédito, se capacitaron en lo relativo a los Principios del Ecuador y al manejo y gestión de los riesgos socioambientales en los créditos.

Comenzamos las capacitaciones por esta área, debido a que la banca corporativa envía permanentemente los proyectos de *Project Finance* que entran en las directrices de los Principios del Ecuador a la Casa Matriz para su evaluación crediticia.

Durante 2012, no registramos multas en materia medioambiental. En el siguiente cuadro indicamos las sanciones que nos involucraron y su descripción:

Multas 2012

Fecha	Organismo sancionador	Monto $	Detalle
30-04-2012	Municipalidad de San Bernardo	354.000	Vigilante en entrenamiento sin conocimiento de la prefectura en sucursal San Bernardo
11-05-2012	Municipalidad de Ñuñoa	157.648	Instalación de letreros sin permiso municipal
11-05-2012	Municipalidad de Concepción	117.401	Multa de JPL "vigilante de sucursal Plaza Perú no estaba en posición estratégica"
27-07-2012	Tesorería General de la República	58.701	No comparecer ante la Inspección del Trabajo con poder de representación
20-08-2012	Municipalidad de Vitacura	80.000	Ejercer actividad sin patente municipal en sucursal Nueva Costanera.
30-09-2012	CCLV	113.137	Comisión de intermediación corredores de bolsa Banco Estado, anulación de operación fuera de horario
30-09-2012	SII	1.380.216	3 multas por rectificaciones de declaraciones juradas
27-12-2012	Municipalidad de Providencia	201.030	Multa por ruidos molestos

Maite Cárcamo. Hija de Fancy Cabezas, sucursal Los Trapenses.

Modelo de Sustentabilidad

Qué es Performance Sustentable

Es generar valor compartido para colaboradores, clientes, accionistas y sociedad, garantizando la perennidad del negocio.

Visión:
Ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de los clientes.

Fieles a nuestra visión, trabajamos para integrar la sustentabilidad en nuestra cultura corporativa, sus actividades y estrategia. En ese marco, Itaú Unibanco desarrolló durante 2011 el "mapa de sustentabilidad", instrumento orientador en la toma de decisiones respecto de nuestras operaciones y negocios. El mapa ha sido sometido a análisis y evaluación de modo permanente, a fin de que mantenga su vigencia de acuerdo con los cambios en el contexto económico, regulatorio, social y medioambiental. De esta forma, a través del mapa, sus focos estratégicos y sus respectivos frentes facilitadores, ponemos en práctica nuestros lineamientos estratégicos de manera sustentable.

Sociedad
- Diálogo permanente para entender las expectativas
- Aliado en el desarrollo de las personas, sociedad y país
- Ser agente de transformación

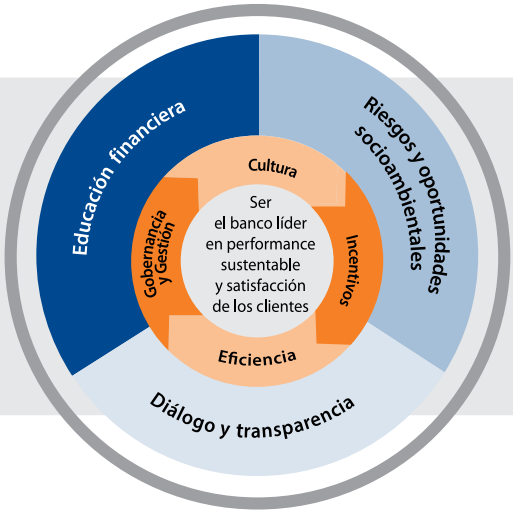
Accionistas
- Relación a largo plazo
- Resultado financiero

Clientes
- Equilibrio de la relación
- Soluciones financieras acordes con el ciclo de vida del cliente
- Transparencia
- Educación financiera
- Fidelización
- Integración de criterios ESG en la evaluación de riesgo y diseño de productos

Funcionarios
- Desarrollo de las personas
- Incentivos
- Meritocracia
- Cultura y clima organizacional

II. Focos **Estratégicos**

Educación Financiera
Entender las necesidades de las personas para ofrecer conocimiento y soluciones financieras adecuadas, ayudando a que los particulares y empresas tengan una relación saludable con el dinero.



Riesgos y oportunidades socioambientales
Buscar oportunidades de negocios y gestionar riesgos socioambientales, considerando tendencias de mercado, regulaciones, demandas de clientes y de la sociedad.

Diálogo y transparencia
Construir relaciones de confianza y perennes, para mejorar nuestros negocios y generar valor compartido.

Durante 2012 se realizaron diversas actividades respecto de estos 3 focos estratégicos, las cuales se pueden revisar en las distintas secciones de este reporte.

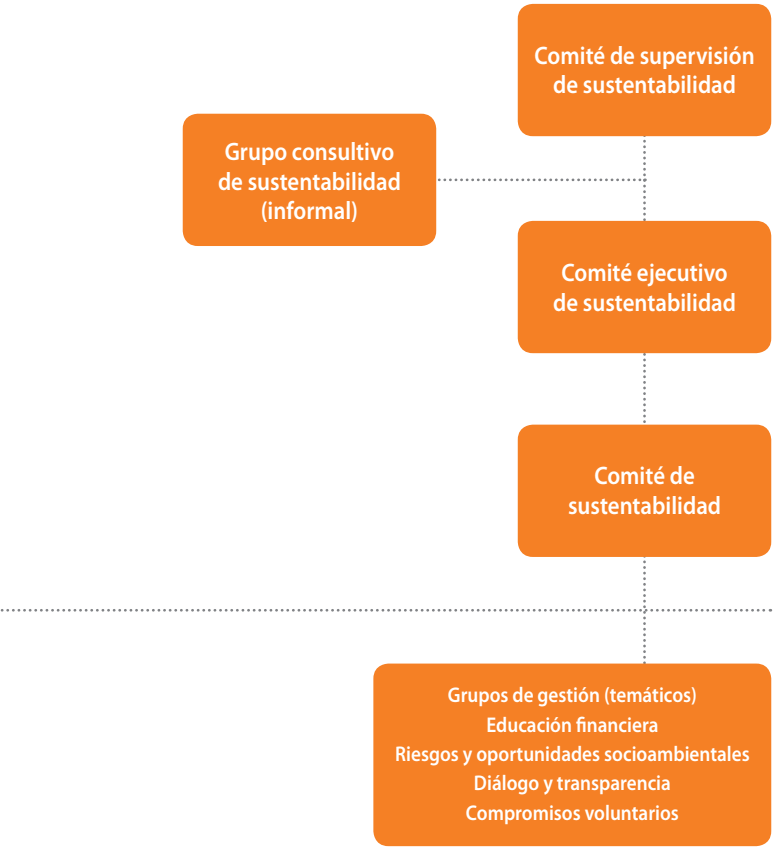
Foco Estratégico	Actividades 2012
Educación Financiera	- Obra de teatro y serie audiovisual **"Toma chocolate, paga lo que debes"** - Portal www.educarchile.cl: Economía para la Escuela **- e-learning a colaboradores** **- Charlas de concientización** **- Campaña interna**
Riesgos y Oportunidades	**- Inicio de un proceso para poder monitorear el riesgo socioambiental de créditos en el mediano plazo** (Préstamo DEG exige desarrollo de Social & Environmental Management System) **- Sello ProPyme**
Diálogo y Transparancia	**- Agenda Abierta** **- Campaña Compliance 2012** **- Simplificación contratos** (en función de nueva Ley Sernac Financiero) **- Informe de Gestión Sustentable**

III. Frentes **Facilitadores**

Los frentes facilitadores de nuestro mapa de sustentabilidad son palancas internas que sustentan y apoyan las diversas iniciativas en todas las áreas del banco, para que nuestros focos estratégicos siempre estén conectados con las estrategias de negocio. Estos frentes son:

Gobierno y gestión

El éxito de nuestra estrategia para consolidar la gestión de la sustentabilidad depende de un gobierno activo y capaz de insertar el tema en todas las áreas. Es por ello que en 2012 entró en vigor una nueva estructura de gobernanza para la sustentabilidad en casa matriz, con más poder de decisión.



Incentivos

Evaluación del desempeño y la retribución en base a ello, son herramientas fundamentales para la estrategia de actuación sustentable. Algunos ejemplos importantes de este análisis son las metas que incluyen indicadores financieros, el índice de eficiencia, clima organizacional y la satisfacción del cliente, destinado a impulsar los resultados para garantizar un rendimiento sostenible de nuestro negocio.

Eficiencia

La permanente búsqueda de eficiencia impulsa el ahorro en términos de costos y el aumento en la generación de ingresos de manera perenne en todas las áreas del banco. Por ello, evaluamos de manera permanente y sistemática los gastos, la utilización y reciclaje de insumos, la optimización de recursos y una mejor sinergia entre las diversas actividades operacionales.

Cultura

Nuestra cultura corporativa, expresada en las diez actitudes de Nuestra Manera de Hacer, es la forma en que tratamos de hacer realidad nuestra visión de ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de los clientes. Por lo tanto, es esencial que todos los procesos de la cultura interna estén alineados con la estrategia de sustentabilidad de la organización.

Política de Sustentabilidad **Itaú Unibanco**

Principales directrices

Nuestra Política de Sustentabilidad establece las siguientes directrices como forma de su efectiva implantación:

Acerca de la gestión
- Incorporar continuamente la sustentabilidad en los procesos de gestión de la organización;
- Promover el diálogo estructurado con las partes interesadas;
- Evaluar riesgos socioambientales de acuerdo con políticas propias y observando la legislación vigente;
- Incorporar aspectos relacionados con los cambios climáticos, gestionando riesgos y buscando desarrollar soluciones que aporten adecuadamente a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero;
- Identificar y seguir indicadores de sustentabilidad;
- Comunicar de forma clara y transparente, entregando las informaciones pertinentes y respetando el grado de entendimiento de los diversos públicos;
- Proteger y respetar los Derechos Humanos en nuestra cadena de valor, rechazando todas las formas de trabajo infantil, forzado u obligatorio;
- Perfeccionar los mecanismos de rendición de cuentas.

Acerca de los productos y servicios
- Incluir aspectos de sustentabilidad en la concepción de nuevos productos y servicios, priorizando la innovación y la creación de un sentido de oportunidad ante nuevas exigencias de la sociedad;
- Identificar oportunidades de negocio que puedan resultar en inclusión financiera y apoyo a los que permanecen excluidos de los beneficios de esos productos y servicios;
- Estimular negocios en nuevos mercados alineados con el desarrollo sustentable.

Acerca del público interno
- Promover un ambiente de trabajo inclusivo que valorice la diversidad y la equidad;
- Desarrollar programas de educación y sensibilización en sustentabilidad para todos los gestores y colaboradores;
- Contemplar criterios de sustentabilidad en la selección, contratación, promoción y despido de colaboradores, así como evaluación de resultados y remuneración;
- Garantizar condiciones de trabajo adecuadas y el bien de los colaboradores, por medio de estándares de salud y de seguridad ocupacional;
- Estimular el uso consciente de servicios financieros por medio de educación financiera.

Acerca de las relaciones con proveedores
- Promover y facilitar el desarrollo de los proveedores en relación con la agenda de la sustentabilidad;
- Perfeccionar los requisitos a considerar en la contratación de proveedores, de forma que atiendan a los criterios de sustentabilidad;
- Construir relaciones duraderas a través de contratos de largo plazo.

Acerca de las relaciones con clientes
- Adoptar políticas de relacionamiento con clientes que estimulen su compromiso con la sustentabilidad;
- Influenciar y concientizar a los clientes, activamente y en todas las oportunidades de relacionamiento, acerca de los preceptos de la sustentabilidad;
- Promover la construcción de relaciones basadas en la confianza y la calidad para una relación de largo plazo;
- Poner a disposición las informaciones necesarias para que nuestros clientes utilicen conscientemente los productos y servicios financieros que ofrecemos.

Acerca de las relaciones con la sociedad
- Mantener permanente y activa su agenda de compromiso con los principales desafíos del desarrollo sustentable del país y de las comunidades en que Itaú Unibanco se hace presente;
- Apoyar mecanismos de mercado que promuevan mejoras continuas para la sociedad y mitiguen la pobreza y desigualdad.

Acerca del medioambiente
- Apoyar mecanismos de mercado y políticas internas que promuevan el respeto al medioambiente, a la calidad de vida y mantenimiento de la biodiversidad;
- Desarrollar y perfeccionar mecanismos y políticas internas para gestión de los impactos indirectos de las operaciones financieras;
- Mitigar los impactos ambientales directos de sus operaciones.

Compromisos y rendición de cuentas

En Itaú Unibanco utilizamos instrumentos relevantes de monitoreo y rendición de cuentas, alineados con compromisos internacionalmente reconocidos como: el Pacto Global, los Principios de Ecuador, AA1000.
El reporte de nuestra gestión y de sus prácticas sigue las directrices de Global Reporting Initiative - GRI para Informes de Sustentabilidad. Además, direccionamos nuestras prácticas siguiendo los índices Dow Jones Sustainability Index (NYSE) e Índice de Sustentabilidad Empresarial (BM&FBOVESPA), entre otras referencias de mercado.

Consuelo Galaz. Hija de Ximena Contreras, CTO, piso 5.

Performance Sustentable

Desempeño **Social**

Diálogo y compromiso con nuestros grupos de interés

Nuestra definición de performance sustentable supone generar valor no sólo para los propietarios del banco, sino para todos nuestros grupos de interés. De esa definición se desprenden nuestras estrategias, políticas, procedimientos y programas, los que apuntan a dar sustentabilidad a nuestra empresa mediante relaciones duraderas, transparentes y consistentes.

La definición de nuestros grupos de interés surge desde el análisis de las actividades que realizamos y los ámbitos en los cuales nos desenvolvemos. De ello se definen grupos prioritarios, como colaboradores, clientes y accionistas, además de otros grupos en los que tenemos impacto y en quienes confiamos para la realización de nuestras actividades, como son los proveedores y la sociedad en su conjunto.

En la relación con los grupos de interés antes descritos, nos preocupamos de ser agentes de transformación que impulsen a las personas a introducir cambios positivos para su vida y para la sociedad. A través de distintas instancias de comunicación e información, como nuestras oficinas, página web, publicaciones anuales, como memorias e informes de gestión, el programa Agenda Abierta y diversas encuestas de satisfacción a colaboradores, clientes y proveedores, estamos constantemente monitoreando el estado de nuestro compromiso con los distintos grupos.

A lo largo de este capítulo damos cuenta de nuestro desempeño social, describiendo los fundamentos, acciones y canales de comunicación utilizados con cada uno de los grupos de interés prioritarios: accionistas, colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

I. Nuestros **Accionistas**

Nuestro banco forma parte de Itaú Unibanco Holding S.A., a través de Itaú Chile Holding Inc, accionista principal que posee el 99,9999% de las acciones de banco Itaú Chile.

Junto a nuestro banco, el accionista principal controla también las filiales Itaú Chile Corredora de Seguros Ltda., Itaú Chile Administradora General de Fondos S.A. e Itaú Chile Corredor de Bolsa Ltda., todas con un 99,9% de las acciones.

El diálogo con los accionistas se da a través de las distintas instancias en que directorio y administración se reúnen, tanto como mediante publicaciones periódicas respecto de los resultados financieros y diversas actividades de nuestra institución. De esta forma, la estructura de gobierno corporativo es fundamental para la relación con este grupo de interés.

Para mayor información respecto de ello, favor remitirse al capítulo sobre gobierno y gestión de riesgos en el presente informe.

II. Nuestros **Colaboradores**

2.409 colaboradores practican a diario nuestros valores y cultura corporativa, fomentan la meritocracia y el trabajo en equipo, contribuyendo con ello a la performance sustentable y a la satisfacción de nuestros clientes.

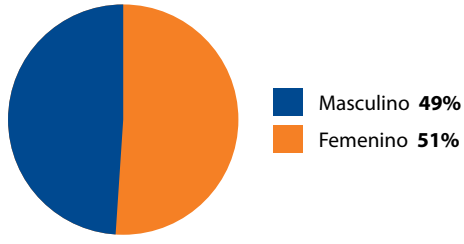
Perfil de los colaboradores

Detalle dotación total Itaú Chile

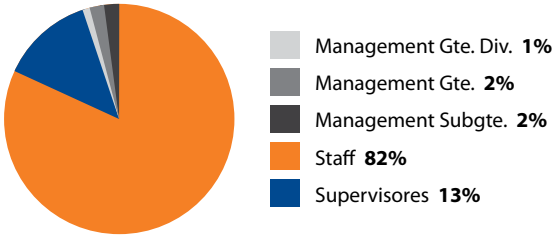
Empresa	Dic-11	Dic-12	Variación	%
Banco Itaú Chile	2.243	2.347	104	4.6%
Itaú Chile Administradora General de Fondos S.A.	22	36	14	63.6%
Itaú Chile Corredor de Bolsa Ltda.	12	10	-2	-16.7%
Itaú Chile Corredora de Seguro Ltda.	17	16	-1	-5.9%
Total general	**2.294**	**2.409**	**115**	**5.0%**

Banco Itaú Chile

Colaboradores por género a diciembre 2012



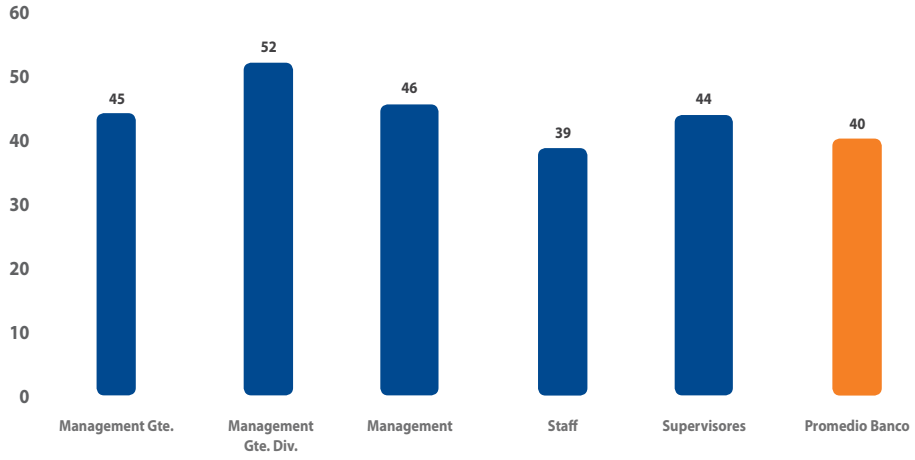
Colaboradores por segmento a diciembre 2012



Género según segmento

Estamento	Masculino	Femenino
Management	72,2%	17,8%
Staff	44,3%	55,7%
Supervisores	65,4%	34,6%

Promedio edad según segmento a diciembre 2012

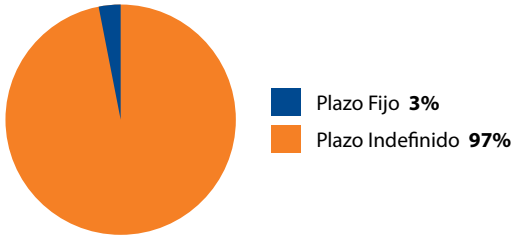


Promedio antigüedad en el cargo a diciembre 2012

	Años
Management Gte.	8
Management Gte. Div.	9
Management Subgte.	9
Staff	5
Supervisores	8

Colaboradores por tipo de contrato a diciembre 2012

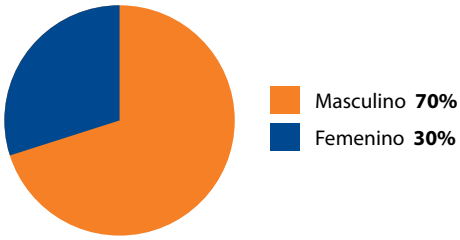
Banco Itaú Chile



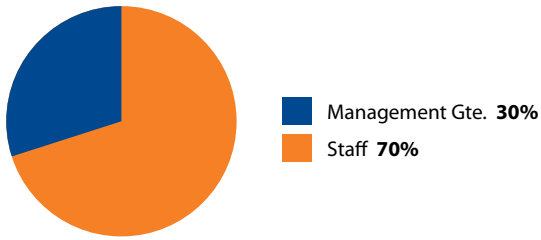
Los colaboradores de las filiales Itaú Chile Administradora General de Fondos S.A., Itaú Chile Corredora de Bolsa Ltda. e Itaú Chile Corredora de Seguro Ltda. tienen 100% de contratos a plazo indefinido y cargos de tipo full.

Itaú Chile Corredora de Bolsa Ltda.

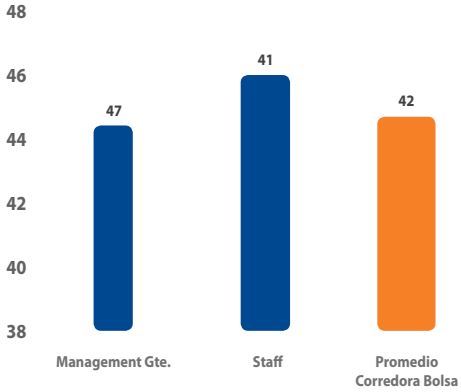
Colaboradores por género a diciembre 2012



Colaboradores por segmento a diciembre 2012



Promedio edad según segmento a diciembre 2012



Género según segmento

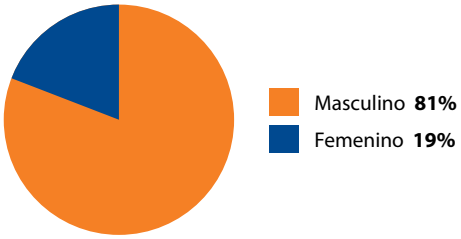
Estamento	Masculino	Femenino
Management	100%	0%
Staff	57,2%	42,8%

Promedio antigüedad en el cargo a diciembre 2012

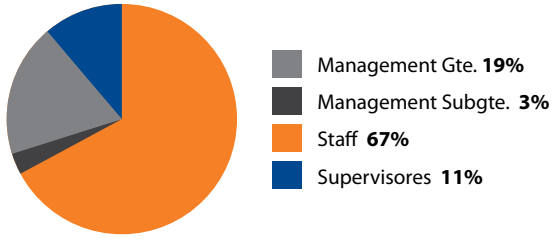
	Años
Management Gte.	5
Staff	5

Itaú Chile Administradora General de Fondos S.A.

Colaboradores por género a diciembre 2012



Colaboradores por segmento a diciembre 2012

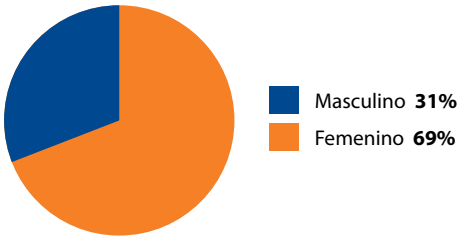


Género según segmento

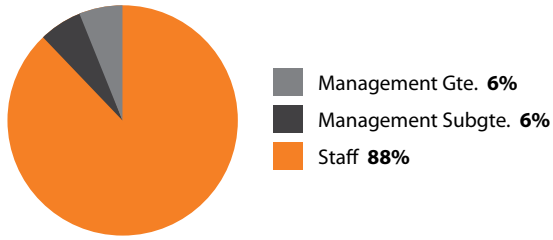
Estamento	Masculino	Femenino
Management	75%	25%
Staff	83,4%	16,6%
Supervisores	75%	25%

Itaú Chile Corredora de Seguro Ltda.

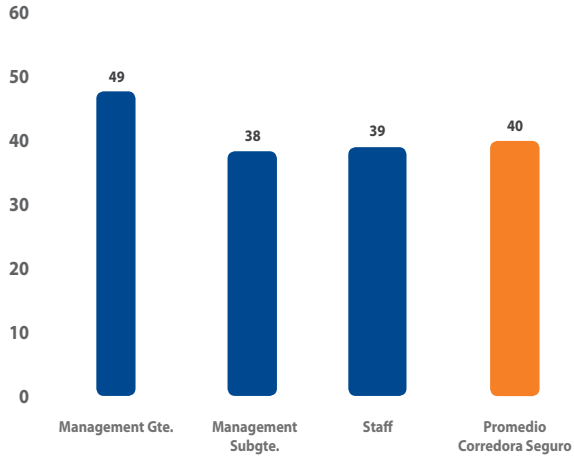
Colaboradores por género a diciembre 2012



Colaboradores por segmento a diciembre 2012



Promedio edad según segmento a diciembre 2012



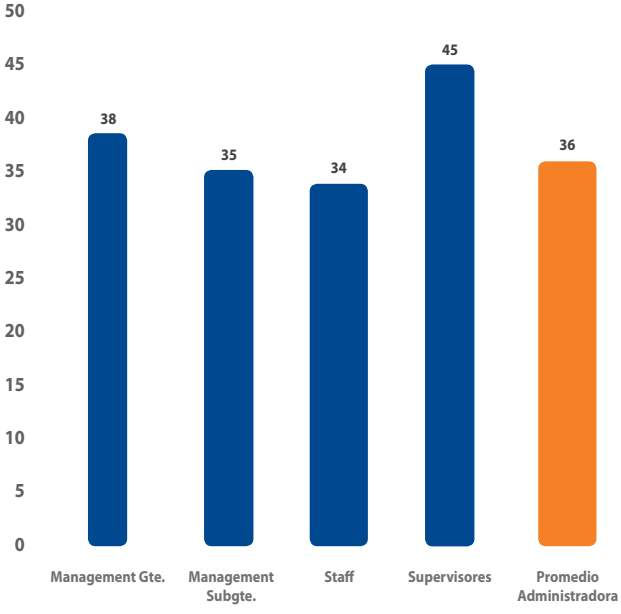
Género según segmento

Estamento	Masculino	Femenino
Management	100%	0%
Staff	21,5%	78,5%

Promedio antigüedad en el cargo a diciembre 2012

	Años
Management Gte.	14
Management Subgte.	13
Staff	8

Promedio edad según segmento a diciembre 2012



Promedio antigüedad en el cargo a diciembre 2012

	Años
Management Gte.	3
Management Subgte.	7
Staff	4
Supervisores	3

Reclutamiento y selección de talentos

Nuestra Política de Reclutamiento y selección es la guía para efectos de estos procesos, la que indica como principios básicos lo siguiente:

Efectividad
- Utilizar fuentes de reclutamiento confiables.
- Utilizar metodologías capaces de predecir el comportamiento laboral.
- Cumplir con estándares de tiempo definidos.

Desarrollo del talento interno
- Para fortalecer nuestro valor corporativo de **meritocracia,** que da énfasis al desarrollo de carrera profesional basado en la performance y la contribución relativa de las personas a la organización.
- Privilegiamos la selección de candidatos internos, ya sea a través de búsquedas dirigidas o concursos abiertos (Job Posting).

Imparcialidad y transparencia
- Se trate de candidatos internos o externos, nuestra compañía presenta a quienes postulan a un cargo ofertas competitivas y equitativas.
- Se evalúa el perfil de potencialidades de los postulantes internos o externos, con metodologías que aseguran la ecuanimidad de las decisiones y, a su vez, permiten a los candidatos evaluar si la oportunidad brindada responde a sus expectativas económicas y de desarrollo profesional.
- Los procesos de selección deben ser imparciales y en la base de la decisión de contratación se encuentra el grado de adecuación de las características del cargo y la empresa, las que son evaluadas a través de herramientas objetivas.

Idoneidad de los candidatos
- Los candidatos que postulen a nuestro banco y sus empresas filiales deben ser capaces de identificarse con nuestra cultura y valores organizacionales internos o externos y suscribir y comportarse de acuerdo con nuestro Código de Ética.
- Asimismo, al evaluar el perfil de potencialidades y competencias de los postulantes, se debe indagar la tendencia a cometer actos reñidos con la ética y/o la legislación vigente, en especial aquellos que pudieren significar imponer sanciones por la responsabilidad penal de las personas jurídicas y que adicionalmente, comprendan la importancia de prevenir la ocurrencia de operaciones de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, ya sea a través de evaluación de conducta comercial o durante el proceso de entrevista psicolaboral y/o técnica.

Como adherentes al Pacto Global y alineados con las políticas de Itaú Unibanco y la legislación nacional, en Itaú Chile rechazamos el trabajo infantil y las prácticas de trabajo forzado, así como también, prácticas que atenten contra la meritocracia e impliquen influencias indebidas. Esto consta en nuestra política de Reclutamiento y selección, donde se señalan como condiciones básicas para ser parte de los procesos de incorporación a Itaú:

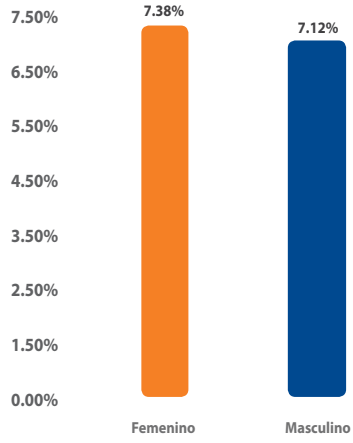
Nicolás Urrutia De La Fuente, 9 años.
Hijo de Luis Urrutia Suárez
Analista de Sistemas CTO.

- Tener a lo menos 18 años de edad cumplidos.
- Enseñanza Media completa como mínimo.
- No tener presencia en listas prohibidas (Negative File, listas OFAC).
- No tener conflicto de interés por parentesco con algún colaborador de banco Itaú ni de alguna de sus empresas relacionadas.
- No tener conflicto de interés por actividad.
- No tener registro de antecedentes penales en el Certificado de Antecedentes proporcionado por el Registro Civil y de Identificación.
- Si se trata de un postulante que ha trabajado anteriormente en banco Itaú o alguna empresa relacionada, no haber sido despedido y haber logrado una performance destacada o diferenciada en su período de pertenencia en la institución.
- En el caso de los vigilantes, ellos además de los requisitos anteriores deben cumplir:
  - Nacionalidad chilena.
  - Haber realizado un curso especial impartido por el OS-10 de Carabineros de Chile.
  - Evaluación psicológica/psiquiátrica en profundidad, por la naturaleza de las responsabilidades que deben asumir.
- En el caso de los ejecutivos comerciales:
  - Deben cumplir todos los requisitos formales, pero no son evaluados psicológicamente, sino que técnicamente por el Supervisor.
  - Obtención de referencias laborales.
  - Ingreso a plazo fijo de 90 días.

Índice promedio de rotación laboral (por sexo y región)

Indicador	Año 2012
Femenino	7.38%
Masculino	7.12%
Total	**14.5%**

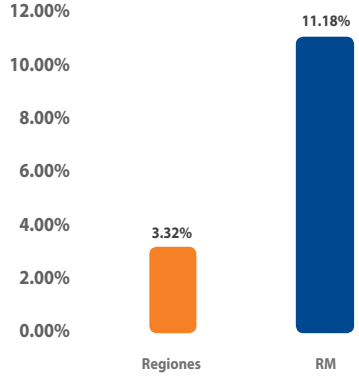
Turnover por género - 2012



Turnover acumulado por región

Indicador	Año 2012
Regiones	3.32%
RM	11.18%
Total	**14.5%**

Turnover por región - 2012



Remuneraciones

Nuestra Política de Remuneraciones indica que todas las decisiones salariales deben ser parte del Plan Anual de Remuneraciones del banco, el que implica un sistema de comparación de cada uno de los cargos o funciones específicas, debidamente descritas y evaluadas, con el valor de aquellos cargos en el mercado (homologación).

De esta forma, nuestros salarios se encuentran en torno al promedio del mercado, con límites mínimos y máximos, que están entre el 80% y 130% de la media del mercado. Independientemente de lo anterior y por razones estratégicas y/o de mercado, en ocasiones es necesario posicionar cargos, estamentos o segmentos funcionales en percentiles distintos a la media.

Este lineamiento se aplica a todos los colaboradores, sin consideración de género, lo que asegura una equidad salarial entre hombres y mujeres.

Los sueldos de nuestros colaboradores no contemplan como parte de la remuneración las asignaciones por movilización, pérdidas de caja, desgaste de herramientas, colación, viáticos, prestaciones familiares otorgadas por ley, indemnizaciones por años de servicio.
Ello, en cumplimiento de la legislación laboral descrita en el Código del Trabajo, Capítulo V.

Nº de empleados con salario mínimo

Al 31 de diciembre 2012, existen 212 ejecutivos comerciales, correspondientes al 9% de la dotación total, cuyos contratos refieren al sueldo mínimo, es decir, percibieron durante 2012, en promedio, una renta fija de $ 195.027. Sin embargo, estos colaboradores son comisionistas, por lo que su sueldo promedio efectivo durante 2012 ascendió a $ 1.107.212. De esta forma, la relación entre sueldo promedio de Itaú y el sueldo mínimo a nivel nacional es*:

- **En promedio, los salarios de entrada fueron 6,4 veces el salario mínimo.**
- **En promedio, los salarios del banco son 7,1 veces el salario mínimo.**

*En relación con las contrataciones efectuadas el 2012.

Principios básicos para el pago de remuneraciones en Itaú:

Mérito individual: las remuneraciones deben reflejar los méritos individuales expresados en el nivel jerárquico y de responsabilidades de la función/cargo del colaborador, como su desempeño y trayectoria personal en la organización (mérito).

Alineamiento: las remuneraciones, su política, sus definiciones, procedimientos y prácticas deben estar alineados corporativamente.

Competitividad: deben contribuir a atraer, adherir y/o retener a las personas de talento que requiere la organización, respondiendo eficazmente a las prácticas, "volatilidades" y situaciones específicas del mercado laboral.

Confidencialidad: se debe respetar el carácter personal de las remuneraciones, por lo tanto, se exige un tratamiento que asegure la confidencialidad de dicha información, debiendo ser conocida sólo por el colaborador y su línea directa de supervisión.

Transparencia: la Política de Remuneraciones, sus definiciones y procedimientos deben ser conocidos por todos (gestores y colaboradores).

Equidad interna: las remuneraciones deben ser equitativas, de manera que a iguales funciones, desempeño y trayectoria individual, deben observar un grado de equidad apropiado.

Legalidad: las remuneraciones, sus procedimientos y prácticas deben cumplir siempre con las leyes vigentes.

Performance y meritocracia

La responsabilidad de gestionar la performance y de implementar y promover la meritocracia, los valores corporativos y la Manera de Hacer Itaú recae sobre la gerencia de Gestión de Personas, quienes desarrollan procesos de inducción para la adopción de nuestra cultura por parte de las personas que se integran al banco, además de desarrollar permanentemente iniciativas para la totalidad de nuestros colaboradores, a fin de fortalecer la cultura, la eficacia y la eficiencia en los procesos, potenciar los talentos y lograr hacer de Itaú un gran espacio de trabajo.

El programa de "Inducción Corporativa" consta de 2 actividades: Inducción Corporativa presencial e Inducción e-learning normativa, gestionadas por la Subgerencia de Cultura y Desarrollo Organizacional, dependiente del área de Gestión de Personas.

Principios de meritocracia de Itaú Unibanco

1) La meritocracia es una de las principales convicciones de Itaú Unibanco. Por ello, entendemos que su práctica es un derecho y un deber de todos.

2) Nuestros colaboradores deben establecer metas claras y desafiantes para ellos mismos y para sus equipos. Sólo así será posible reconocer desempeños diferenciados de manera diferenciada.

3) Entendemos que las evaluaciones periódicas de performance son uno de los instrumentos más importantes de la meritocracia y deben ser realizadas como mínimo una vez al año, para todos los colaboradores.

4) Las evaluaciones de performance deben considerar no sólo las metas (objetivos) establecidas en el periodo, sino también el alineamiento con Nuestra Manera de Hacer. Para nuestra compañía es importante el "cómo" se hace, tanto como el "qué" se hace.

5) El ejercicio de evaluación debe ser absolutamente transparente para los evaluados.

6) Los evaluados, sin excepción, deben conocer su posición relativa al final del proceso de evaluación, como garantía de transparencia del proceso de gestión.

7) El proceso de evaluación exige retroalimentación honesta y transparente en relación con la performance. Debe resaltar puntos fuertes y débiles, el potencial y las perspectivas del profesional, relevando por sobre todo su desempeño.

8) Ninguna decisión sobre promoción, aumento por mérito, oportunidades en una nueva función, asociación o desvinculación puede ser tomada sin tener como base la evaluación individual relativa del colaborador.

9) Los líderes deben encontrar espacios y ofrecer oportunidades para que los mejor evaluados desplieguen plenamente su potencial dentro de la organización.

10) Las personas son las principales responsables por las propias carreras.

Todas deben buscar continuamente mejores oportunidades profesionales dentro de la institución.

Valoración de la diversidad

En banco Itaú respetamos las diferencias de género, políticas, religiosas, culturales, etc., lo que está estipulado claramente en los contratos de trabajo, en el reglamento interno y en el Código de Ética que nos guía.

Valoramos la diversidad, por lo que promovemos la equidad de género, etárea y en términos de inclusión de personas con capacidades diferentes, por lo que procuramos avanzar hacia ello año a año.

Fernanda Garrido Novoa, 5 años.
Hija de Cecilia Novoa Jiménez.
Especialista Operaciones Comex CTO.

Nuestros gestores y colaboradores deben desempeñarse bajo este marco ético, procurando relacionarse desde el reconocimiento y valoración de las diferencias, tomando decisiones y evaluando el desempeño desde dicha óptica.

Principios de la Política de Diversidad de Itaú Unibanco

1. Competencia justa frente a diferencias, garantizando la igualdad de oportunidades para todos, en un ambiente de respeto mutuo.

2. Heterogeneidad, garantizando la representación de los diferentes actores de la organización, así como las condiciones de acceso, permanencia y movilidad dentro de ésta.

3. Aplicación de políticas y proyectos valorando y promoviendo la diversidad, garantizando la calidad y el éxito de las acciones de todos los involucrados.

Acciones para implementar la identidad y cultura corporativa

Buscando estimular un ambiente de trabajo motivador, que incentive el intercambio de ideas y el aporte a nuestro banco, durante 2012 reforzamos la invitación a participar en "Agenda Abierta para Colaboradores". Asimismo, se implementó el nuevo programa Regional de Bienvenida para los nuevos colaboradores.

Acciones 2012 en cultura corporativa

Momentos Itaú

- **Día Especial**
  - Madre
  - Padre
  - Secretaria
  - Mujer
- **Visita al trabajo para niños**
- **Celebración Fiestas Patrias**
- **Halloween**
- **Cumpleaños colaboradores**
- **Aniversario sucursal**
- **Offsite de áreas o divisiones**
- **Fiesta**
  - Familia Fantasilandia
  - Familia Regiones
  - Naranja

  (Vive Itaú de fin de año)
- **Regalos de Navidad**

Espíritu Itaú

Programa de **Trayectoria**

Yo vivo los **10 valores** de banco Itaú

Espíritu Itaú

- **Becas**
  - Mejores en PSU
  - Becas de IEB
  - Crecimiento profesional

Vivir Itaú

- **Mapa de Cultura**
- **Mapa de Cultura Gestores**
- **Bienvenido a Itaú**
- **Integración gerentes**
- **Orgullo de ser**
- **Puertas abiertas**
- **Meritocracia**
- **Proceso de selección (NMH)**
- **Calendario corporativo**

Círculo Itaú

- **Actividades Deportivas**
  - Fútbol
  - Campeonato fútbol
- **Club de lectura**
- **Grupo folclórico**

Catalina Pinto Monje, 9 años.
Hija de Maribel Monje San Martín.
Administrativa de Cuentas Corrientes Sucursal Iquique.

Preocupados por reconocer el compromiso de nuestros colaboradores, durante 2012 fueron distinguidas 283 personas por su trayectoria en banco Itaú Chile y 10 fueron destacadas por representar y vivir nuestros valores corporativos.

Programas de **Reconocimiento en banco Itaú**

Programa de Desarrollo Profesional: Fomenta el desarrollo de carrera al interior de nuestro banco, premiando a los colaboradores que muestran excelencia en su trabajo (medido a través de la evaluación de desempeño), otorgándoles nuevas metas, nuevos desafíos y la posibilidad de desenvolverse en nuevas áreas, a través del *POC (Programa de Oportunidades de Carrera) interno**.

Programa de Trayectoria: Apunta a reconocer los años de servicio de nuestros colaboradores, destacando a quienes cumplen 5, 10, 15, 20, 25 y 30 años o más en nuestro banco, dando cuenta de una larga trayectoria profesional y también personal. Nos enorgullece ver familias y amistades formadas en Itaú, por eso reconocemos aquello a través de este programa.

Yo vivo los 10 valores de Itaú: Es un reconocimiento implementado desde 2010, que es premiar a quienes viven y practican a diario cada uno de los valores que nos identifican. Así, se reconoce la capacidad de iniciativa, el liderazgo ético, los aportes a la performance sustentable y la satisfacción de clientes, entre otros. Cada año se premia a 10 colaboradores, que representan cada uno de los 10 valores de Nuestra Manera de Hacer.

Espíritu Itaú: Este programa sintetiza Nuestra Manera de Hacer en un único reconocimiento, que destaca aportes excepcionales y transversales a la gestión sustentable en cada una de las gerencias y áreas del banco. Los reconocidos con el Espíritu Itaú son representantes integrales de nuestros valores. Los gerentes divisionales tienen la misión, semestralmente, de dar a conocer los nombres de quienes encarnan de la mejor manera nuestro Espíritu Itaú.

(*) Sistema de reclutamiento y selecciòn interno en el cual, ante un cargo o una posición vacante en la organización, se llama a postular a los propios colaboradores, de acuerdo al perfil requerido.

Gestión de la performance, formación y desarrollo profesional

El Programa de Gestión de Performance es un sistema único y simplificado de evaluación del desempeño, que tiene en cuenta las entregas que los colaboradores efectúan y la forma como logran los resultados. Durante 2012, todos nuestros colaboradores fueron evaluados según este programa, diferenciándose las áreas comerciales y de apoyo en sus programas de incentivos.

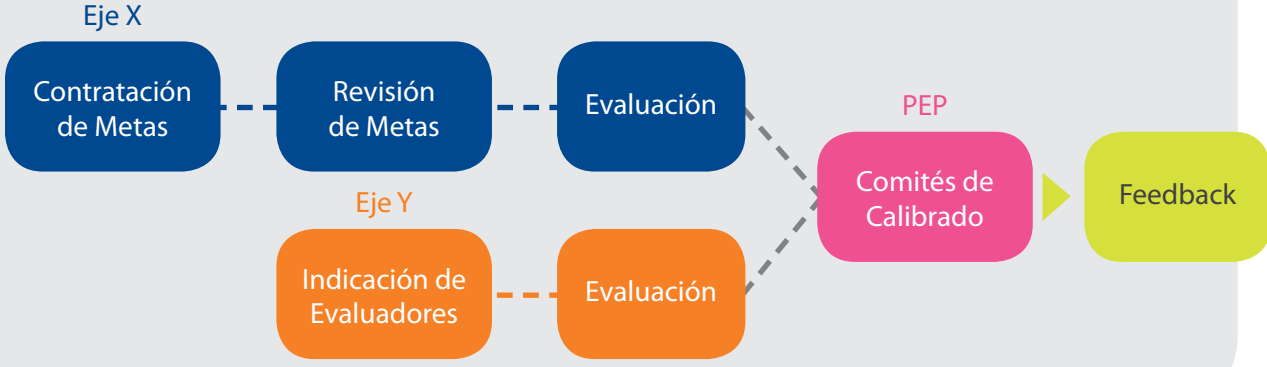
El Programa está compuesto por dos ejes: la evaluación de resultados (Eje X), que evalúa "qué" se logró, y la evaluación de comportamiento (Eje Y), que evalúa "cómo" se consiguió tal resultado. Luego de tener estos dos resultados se realiza la Planificación Estratégica de Personas (PEP), la cual es una herramienta que mapea el desempeño relativo de los colaboradores (resultado en comparación de sus pares), donde se generan las consecuencias referidas a sucesión de carrera, capacitación y remuneración. Se realiza una distribución forzada, la cual ubica al 30% de los colaboradores en una posición de destaque, 60% en desempeño esperado y un 10% en monitoreo para realizar seguimiento a su performance. El programa finaliza con el proceso de feedback, el cual es una herramienta fundamental para la Gestión de Personas, como una instancia de comunicación entre el gestor y colaborador que refuerza la relación de confianza.

El Programa de Gestión de Performance tiene los siguientes objetivos:

- Alinear las metas a los desafíos de nuestra organización
- Evaluar el desempeño de los colaboradores
- Diferenciar performances para administrar consecuencias
- Impulsar resultados cada vez mejores
- Fomentar el desarrollo por medio del feedback

Programas de **Reconocimiento en banco Itaú**

Ciclo Gestión de Performance



Formación y desarrollo profesional

Con la Política de Desarrollo y Formación Profesional de Itaú, reformulada a fines de 2011 y vigente actualmente, establecemos las directrices en la gestión de las actividades formativas del banco y reglamentamos las experiencias de aprendizaje para proveer los conocimientos y desarrollar las competencias y destrezas, que contribuyan al logro de resultados sustentables en el largo plazo.

Los tres ámbitos principales en los que se desarrollan actividades son:

Actualización, capacitación y formación en negocios: son todas las actividades de aprendizaje y entrenamiento continuo, cuyo foco es satisfacer las necesidades de actualización y formación técnica en ámbitos de gestión comercial -productos y ventas-, administración del riesgo -crédito, financiero, operacional- y de temáticas financieras, operacionales, tecnológicas, regulatorias y de control.

Actualización, capacitación y formación en cultura y liderazgo: se refiere al ámbito de actividades cuyo foco es el aprendizaje y formación continua en la adquisición de conocimientos, habilidades y prácticas, orientadas a desarrollar una cultura de liderazgo de la performance, a través de la gestión de personas, valores y conducción de equipos de trabajo.

Formación Corporativa: este ámbito agrupa aquellas actividades de aprendizaje destinadas a promover directrices corporativas, políticas, procedimientos y prácticas en torno a elementos estratégicos, valóricos y culturales de nuestra organización.

Se incorporan también capacitaciones sobre seguridad de la información, a través de la gerencia de Seguridad, Tecnología y Continuidad Operativa, a fin de garantizar el conocimiento de estas materias claves del negocio, por parte de todos los colaboradores de nuestro banco.

Durante el 2012 impartimos 206 cursos de diversas temáticas de negocio, en los cuales participó el 96% del equipo de banco Itaú Chile. Como parte de las acciones de profundización de Nuestra Manera de Hacer, 276 gestores participaron en el programa Mapa Estratégico. Los gestores fueron a cursos regionales de Feedback y Meritocracia. Por su parte, los cracks de alto desempeño fueron invitados al Programa de Formación Ejecutiva en la Pontificia Universidad Católica, y a una E-class de la UAI para regiones. Asimismo, 180 colaboradores participaron en el programa de formación financiera con la Universidad de Chile y 50 gerentes tomaron clases de portugués, para potenciar la comunicación y coordinación de negocios con nuestra casa matriz.

El detalle de formación expresada en HH* para 2012 es la siguiente:

Línea temática	e-Learning	Live Meeting	Presencial	Total general
Negocios	1.248	456	3.969	5.673
Cultura + Liderazgo	28.354	-	10.625	38.979
Corporativa	44.292	24	17.000	61.316
Total HH Capacitación 2012	**73.894**	**480**	**31.594**	**105.968**

* Horas Hombres efectivas, considera repetición en la muestra.

Uso Franquicia SENCE

Año	Uso efectivo	Excedentes	Total	Uso	Excedentes
2010	150.000.000	97.000.000	247.000.000	61%	39%
2011	170.000.000	103.000.000	273.000.000	62%	38%
2012	162.601.574	122.398.426	285.000.000	57%	43%

Programa Becas de Capacitación

Estos recursos se utilizan para financiar cursos de capacitación en oficios, que mediante llamado a licitación, beneficia a cesantes, jóvenes que buscan trabajo por primera vez y personas de menor calificación y otros sectores atendidos por la red social del Estado.

Prodemu	72.101.00.-7	32.000.000.00
Juan Apóstol	71.117.600-4	25.000.000.00
Casa de Acogida La Esperanza	73.188.700-4	40.000.000.00

Excedentes de Capacitación

Estos recursos se utilizan para cancelar acciones de capacitación solicitadas para trabajadores de nuestra empresa

Excedentes	25.398.426.00
Total 2012	**122.398.426.00**

Programa de Oportunidades de Carrera y Promociones 2012

Durante el 2012 cubrimos 553 procesos en distintos cargos del banco. De éstos, 421 fueron con contrataciones externas, 68 correspondientes a posiciones con contrato a plazo fijo y 353 con contrato indefinido. Las vacantes restantes se cubrieron mediante el proceso de movilidad interna. En esta materia realizamos 70 promociones y 62 POC (Programa de Oportunidades de Carrera), lo que implica un total de 132 movimientos internos, y significó un 37,4% de las vacantes de reemplazo, así como un aumento en las oportunidades internas de 5,6%, respecto del 2011.

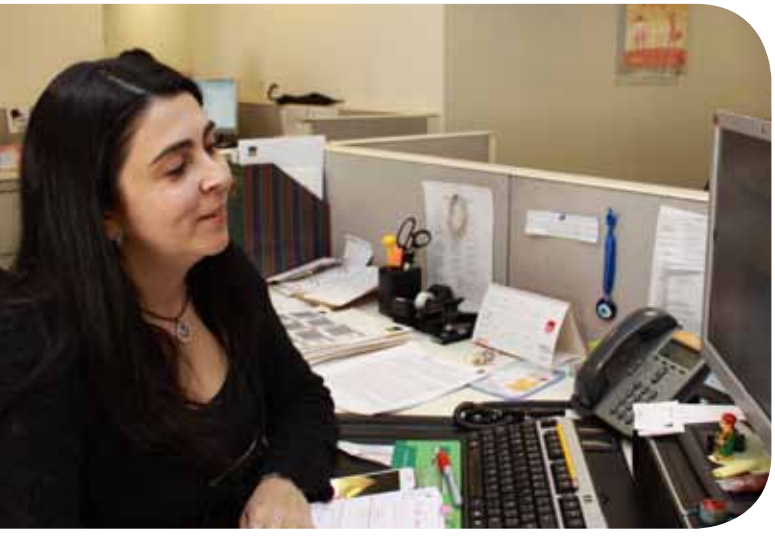
Por otra parte, a través del programa de Prácticas Profesionales y con especial énfasis en los familiares de nuestros colaboradores, 61 estudiantes realizaron su práctica profesional, 14 de los cuales son ex alumnos del programa Semana Empresa. Con nuestro programa de Job Swap, durante 2012 ejecutamos la movilidad internacional de 7 colaboradores desde y hacia el exterior. Específicamente, contabilizamos 3 Job Swap y 1 international assigment.

Gestión de Clima y Relaciones Laborales

Generar y mantener un ambiente de trabajo acogedor y motivador, que estimule las buenas relaciones entre colaboradores, que promueva la meritocracia, el reconocimiento e incentive el intercambio de ideas, es propósito fundamental de nuestra cultura corporativa.

El área de Relaciones Laborales de nuestro banco tiene a su cargo gestionar el clima laboral y las relaciones con el "Sindicato Nacional de Trabajadores de Empresa Banco Itaú", creado en 2007, relación que se desarrolla en un marco de confianza y colaboración, de acuerdo con los principios y derechos sustentados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y la normativa vigente en Chile, todas las cuales garantizan la libertad sindical, la protección del derecho a la sindicalización, su libre funcionamiento y el derecho de sindicalización y de negociación colectiva.

En este marco se establecen las condiciones contractuales que cubren al 67% de colaboradores, en las que se fijan los salarios mínimos, las comisiones y las condiciones administrativas, entre otras. En este último aspecto, existe acuerdo tácito en términos de los tiempos mínimos de notificación ante despido. Somos una organización que maneja información confidencial, de manera tal que hay acuerdo en que no es posible aplicar condiciones de notificación anticipada en caso de desvinculación.



El 27,19% de nuestros colaboradores están sindicalizados (655 colaboradores). La cobertura del convenio colectivo abarca el 67,70% (1.631 colaboradores) de acuerdo al ingreso que perciben.

Durante el período se aprobaron 314 ajustes salariales por un monto de MM$326 (Impacto 2012), cuya distribución fue la siguiente:

Ajustes a mercado	=	**N°87 MM$56**
Promociones	=	**N°171 MM$198**
Retenciones	=	**N°56 MM$72**

En términos de acciones en el ámbito de gestión de clima, durante 2012 realizamos talleres de diagnóstico e iniciativas de clima para 142 miembros del staff, talleres de buenas prácticas de manejo de clima para 130 líderes de todos los segmentos, además de formación de tutores de clima entre los líderes con mejores resultados en la evaluación de desempeño. También implementamos iniciativas de coaching grupal, para líderes con bajos resultados. Esto, junto al seguimiento permanente de iniciativas de los propios colaboradores, produjo como resultado una mejora significativa en los resultados de las mediciones de clima 2012, que se pesquisan a través del programa Agenda Abierta para colaboradores, la encuesta Hable Francamente y el Índice de Calidad Interna (ICI).

Agenda Abierta

Agenda Abierta es un canal de comunicación clave para nuestra compañía, ya que entrega en forma personal, franca y ágil una respuesta a las inquietudes de los colaboradores. Para solicitar una Agenda Abierta, el colaborador sólo debe escribir a la casilla electrónica o llamar a los teléfonos disponibles para ello. Una vez recepcionada la solicitud, Relaciones Laborales contacta al gerente y le solicita una agenda para el colaborador que lo requiere, apoyando también la gestión posterior en busca de respuestas y soluciones a las inquietudes planteadas.

Durante 2012 se concertaron 48 encuentros con las distintas gerencias en el programa "Agenda Abierta para colaboradores".

Temas de acoso laboral, psicológico o sexual también pueden ser derivados por este canal, casos en los que se involucra nuestro Comité de Ética, procediendo de acuerdo al Código de Ética y a los artículos 44 y 45 de nuestro Reglamento Interno.

Encuesta Habla Francamente

La encuesta Habla Francamente busca promover colaboradores motivados y empoderados ante las metas y desafíos que enfrentamos. Para ello, recurrimos al modelo de Great Place to Work® (GPTW), encuesta de clima que se realiza desde 2007.

Este año, al cuestionario habitual, sumamos una encuesta de compromiso del colaborador, que midió distintos factores que inciden en los temas de motivación y clima: interés, dedicación, colaboración y confianza. También se incluyó una encuesta de alineamiento con nuestros principios, lo que mide la adherencia a los 10 principios que caracterizan a nuestra cultura. Esto enriqueció la mirada sobre la manera en que nuestros colaboradores perciben su trabajo y el cómo viven los valores dentro de su labor diaria. Al mismo tiempo, la encuesta de clima GPTW agregó a sus preguntas una serie de cuestionamientos acerca de la meritocracia y cómo es percibida dentro del banco. Al ser un valor fundamental resaltado en la organización durante el año pasado, quisimos sondear el grado de satisfacción con éste. De tal forma, los principales hallazgos después de realizada la encuesta fueron:

1) Se evidenció que las áreas con bajo puntaje manifestaron un aumento de un 5% de satisfacción, después de ser intervenidas con los programas de clima diseñados para este objetivo.

2) Se apreció la mantención del clima en áreas que no habían sido intervenidas con programas de clima, pero donde sí se comunicaban los resultados y se tocaba el clima como un tema estratégico.

3) Se observó un descenso del clima en áreas para las cuales este tema no era fundamental ni se comunicaba.

En cifras totales, el clima en nuestra organización mejoró notablemente en la visión Gestor y mantuvo la Visión de la Organización, cifra que pone foco a las futuras intervenciones.

Los planes de intervención de clima se localizaron en áreas estratégicas de acuerdo al desafío del negocio, y fueron desde mejorar la comunicación, generar iniciativas de colaboración, mejorar estrategias de liderazgo, coordinación entre áreas, revisión de procesos y maneras de trabajar. Los planes por área han tenido duración de uno a dos años, lo que asegura la sustentabilidad y la profundidad de las intervenciones de clima laboral.

Indice Calidad Interna (ICI)

ICI es un estudio anual para medir la calidad de servicio entregada por las diferentes áreas de nuestro banco a sus clientes internos.

La encuesta mide:
1) La calidad de nuestro servicio global.
2) La calidad de servicio global en cada área al interior de la institución.
3) La calidad de cada una de las funciones o servicios ofrecidos por cada área funcional.

> 62% de satisfacción de los colaboradores en Índice de Calidad Interna 2012.

La encuesta identifica:
1) Las oportunidades de mejoramiento.
2) Las áreas que más inciden en la percepción global.

La encuesta impulsa:
1) Un plan de acción con los resultados finales.
2) La entrega de un mejor producto y servicio al cliente externo.
3) La optimización de los procesos, reduciendo los costos y tiempos e incrementando los resultados.

El modelo de medición se construye utilizando una escala de satisfacción de 5 puntos: 5 (muy satisfecho), 4 (satisfecho), 3 (regular), 2 (insatisfecho) y 1 (muy insatisfecho). Las evaluaciones 3 o inferiores requieren un plan de mejora.

El ICI 2012 se realizó en base a un universo de 1.742 colaboradores, correspondientes a un 75% de los colaboradores del banco. Los resultados que arrojó la encuesta indican una satisfacción global de 62%, cifra 5 puntos más baja que el año anterior, lo que se encuentra dentro del margen aceptable, en tanto hay un crecimiento en personal y sucursales también en torno al 5%.

En el área de Gestión de Personas, fueron importantes los avances en materia de gestión de talentos, que tuvo una variación positiva de 27% con respecto al año anterior; Bienestar y Calidad de Vida y Administración de Personal, que también tuvieron aumentos en la apreciación de los colaboradores.

VII. Bienestar y Calidad de Vida Laboral

Nuestra área de Bienestar y Calidad de Vida, dependiente de la Gerencia de Gestión de Personas, es la encargada de desarrollar, incorporar y administrar el conjunto de beneficios que contribuyen a la calidad de vida laboral de nuestros colaboradores, además de implementar nuevas prácticas que posicionen a Itaú como un "mejor lugar para trabajar".

Beneficios para colaboradores Itaú

Salud
- Seguro de vida e invalidez
- Seguro de salud complementario
- Anticipo de gastos médicos
- Seguro oncológico
- Seguro de vida para vigilantes
- Anticipo licencias médicas
- Beneficios Caja de Compensación Los Andes

Educación
- Becas 100% Instituto de Estudios Bancarios
- Becas 50% carreras profesionales
- Becas 25% en diplomados
- Becas 15% magíster y/o MBA
- Premios mejores puntajes PSU para hijos, cónyuges y colaboradores
- Becas en IEDE
- Beneficios Caja de Compensación Los Andes

Conciliación Familia y Trabajo
- Regreso paulatino post natal
- Hora de amamantamiento para madres
- Beneficio sala cuna
- Bono movilización sala cuna
- Bono cuidado menor de 2 años
- Bono jardín infantil (según renta)
- Bono prekínder (según renta)
- Bono de escolaridad (según renta)
- Bono de fallecimiento
- Acompaña a tu hijo en el primer día de clases (hijos entre 2 y 6 años)
- Flexibilidad horaria en vacaciones de invierno de los hijos (entre prekínder y 4to. Medio)
- Permiso para padres por nacimiento hijos
- Permiso por adopción hijos
- Permiso por intervención quirúrgica del cónyuge o hijos
- Permiso por fallecimiento de cónyuge, hijos, hermanos, padres y suegros
- Regalo de Navidad (hijos entre 0 y 11 años)
- Beneficios Caja de Compensación Los Andes

Calidad de Vida Laboral
- Bono único por traslado de colaboradores
- Uniforme de trabajo para administrativos y ejecutivos comerciales
- Aguinaldo de Fiestas Patrias (según renta)
- Aguinaldo de Navidad (según renta)
- Bono de vacaciones (según renta)
- Permiso por examen de grado
- Permiso por matrimonio
- Permiso por mudanza
- Flexibilidad horaria el día de tu cumpleaños
- Actividades culturales, deportivas y de esparcimiento en Itaú Club
- Grupo folclórico con taller de música y baile
- Liga de fútbol en Santiago y regiones
- Convenios para recreación
- Beneficios Caja de Compensación Los Andes

Además de los beneficios señalados en el recuadro, realizamos una serie de actividades que fomentan la conciliación familia y trabajo, como son las fiestas en familia, día de la madre y día del padre o la visita al trabajo del papá o mamá.

Durante 2012, nuestra área de Bienestar y Calidad de Vida Laboral gestionó la entrega de 87 becas de estudios del IEB, 30 becas sociales para los familiares de nuestros colaboradores, 1.371 bonos de escolaridad, 2.330 bonos de Navidad, 1.657 bonos de vacaciones y 774 bonos de cuidado menor. Además, más de 508 colaboradores participaron en los campeonatos de bowling y fútbol. También implementamos Perfecto, programa para acceder a más de 500 convenios y beneficios sumados a los 3.000 convenios de la Caja Los Andes y mundo ACHS.

Para el período 2012, la estadística de retorno después de permisos de postnatal (hombres y mujeres) fue la siguiente:

	Cantidad	Retorno promedio en días
Mujer (Licencias)	86	192
Hombre (Permisos)	39	6

Como equipo, vivimos con alegría el nacimiento de los hijos de nuestros colaboradores; y la visita de 584 niños a nuestras oficinas; 4.500 disfrutaron de la fiesta familiar en Fantasilandia, y 1.600 colaboradores se reunieron en la Fiesta Naranja "Vivir Itaú" a fin de año, para celebrar los logros obtenidos durante 2012.

A lo largo del año, junto con los beneficios antes señalados, implementamos y/o incorporamos también los siguientes beneficios para colaboradores:

Salud
- Subsidio de los 3 primeros días por licencias médicas en rentas superiores a 67,4 UF;
- Semana de la salud, con visitas a CTO y Edificio Foster de Isapres y otras entidades relacionadas, realizándose exámenes auditivos y oftalmológicos preventivos;
- Punto Feria en CTO y Edificio Foster, que incluye venta de frutas y verduras para la promoción de una alimentación saludable;
- Actividades en conjunto con ACHS, entre ellas programa de vacunación, la hora del taco terminó, programa de pausa activa y conoce tu puesto de trabajo.

Conciliación familia y trabajo
- Flexibilidad horaria futura mamá a partir del 5º mes.

Calidad de vida
- Uniformes para vigilantes;
- Bus de acercamiento para colaboradores CTO;
- Convenio de asesoría legal con "Legal Chile".

Salud y seguridad en el trabajo

El área de Prevención de Riesgos es la encargada de velar por dar cumplimiento a las normativas legales en términos de salud y seguridad laboral, mantener los índices de accidentabilidad y siniestralidad en tasas aceptables según nuestra industria y mejorar el ambiente de trabajo de los colaboradores, educándolos respecto de accidentes laborales. Esta labor la desarrolla en conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), alianza que incluye atención médica y orientación permanente en materias de prevención de riesgos laborales asociadas a nuestro negocio.

En este plano, las dolencias músculo esqueléticas de las extremidades superiores aparecen como una de las problemáticas predominantes en la industria.

Para abordar dicho problema, en conjunto con la ACHS, se implementa el programa de "Pausas Activas" y "Masaje en Silla". Durante 2012, estos programas se realizaron en:

- Pausa activa: Foster, CTO, Sucursales de Quinta Región y Octava Región
- Masaje en Silla: Foster y CTO

Junto con estos programas, también se llevaron a cabo capacitaciones para colaborar con la buena salud laboral, dentro de las cuales se incluyen:

Capacitaciones 2012

- Conociendo mi puesto de trabajo (Foster y CTO)
- Soporte Vital Básico
- Manejo de Extintores práctico en Academia de bomberos
- Prevención de Patología Vocal para call center
- Manejo de Conflictos con clientes.

Estadísticas seguridad y salud 2012

Año	Nº Accidentados	Días perdidos Totales	Tasa Accidentabilidad	Tasa Siniestralidad
2012	22	468	7.75%	21.7

Nota: no se registraron enfermedades profesionales ni accidentes fatales.

Comités Paritarios de Higiene y Seguridad

Para reforzar el trabajo en materia de seguridad y salud ocupacional, cumplir con la normativa vigente y difundir la información que apoye las metas y objetivos del área, hemos constituido distintos Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, instancias que agrupan a representantes de la empresa y a nuestros colaboradores. El detalle de la conformación de comités, según lugar de trabajo y la cantidad de colaboradores que agrupa, es la siguiente:

Total colaboradores en comités: 1.284 (54% del total de trabajadores)

CTO
480 colaboradores

Foster
600 colaboradores

Nueva York
35 colaboradores

Concepción
26 colaboradores

Viña del Mar
27 colaboradores

Valparaíso
26 colaboradores

Global Corporate
90 colaboradores

VIII. Comunicaciones Internas

La comunicación constante y transparente es fundamental para lograr nuestros objetivos, instalar Nuestra Manera de Hacer y contribuir a la creación y mantención de un buen clima laboral.

En ese marco, el área de Comunicaciones Internas juega un rol clave, promoviendo al interior de la organización:

- La comunicación ascendente, descendente y horizontal.
- La participación de los colaboradores del banco
- La difusión clara y a tiempo de los temas organizacionales y de interés común.
- El buen uso de las herramientas comunicacionales que faciliten la comunicación efectiva al interior de la organización.

Para ello, hemos desarrollado soportes y medios de comunicación internos, entre ellos:

Intranet

Herramienta de comunicación que permite informar e integrar, canalizando inquietudes y opiniones y difundiendo publicaciones de interés, tales como:

- Novedades del negocio, posicionamiento de marca, participación de mercado, normativas y efectos de la regulación de la industria, acontecimientos corporativos y eventos organizados por banco Itaú Chile.
- Proyectos transversales e hitos comerciales.
- Artículos y reportajes de prensa referidos a banco Itaú y al mercado.
- Cierres semestrales, off-sites, inauguraciones, premiaciones, celebraciones, actividades recreativas, conmemorativas internas y actividades con clientes.
- Actividades de Fundación Itaú y del banco en el ámbito de responsabilidad social.
- Información sobre procedimientos y beneficios.

Boletín electrónico Itaú Noticias

Resumen informativo mensual, con los hechos relevantes en temas de negocio, personas y comunidad, a fin de reconocer el trabajo de nuestros equipos y colaboradores, además de difundir actividades de índole institucional y organizacional.

Correos corporativos

Comunicaciones donde se informan hechos esenciales y/o relevantes de la organización; nombramientos, promociones e ingresos; cambios de estructura organizacional; actividades internas; saludos, campañas y noticias corporativas.

Las campañas de comunicaciones internas que durante 2012 involucraron a toda la organización fueron las siguientes:

1) Campaña de difusión Política corporativa de ética y combate a la corrupción y el soborno (HF – 5)

Objetivo

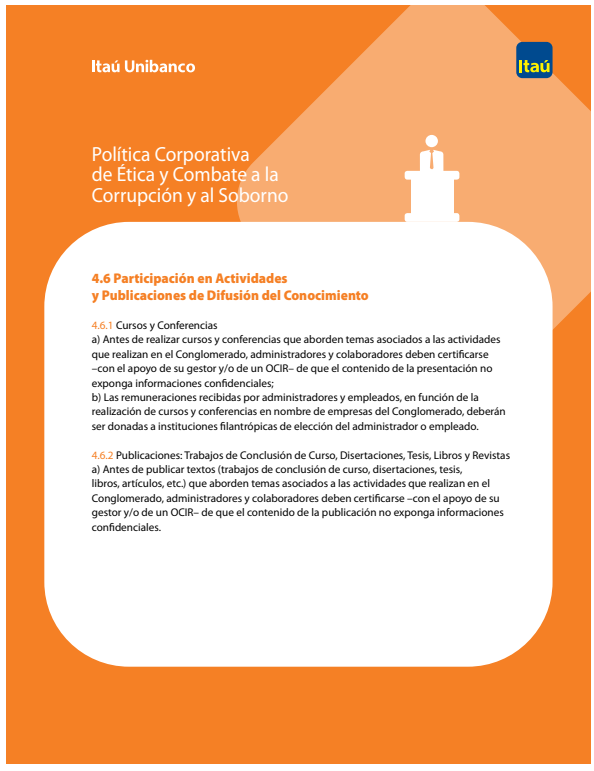
Realizar una campaña de refuerzo corporativo de algunos de los contenidos de la Política corporativa de ética y combate a la corrupción y soborno –HF - 05– según lo acordado en nuestro Comité de Ética.

Público

Todos los colaboradores de nuestra compañía.

Soportes y medios de difusión

Html digital enviado por mail.



2) Habla Francamente.
Campaña de Endomarketing 2012

Objetivo
Promover la participación en la encuesta Habla Francamente y la encuesta de Alineamiento a Nuestra Manera de Hacer, a fin de conocer la percepción de los colaboradores en materia de clima organizacional y alineamiento a los valores de nuestra organización.

Público
Todos los colaboradores.

Soportes y medios de difusión
Comunicados vía email, Intranet, afiches, protector de pantalla.

3) Campaña de Educación Financiera: uso consciente del dinero

Objetivo
Sensibilizar a los colaboradores sobre el uso consciente del dinero, siendo este uno de nuestros temas prioritarios de Itaú Unibanco, pues apoya nuestra idea de performance sustentable y satisfacción de clientes.

Público
Todos los colaboradores.

Soportes y medios de difusión
Html digital enviado por mail y hostsite.

Previo a la campaña de comunicación, realizamos una serie de acciones de sensibilización, entre ellas:

Charla María Eugenia Soza:
"Los desafíos de la sustentabilidad"
- Fecha: 23 de mayo de 2012
- Público: Management Gerentes y Subgerentes
- Asistencia: 82

Charla Martín Iglesias:
"Charla Dinero y Felicidad"
- Fecha: 4 de julio de 2012
- Aplicaciones: 2 charlas presenciales (1 E. Foster-1 en CTO)
- Público: invitación abierta a todos los colaboradores
- Asistencia: 137

III. Nuestros **Clientes**

La expansión de nuestra actividad en 2012 implicó un crecimiento del 15% en el número de cuentas corrientes con respecto a 2011, alcanzando un total de 125.708[1].

(1) Cuentas Corrientes Moneda Nacional y Extranjera a octubre 2012.

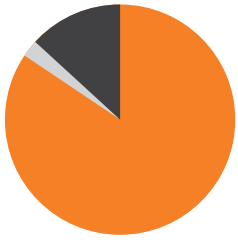
La satisfacción de los clientes es parte esencial de nuestra visión de negocio de Itaú Unibanco. Ofrecer productos y servicios que satisfagan sus necesidades, brindarles una buena experiencia como usuarios y solucionar oportunamente sus requerimientos es de suma importancia para nosotros y parte de nuestra cultura corporativa.

Tenemos la firme convicción de que el crecimiento que nos lleva a ser una institución sustentable está basado en cada cliente. Es así como la orientación hacia cada uno de ellos es parte de nuestra visión y la hemos incluido en el decálogo de conducta denominado "Nuestra Manera de Hacer". El principio que lo explicita es: "Todos por el cliente", frase que junto con satisfacer las necesidades de quienes confían en nuestra labor, evidencia que en Itaú nos importa agregar valor a los más de 125 mil cuentacorrentistas que componen nuestra cartera, ya sea favoreciendo su día a día con la excelencia y comodidad de nuestros productos y servicios o mediante nuestras diversas acciones orientadas a la responsabilidad social.

Clientes Personas	Más de **113.000 clientes**
Clientes Empresas	Más de **4.000 clientes**
Clientes Grandes Empresas	Más de **350 clientes**

La composición de los clientes personas y empresas es la siguiente:

Clientes Personas



- Sucursales **84.4%**
- Pyme **13%**
- Banca Preferente **2.6%**

Clientes Empresas

- Empresa **59%**
- Mediana Empresa **22%**
- Grandes Empresas **9%**
- Inmobiliaria y Construcción **10%**

Atención a clientes

Valoramos el tiempo de nuestros clientes y esa es la razón que nos insta a facilitar al máximo cada uno de los procesos bancarios y financieros. También es el origen del constante interés por crear sucursales. En el año 2012, cuatro nuevas oficinas abrieron sus puertas. De esta forma, completamos una red de 91 puntos de atención a clientes en todo Chile.

Sucursal Rosario Norte y su personal, el día de la inauguración, en junio de 2012.

Facilitar los procesos y mantener cercanía no es todo. También estamos permanentemente reforzando los canales de atención online y telefónica, con la intención de que nuestros clientes se enteren acerca de productos y servicios, realicen solicitudes y transacciones o dejen sugerencias o reclamos en el momento y lugar que deseen.

Lo que tengan que decir los usuarios es importante para todos quienes formamos parte de Itaú, por eso estamos atentos a la calidad de servicio, a sus reclamos y a la solución de sus problemas. Nuestro proceder al respecto está definido en el Manual de Gestión de Reclamos y Requerimientos de Clientes, especificando los puntos que deben estar internalizados en todo el personal de la institución, tanto en los trabajadores que están en contacto con el público, como en aquellos que no.

Calidad del servicio y satisfacción de clientes

La Gerencia de Calidad es la unidad encargada de velar por la satisfacción plena de nuestros clientes y entre sus pilares estratégicos se encuentra "Escuchar la voz del cliente externo e interno". Esa máxima se extiende a todo el personal, el que trabaja en pos de solucionar cualquier problema manifestado por algún cliente, incluso si se trata de un asunto ajeno a su ámbito de acción, caso en el que se deriva diligentemente a la persona o departamento encargado de resolver la situación o se dirige directamente a la Unidad de Sistema de Atención de Clientes (SAC).

También son pilares del mismo objetivo la medición de resultados y la mejora permanente, a través de la realización periódica de programas y acciones capaces de informar sobre la percepción de los clientes respecto de los distintos productos y servicios, atención, imagen de la marca y opinión sobre la comunicación del banco.

Transparencia y retroalimentación

Para conocer la percepción que los clientes tienen de nuestra institución, periódicamente hacemos mediciones o encuestas realizadas por las empresas Ipsos y Adimark. Gracias a ellas, conocemos cómo son recibidos los diversos productos y servicios que ofrecemos. A partir de estos procesos, determinamos la necesidad de implementar acciones que optimicen nuestro trabajo y la realización de campañas de comunicación, todo lo anterior en el afán de entregar excelencia y, de esta forma, aumentar el grado de fidelización y satisfacción de los clientes.

Durante 2012 se continuó aplicando la encuesta Servitest, herramienta que mide a lo largo de los años la satisfacción de clientes en distintas bancas y productos. Su principal característica es que año a año permite conocer la evaluación de las distintas instituciones financieras, otorgándole a Itaú insights sobre su comportamiento en el tiempo y vs. el resto de la industria.

Puntos de atención

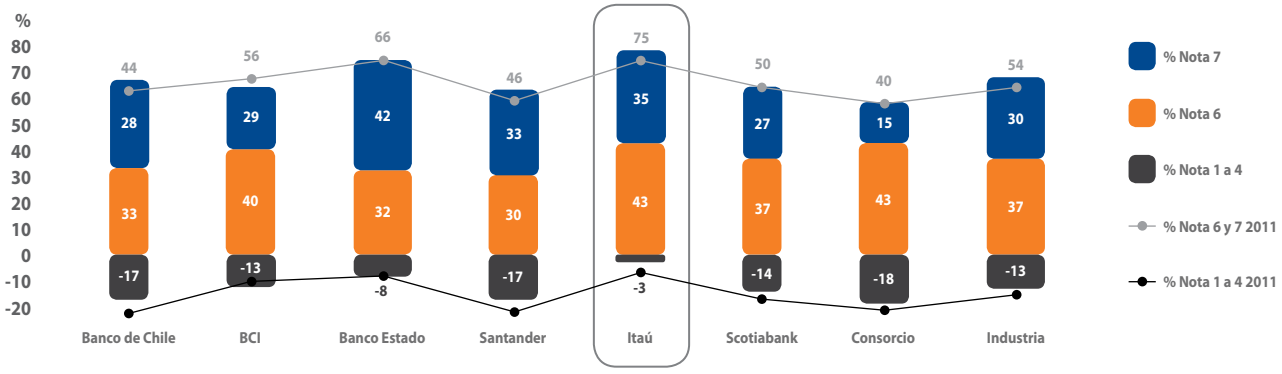
- 91 sucursales a lo largo del país.
- 70 cajeros automáticos propios
- Toda la red Redbanc disponible 24/7

- Atención permanente a través de:
  - (600) 686 08 88 **Itaú Phone**
  - (56+2) 2686 03 33 **Itaú HelpDesk** / On - Line Banking
  - (56+2) 2685 78 00 **Itaú HelpDesk** / Office Link
  - www.itau.cl, a través de sección **Contáctenos**
  - Buzones **Línea Abierta** habilitados en sucursales

Servitest Banca Empresa
El año 2102 logramos un 66% de satisfacción, 7 puntos por sobre el 59% de 2011. A fin de mejorar nuestro sistema de evaluación, incorporamos una encuesta mensual para medir la satisfacción en distintos ámbitos e introducir mejoras de manera más rápida.

Servitest Hipotecario y personas Ipsos 2012
Ante la pregunta "¿Cómo califica usted el servicio recibido de su banco a lo largo de todo el proceso de solicitud, aprobación y entrega de su crédito hipotecario?", destacamos en el primer lugar de las instituciones consideradas en Servitest Hipotecario Ipsos 2012. Nuestra institución también figuró en el 3° lugar de Servitest Personas.

Resultados Servitest Hipotecario



Constante capacitación en atención a clientes

La totalidad de quienes ingresan como trabajadores a nuestro banco participa en un proceso de inducción que transmite los principales contenidos de la visión y Manera de Hacer de Itaú. Así, cada uno de estos colaboradores, independiente de si su labor implica atención directa de personas o no, conoce a fondo el lugar preponderante que le damos a la satisfacción de nuestros clientes. Teniendo claro esto, se esfuerzan a diario para esa meta y potencian la acción de las áreas relacionadas directamente con la atención de público, departamentos que efectúan dos capacitaciones anuales centralizadas en la experiencia de servicio esperada por los clientes, sean éstos internos o externos.

Como el 80% del total de colaboradores del banco se desempeña en sucursales, seleccionamos aquellas que según encuestas mensuales muestran un bajo rendimiento en cuanto a la calidad esperada, para efectuar en estas oficinas una capacitación in situ. En 2012, sólo una sucursal recibió este tipo de capacitación, confirmando con ello la orientación a la satisfacción de clientes del banco.

Gestión de reclamos

En nuestra cultura corporativa, entendemos las quejas, reclamos y/o sugerencias de nuestros clientes como oportunidades para optimizar el servicio, que nos permiten analizar la raíz que causa el problema y gestionar las mejoras que lleven a la completa satisfacción de los clientes. Asimismo, estamos convencidos de que asegurar la excelencia de calidad en cada uno de nuestros servicios y productos también permite hacer una acción de fidelización con quienes eligieron nuestro banco.

La recepción y respuesta a los reclamos de nuestros clientes se hace a través de diferentes canales, entre éstos, reclamos comunicados a la Gerencia General con cartas o correos electrónicos, quejas recibidas en el portal Agenda Abierta, Defensoría del Cliente de ABIF y la página web del SERNAC.

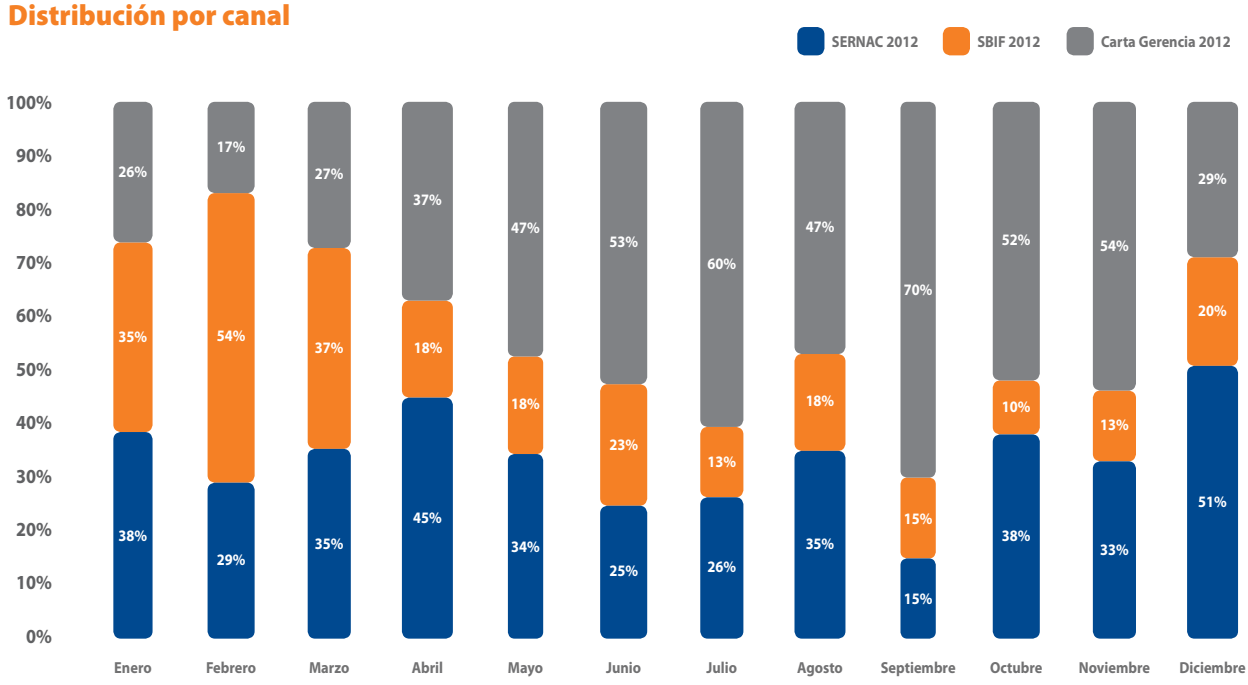
Según datos entregados por la Gerencia de Calidad del banco, en 2012 hubo un aumento en el número de reclamos ante los organismos reguladores (SERNAC + SBIF + Carta Gerencia) con respecto a 2011. El promedio mensual de reclamos para 2012 fue de 58, versus los 32 de 2011.

En cuanto al canal utilizado para manifestar problemas, las estadísticas indican que las cartas a la Gerencia General fueron las más utilizadas.

Reclamos recibidos por el banco durante 2012 según canal de ingreso

	SERNAC	SBIF	Carta Gerencia
Total reclamos según canal	34%	23%	43%

Distribución por canal



Creemos que el alto nivel de información con que cuentan hoy los consumidores, además del empoderamiento en términos de sus derechos, son una de las razones principales del aumento de reclamos señalado.

Unidad de Atención de Clientes

Para asegurar que la resolución de quejas se haga a tiempo y de manera adecuada, desarrollamos un monitoreo a cargo de la Unidad de Atención de Clientes. Aun cuando el modelo de recepción y solución de reclamos acogidos por nuestra empresa es descentralizado, la Unidad de Atención a Clientes permite:

- Monitorear de manera centralizada los problemas y requerimientos de servicios de los distintos canales, así como las soluciones entregadas por las áreas encargadas.
- Actualizar y definir cada usuario según las actividades que realizará en el SAC.
- Establecer de manera formal los flujos de respuesta.
- Derivar los asuntos que no han sido tipificados.
- Concluir los problemas y solicitudes de servicios con clientes.
- Determinar modelos de respuesta.
- Calcular, cuantificar, dar cuenta y controlar la solución de los casos.
- Reportar los principales problemas a cada una de las áreas responsables.
- Generar informes mensuales con mediciones de la gestión de reclamos y requerimientos.

Sistema de Atención al Cliente (SAC)

En el marco recién señalado se inserta el SAC, un modelo de control de reclamos y requerimientos de clientes, que tiene por objetivo garantizar una óptima respuesta en tiempo y forma para todas las quejas expuestas por los clientes de la banca Personas, Empresas, Corporativa y filial del banco.

Los reclamos y requerimientos que se encausan mediante el SAC informan acerca de aquellos procesos de la empresa que presenten falencias, por ejemplo, una falla en los tiempos de respuesta asegurados al cliente.

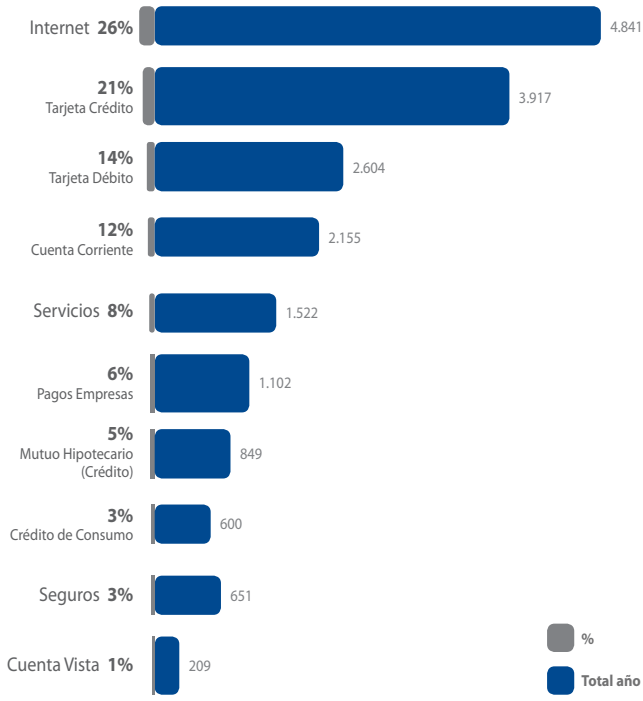
La forma de trabajo de este sistema consiste en identificar cada mes los principales reclamos tipificados. Luego, se analiza la evolución de éstos en los últimos tres meses y se encarga una solución al área competente. Por ejemplo, cuando entre los problemas figuran dificultades en la entrega de estados de cuenta por direcciones no actualizadas, el departamento responsable es Post Venta; y en el caso de los dilemas relativos a deuda morosa de clientes mal informados en SBIF, la solución recae en Cobranzas.

Mensualmente, el SAC analiza la cantidad de reclamos, con la finalidad de comparar los datos con un estándar previamente definido, capturar la totalidad de las quejas informadas de los clientes y cuantificarlas en los informes de gestión del sistema.

El indicador lo entrega la siguiente consulta que cada mes realizamos a los clientes: "¿Ha tenido usted problemas con el banco en los últimos tres meses y se los informó al banco?".

Según la distribución de problemas SAC, durante el año 2012, los principales asuntos se concentran en Internet y Tarjeta de Crédito (TC), representando el 47% del total. El detalle es el siguiente:

% Distribución de Problemas 2012



Detalle de Problemas (principales menciones)	
Internet	Problema técnico al visualizar Sitio Web Activar mandato transferencias/internet
Tarjeta de Crédito	Desconoce consumo (card holder) Puntos Itaú dólares
Tarjeta de Débito	ATM, giro no dispensado otro banco Redcompra, cargo duplicado
Cuenta Corriente	PAC no cargado Problema con correspondencia
Servicios	Atención a cliente en sucursal Información en sistema
Pagos Empresas	Pago Proveedores - Problema de nóminas Pego Remuneraciones - Problema de nóminas
Mutuo Hipotecario	Dividendo duplicado Problema con correspondencia
Crédito de Consumo	Cargo indebido Liquidación no emitida
Seguros	Siniestro hospitalización Siniestro Cartera Hipotecaria
Cuenta Vista	Giro no dispensado Giro no dispensado otro banco (cliente Cta. Vista)

Control de reclamos SAC

Los reportes de gestión que entrega el SAC se derivan mensualmente al área Calidad. La información que se controla es:

- Totalidad de reclamos ingresados versus estándar definido a partir de las encuestas de clientes.
- Porcentaje total de reclamos y requerimientos de nuestros clientes cerrados fuera de plazo.
- Porcentaje de reclamos y requerimientos de clientes a nivel de áreas resolutorias cerrados fuera de plazo.
- Análisis de los principales problemas informados por los clientes.
- Análisis de recurrencia de los mismos.

Agenda Abierta Clientes

Este canal de comunicación entre clientes y las gerencias de primera línea del banco se encuentra en www.itau.cl y permite que los usuarios de nuestros productos y servicios tengan la opción de agendar una reunión sobre el tema que estimen. No existe filtro respecto de los requerimientos y es así como mediante este sistema, es posible atender asuntos de diversa índole, por ejemplo, cuestiones referentes a la cuenta corriente o temas comerciales, reclamos o sugerencias.

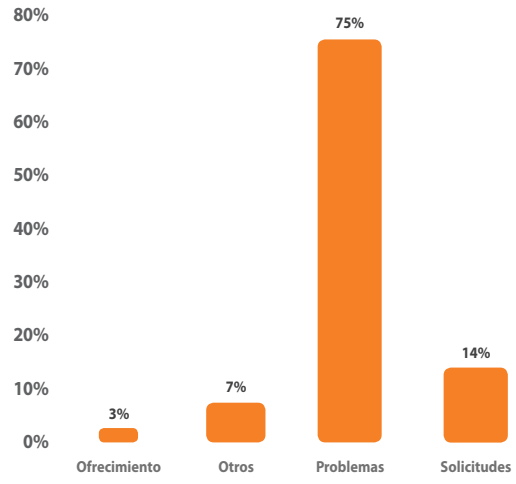
Nuestros 20 principales gerentes, incluso el gerente general, si así lo estima el solicitante, están disponibles para recibir las consultas y coordinar citas que se efectúan, en su mayoría, en las dependencias centrales de la institución, aun cuando también se da el caso de que se concreten mediante una conversación telefónica si el cliente así lo desea. De cualquier manera, cada gerente es responsable de solucionar el problema que da motivo a la consulta.

Defensoría del cliente

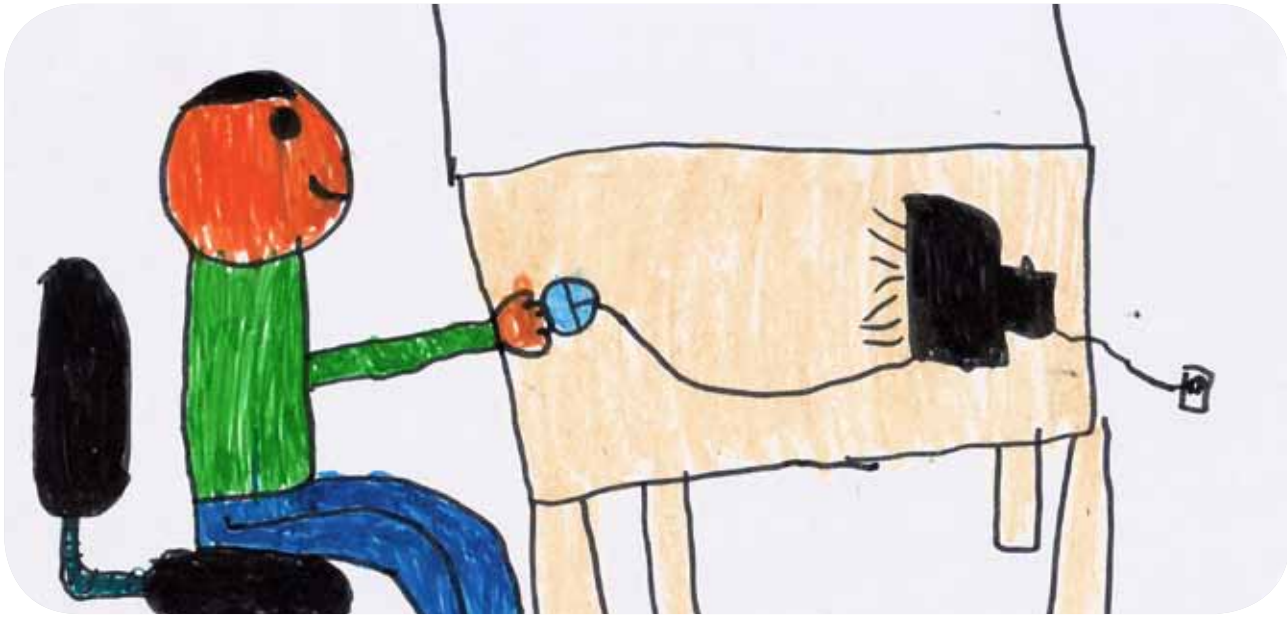
Este canal de reclamos de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF), permite que los clientes de los bancos asociados efectúen reclamos de tipo monetario no resueltos satisfactoriamente por su entidad bancaria. El sistema asigna gratuitamente un abogado para resolver el problema y promueve que ambas partes se sometan a un fallo externo. Así, la ABIF actúa como árbitro en la resolución de problemas con los clientes.

El canal Agenda Abierta, durante 2012, registró un total de 313 reuniones realizadas sobre 446 solicitadas (70%), destacando un repunte de estas agendas en el mes de diciembre y la concentración de reuniones con el gerente general del banco, Boris Buvinic. El detalle de los motivos para solicitar estas reuniones es el siguiente:

% por motivo de Agenda Asistidas (Base 313)



Pablo Belmar Peñaloza, 11 años.
Hijo de Jean Pablo Belmar Montenegro.
Analista Monitoreo & Analytics. Enrique Foster, Piso 7.

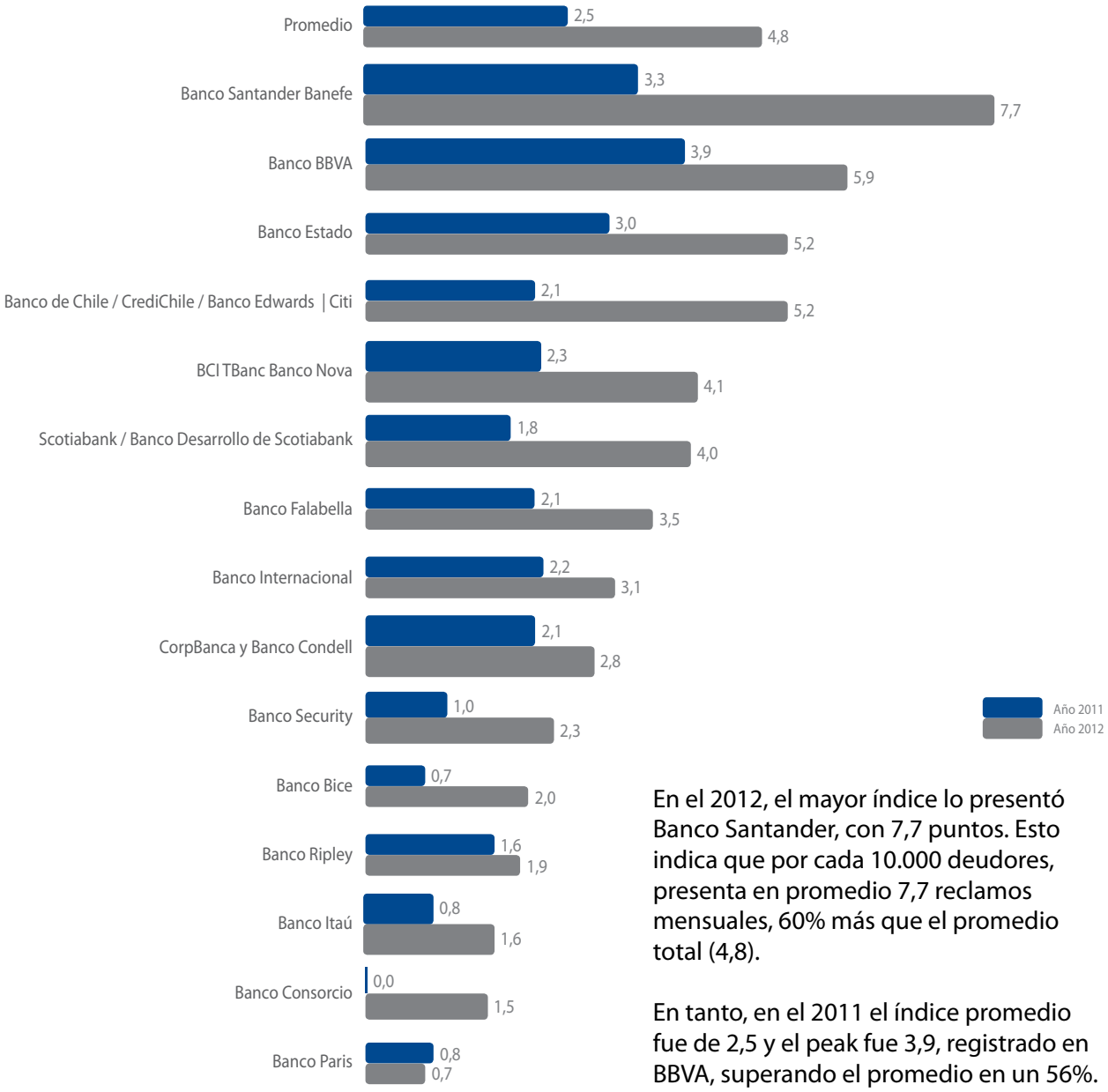


Reclamos en el mercado financiero (SERNAC)
En la comparación de los años 2012 y 2011, respecto del comportamiento de bancos y retailers, el informe de SERNAC, que incluye sólo los reclamos recibidos por este canal, indica que los reclamos anuales a nuestra compañía durante 2012 llegaron a 249, alcanzando un índice* de 1,6, cifra que sitúa a la institución bajo el promedio de la industria, que es de 4,8, solamente superada en desempeño por Banco París y Consorcio.

Nota al pie *Índice de reclamos en Banca: Es la cantidad de reclamos promedio mensual por cada 10.000 deudores.

Se destaca, además, nuestro buen comportamiento como el banco que más acoge reclamos en la industria, con un 84,7% de recepción, respondiendo la totalidad de ellos.

Índice de Reclamos en la Banca



En el 2012, el mayor índice lo presentó Banco Santander, con 7,7 puntos. Esto indica que por cada 10.000 deudores, presenta en promedio 7,7 reclamos mensuales, 60% más que el promedio total (4,8).

En tanto, en el 2011 el índice promedio fue de 2,5 y el peak fue 3,9, registrado en BBVA, superando el promedio en un 56%.

Presentaciones recibidas en la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF)

En el índice elaborado por la SBIF, que considera el número de reclamos por cada 10.000 clientes, nuestra compañía alcanza la tercera posición en buen comportamiento, dentro de los 13 bancos medidos. Solamente somos superados por los bancos París y Ripley, por lo que se nos puede atribuir un primer lugar entre la banca tradicional.

Total de deudores de la institución	**129.744**
Presentaciones por cada 10.000 deudores de la institución	**2,2**
Total de presentaciones	**28**
Contestados directamente por la SBIF	**2**
Presentaciones que originaron requerimientos a la institución	**26**
Presentaciones que reiteraron su requerimiento a la institución	**0**
Presentaciones con respuesta de la institución pendiente	**0**
Tiempo promedio de respuesta del banco a la SBIF (en días)	**14**

(Período: trimestre julio - septiembre de 2012)

Política ante productos o servicios defectuosos

Nuestra preocupación por los clientes conlleva el compromiso formal de devolver el 100% de la comisión cancelada cuando el paquete de productos y servicios entregado no cumple las expectativas de calidad esperadas por el usuario. Tal medida destaca como única en la industria y representa nuestra obligación con la satisfacción plena de los clientes, explicitada con claridad en la Garantía de Satisfacción que acompaña cada uno de nuestros productos y servicios.

Privacidad de la información de los clientes

Consideramos que este es un aspecto fundamental y lo practicamos a diario, más allá de que como institución bancaria nos regimos por la Ley de Secreto Bancario.

Nuestra normativa particular considera:
- Política Corporativa de Seguridad de la Información.
- Política de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información.
- Política de Gestión de Activos de la Información.
- Política de Clasificación de la Información.

Cada uno de estos cuatro puntos permite contar con dispositivos de protección física, electrónica y reglamentaria, respetuosos de los requisitos legales que resguardan la información de los clientes.

Asimismo, nuestras políticas establecen criterios transparentes para obtener, usar y proteger los datos de nuestros usuarios, incluso si éstos han dejado de ser clientes de la compañía.

Todo lo mencionado en cuanto a protección de información de los clientes se garantiza con evaluaciones y mediciones; es el caso de la encuesta de seguridad que hacemos a los trabajadores, cuyo objetivo es identificar el grado de conocimiento que tienen éstos sobre las prácticas de seguridad corporativa de la organización.

En nuestro sitio web contamos con una sección especial para este tema, a fin de que nuestros clientes se informen sobre nuestras políticas y tengan la tranquilidad de que sus datos no serán usados de manera irresponsable o maliciosa. En dicho sitio, les informamos sobre la forma cómo obtenemos la información, el uso que le damos en Chile y fuera del país, la política respecto de información de ex clientes, entre otros. Adicionalmente, implementamos la política de "Escritorio Limpio", que implica mantener la superficie de las áreas de trabajo sin información confidencial a la vista.

Política "Escritorio limpio"

- La información es uno de los activos más importantes de nuestro banco.
- Cada trabajador es responsable de mantener, en todo momento, segura y bajo estrictas medidas de confidencialidad la información de carácter delicado, ya sea de personas o de sus negocios.
- La información sensible que se deja en el escritorio o en muebles sin seguridad va en contra de las normas vigentes de Seguridad de la Información y expone a medidas disciplinarias y sanciones administrativas.

Tipos de fraude más comunes en la banca

Pharming: Mediante un virus, se interviene la navegación en internet, de manera que cuando el cliente ingresa a la dirección habitual de su banco, llega a un sitio aparentemente igual, ingresa sus claves, ejecuta las operaciones que necesita y cierra su sesión y navegador como de costumbre, pensando que todo se ha realizado de manera normal, pero ha sido víctima de un delito al entregar sus credenciales.

Clonación: Extracción de la información contenida en la banda magnética de la tarjeta de crédito y/o débito, la que es copiada en otra tarjeta que se usa para hacer transacciones o compras, infringiendo las leyes Nº 19.223 y Nº 20.009, por delito informático y uso fraudulento de tarjetas de crédito y débito, respectivamente.

Seguridad de la información vía web

Estas acciones responden al compromiso que tenemos con los clientes y buscan transmitir las mejores prácticas de resguardo en temas bancarios. Se componen del envío periódico de información vía correo electrónico y una sección con recomendaciones en el sitio web del banco. En este mini sitio, se detallan los diferentes tipos de fraude a los que se exponen los clientes bancarios, conceptos importantes y sugerencias para evitar convertirse en una víctima de este tipo de ilícitos u otras malas prácticas.

Durante 2012, en materia de seguridad tecnológica, incorporamos nuevas medidas de resguardo para transferencias de fondos y pagos de servicios, logrando un óptimo control de casos de Phishing, Pharming y otros potenciales fraudes por medios electrónicos. Asimismo, llevamos a cabo todos los planes establecidos para pruebas relacionadas con la continuidad operacional y recuperación de desastres.

Tipos de fraude sufridos por clientes banco Itaú en 2012

	Clonación	Robo/ Hurto	TEF por Internet	Pagos por Internet	Fondos devueltos a clientes afectados	% fraudes v/s total
I Región	7	2		1	Sí	0,5%
II Región	19	1	2	5	Sí	1,1%
III Región	1	1			Sí	3%
IV Región	7	1		1	Sí	0,2%
V Región	74	3	4		Sí	1%
Metropolitana	604	68	12	9	Sí	75,7%
VI Región	5	3		2	Sí	1,1%
VII Región	6	3			Sí	1%
VIII Región	29	7			Sí	3,9%
IX Región	20				Sí	2,2%
X Región	8	1	1		Sí	1,1%
XII Región	3				Sí	0,3%
XIV Región	5				Sí	0,5%
Total General	**788**	**90**	**19**	**18**		

Casos de Pharming a cuentas corrientes de clientes 2012

Mes	N° de Clientes	Monto $
Enero	9	40.116.687
Febrero	6	10.837.793
Marzo	5	27.132.795
Abril	4	15.441.455
Mayo	1	8.986.373
Junio	1	2.538.526
Julio	1	1.978.444
Agosto	2	6.301.932
Septiembre	7	10.534.947
Octubre	1	1.539.000
Noviembre	0	0
Diciembre	0	0
Total	**37**	**125.407.952**

Casos de clonación tarjetas de crédito de clientes 2012

Mes	N° de Clientes	Monto $
Enero	16	13.485.297
Febrero	11	4.593.598
Marzo	17	10.056.990
Abril	23	13.265.823
Mayo	20	19.920.724
Junio	17	8.721.055
Julio	22	18.856.814
Agosto	17	19.193.550
Septiembre	8	6.742.488
Octubre	23	10.875.250
Noviembre	35	35.400.728
Diciembre	43	4.184.890
Total	**252**	**165.297.207**

Política de divulgación de la información de los productos y servicios

Para que nuestros clientes tomen sus decisiones debidamente informados, respecto de las tarifas y de qué obtendrán con nuestra oferta, esta política garantiza un procedimiento formal y acorde con la norma en todo el ciclo de vida de los productos y servicios de banco Itaú. Al mismo tiempo, asegura que los atributos y condiciones de precio de cada uno de éstos se den a conocer al inicio de la relación con el cliente, cuando se realizan los cobros respectivos y en el caso de cambios para el plan tarifario, informando el servicio y el esquema de comisiones que se acordó, todo lo anterior en total cumplimiento de la normativa aplicable.

Casos de clonación tarjetas de débito de clientes 2012

Mes	N° de Clientes	Monto $
Enero	30	34.849.119
Febrero	35	21.335.663
Marzo	63	48.733.679
Abril	42	34.211.327
Mayo	36	40.822.852
Junio	40	32.976.790
Julio	62	57.841.245
Agosto	83	52.415.958
Septiembre	34	36.922.616
Octubre	32	23.275.606
Noviembre	46	29.224.443
Diciembre	33	4.505.110
Total	**536**	**417.114.408**

Evaluación del cliente

Contamos con un Test del Inversionista, gracias al cual los productos de inversión se recomiendan de acuerdo con la tolerancia al riesgo del cliente.

El cuestionario se encuentra en el portal web de nuestra empresa.

Ley Sernac Financiero

Durante 2011, los poderes Ejecutivo y Legislativo, en conjunto con la banca nacional, trabajaron para perfeccionar la transparencia del sistema financiero, resultando de esto la creación del Sernac Financiero, a partir de la Ley 20.555.

La norma, que se promulgó en noviembre de 2011 y durante 2012 entró en vigencia por etapas, fortalece los derechos de los consumidores de productos y servicios financieros, particularmente de aquellos clientes que forman el segmento Personas y Pymes. Establece, entre otros aspectos, que un banco no puede terminar unilateralmente los contratos suscritos y que éstos solamente pueden ser finalizados de acuerdo con las condiciones objetivas que los mismos indican y según lo señalado en los pagarés.

Con el objetivo de cumplir en tiempo y forma todas las disposiciones de esta ley, en diciembre de 2011, comenzamos un proceso de estudio de los alcances de esta norma, tanto a nivel gerencial como subgerencial. De esta preparación surgió un diagnóstico y cronograma de implementación para todas las áreas de nuestra institución, proceso que incluyó instrucciones acerca de procedimientos de contratación y comunicación de los productos y servicios que ofrecemos, los motivos de rechazo de tarjetas y créditos de consumo e hipotecarios, la información que se debe entregar al cliente en sucursales y un test de evaluación con preguntas como las siguientes: "¿se puede ofrecer a un cliente un seguro 'amarrado' a un crédito?" y "¿cómo debe solicitar un cliente explicación de los motivos de rechazo de su crédito?". Asimismo, adoptamos la firma obligatoria del cliente en un documento anexo en el que se detallan los productos y servicios que contrata, así como la implementación y modificación de varios procedimientos internos y documentos del banco, incluidos varios contratos, adecuándoseles a nuevos formatos a partir del 5 de marzo de 2012, inicio de la primera entrada en vigencia de la ley.

En marzo de 2012, a su vez, hicimos capacitaciones y pruebas online de la nueva norma en, prácticamente, todas las áreas del banco que son regidas directamente por la disposición legal. De igual forma y con el objeto de precisarla, trabajamos con los reglamentos que comenzaron a regir en julio de 2012.

IV. Nuestros **Proveedores**

En nuestra institución, todos los asuntos relacionados con los proveedores son responsabilidad de las gerencias Divisionales de Operación y Tecnología, de Riesgos y de Planificación y Control Financiero. Por otro lado, la Política de Sustentabilidad, el Código de Ética y la Política de Adquisiciones y Pago a Proveedores que implementamos indican que el vínculo entre la institución y los proveedores requiere promover y facilitar un desarrollo en el marco de la agenda de sustentabilidad del banco. Lo mismo estipulamos en cuanto a la construcción de relaciones permanentes y de largo plazo, además de perfeccionar los requisitos necesarios para la contratación de proveedores, de forma tal que respondan a los criterios de sustentabilidad, definidos como los principios de equidad, integridad y transparencia.

Nuestra política también plantea la importancia de proteger y respetar los derechos humanos en nuestra cadena de valor, rechazando cualquier forma de trabajo infantil, forzado u obligatorio.

La cadena de valor es una preocupación relevante para nuestra empresa y se relaciona directamente con nuestra visión. Responde a la idea de que la generación de beneficios sea realmente compartida y es por eso que los proveedores cumplen un importante papel. Apreciamos que cada uno de ellos nos ayude con la entrega de nuestros productos y servicios, de la misma forma que colaboran en difundir las mejores prácticas, acatar la legislación y concretar nuestras políticas en materia de derechos humanos y anticorrupción.

Búsqueda, selección y contratación de proveedores

Nuestra política plantea que estas acciones se lleven a cabo a través de procesos de cotización y/o licitación, realizados de acuerdo con criterios objetivos de transparencia, equidad, resguardo de la oportunidad de entrega y calidad de los bienes y servicios demandados.

Aquellos proveedores seleccionados y contratados se incluyen en un inventario del banco, registro que administramos de manera computacional para su mejor utilización y permanente actualización.

En Itaú, generamos las órdenes de compra a los proveedores en un máximo de 48 horas.

Los proveedores que se encuentran vigentes en nuestro inventario son monitoreados y evaluados de acuerdo con su clasificación, la que indica una periodicidad y alcance específico.

Monto de la adquisición y requisitos mínimos de cotización y/o licitación

Hasta 15 UF
Ninguno

Sobre 15 UF y hasta 100 UF
1 cotización formal

Sobre 100 UF y hasta 3.500 UF
3 cotizaciones formales

Sobre 3.500 UF
Licitación competitiva con un mínimo de tres proveedores

Política de Adquisiciones y Pago a Proveedores

Entre nuestros objetivos figura establecer líneas de acción para cualquier persona que se relacione directa o indirectamente con un proveedor. Esto se hace patente en nuestra Política de Adquisiciones y Pago a Proveedores, lineamiento vigente desde 2011, que es parte esencial de nuestra performance sustentable.

Entre otros puntos, esta directriz plantea la clasificación de todos los proveedores con los que nos relacionamos, según los siguientes factores:

- Bienes que provee o el servicio que preste
- Riesgo operacional, medido en criticidad alta, media o baja
- Riesgo legal

Clasificación	Tipo de proveedor	Periodicidad	Alcance de la evaluación
Criticidad alta según riesgo operacional	Todos, excepto las sociedades de apoyo al giro	Anualmente	Factibilidad técnica Estados Financieros
Criticidad media o baja según riesgo operacional	Sociedades de apoyo al giro	Cada tres años	Seguridad de la información
	Todas, excepto las sociedades de apoyo al giro	Cada dos años	OFAC Negative file Informe laboral
Con riesgo legal referidos a la Ley N° 20.393 o la Título XVI de la Ley N° 18.046 *	Los indicadores en la nota al pie	Cada dos años	Informe tributario Riesgo operacional Riesgo legal (leyes N° 20.393 y N° 18.046)

(*) Riesgo Legal referido al Título XVI de la Ley N° 18.046.
Se considerará que un proveedor representa riesgo legal referente a operaciones con partes relacionadas según trata el título XVI de la Ley N° 18.046, respecto de toda negociación, acto, contrato u operación en que intervenga como proveedor alguna de las siguientes personas:
i) Un director, gerente, administrador o ejecutivo principal del banco, por sí o en representación de personas ajenas al banco, o sus respectivos cónyuges o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad inclusive.
ii) Las sociedades o empresas en las que las personas indicadas en el punto precedente sean dueñas, directamente o a través de otras personas naturales o jurídicas, de un 10% o más de su capital, o directores, gerentes, administradores o ejecutivos principales.
iii) Aquellas que hayan realizado funciones en el banco y/o sus filiales de director, gerente, administrador, ejecutivo principal o liquidador, dentro de los últimos 18 meses.

Programa de Administración de Proveedores

Este esquema fue creado a partir de lo anteriormente expuesto y con él revisamos aspectos delicados, relativos a lavado de dinero, financiamiento al terrorismo, prevención de la corrupción, temas laborales y financieros, planes de contingencia y nivel crítico de información sensible y del servicio que presta a nuestra institución.

El programa establece que cada uno de los proveedores que tenemos pase por una evaluación previa llamada Due Dilligence, en la que se revisan detalladamente los antecedentes financieros, tributarios, laborales y jurídicos de la empresa y de la entidad misma. A partir de los datos obtenidos, se clasifica al proveedor y se contemplan los factores mitigantes de acuerdo al riesgo cuantificado.

Asimismo, a la hora de firmar los contratos, el programa no sólo establece sino que exige al proveedor el cumplimiento de las normas y obligaciones laborales y previsionales vigentes. La firma del documento nos entrega la facultad de verificar que la empresa proveedora respete los derechos laborales, instándola a proporcionar todos los antecedentes necesarios. Por último, se contempla el término del contrato ante cualquier incumplimiento de lo acordado.

Para la administración y comunicación con nuestros proveedores, contamos con un portal online, a través del cual los proveedores acceden a un sistema que permite conocer o confirmar el estado de sus documentos, además de revisar las políticas que nos rigen y, por ende, la relación contractual.

El total de proveedores registrado a diciembre de 2012 en nuestro banco ascendió a 5941. Durante el año trabajamos con cerca del 50% de ellos, es decir, con más de 2900 proveedores de productos y servicios, la mayoría de ellos de categoría Pyme.

En cuanto a la regionalización de las contrataciones, se concreta en los casos que la práctica agrega eficiencia a la operación.

Comportamientos no permitidos con proveedores

Cada uno de nuestros trabajadores tiene como norma preguntarse por la existencia de compromisos personales o familiares con algún proveedor antes de decidir su contratación. La misma práctica existe en lo referente a algún tipo de presión, beneficios indebidos, preferencias por sobre otro en iguales condiciones o cualquier otra clase de conflicto de interés involucrado en la negociación.

En resumen, las prácticas prohibidas son:

- Firma de acuerdos o contratos con empresas que impliquen correspondencias mutuas e intercambios de favores personales.
- Firma o administración de negociaciones con empresas proveedoras administradas por parientes hasta segundo grado.
- Facilitación o intermedio de negocios en nombre de proveedores.
- Segundo empleo en empresas de proveedores sin autorización de un director (gerente divisional).
- Solicitud de empleo para parientes y amigos en empresas de proveedores con las que el trabajador deba tener contacto directo por razones laborales.
- Firma de contratos de compra de productos o prestación de servicios fuera del proceso formal de licitación.
- Petición de cortesías o contribuciones a proveedores.

Sello ProPyme y pago a proveedores

En 2012, obtuvimos un reconocimiento a nuestra gestión con proveedores, en términos del pago oportuno por los productos y servicios contratados con éstos, recibiendo de parte del Ministerio de Economía el sello ProPyme, reconocimiento entregado por el gobierno de Chile para destacar a las grandes empresas que cumplen oportunamente con el pago a los proveedores Pyme.

Esto refuerza el compromiso que tenemos con nuestros proveedores, a quienes no ocupamos como capital de trabajo y a quienes, durante 2012, en 97% de los casos pagamos antes de 30 días. El 3% restante no cumplió con las condiciones de facturación adecuadas, por lo que hubo que rechazar sus documentos, retrasándose el pago de éstos.

Para el monitoreo del pago oportuno, según las condiciones pactadas, trabajamos con el software Q-biz.

Cláusula de sustentabilidad en los contratos con proveedores

Incorporada en 2011, esta cláusula se suma a las ya existentes sobre prevención de ilícitos y conflictos de interés, y se ha ido incluyendo en los contratos de manera paulatina, revisando caso a caso su aplicabilidad.

Al firmar los contratos con esta cláusula, los proveedores se comprometen a actuar en sintonía con nuestra política de sustentabilidad, tomando conocimiento de ésta, considerando los impactos económicos, sociales y medioambientales generados a partir del producto o servicio entregado y trabajando coordinadamente con nosotros para reducir o mitigar dichos impactos.

Contratos con cláusula de sustentabilidad con proveedores en 2012

	Total Contratos	Con Cláusula	Contratos en los que no aplica (por ser contratos por convenios interbancarios)
Banco Itaú	355	152	8
Itaú Chile Corredora de Bolsa S.A.	7	4	0
Itaú Chile Administradora General de Fondos S.A.	9	7	0
Itaú Chile Corredora de Seguros Ltda.	8	6	0

Cláusula de sustentabilidad

La empresa declara estar en conocimiento que el Banco Itaú ha adoptado una política razonable de sustentabilidad, por lo que se espera que las empresas o personas naturales que le presten servicios, adhieran a un compromiso que promueva tener en cuenta de manera coordinada y consistente los impactos en los planos económicos, social y ambiental, no solo en sus actividades productivas, sino también en la definición de sus políticas, acciones y proyectos.

V. **Sociedad**

Para dirigir nuestra relación con la comunidad, hemos desarrollado una Política de Sustentabilidad, que establece la mantención de una agenda permanente, activa y capaz de hacer frente a los desafíos de desarrollo sostenible, especialmente en los países y las comunidades donde nuestra compañía participa. Todo esto lo hacemos apoyando mecanismos legales promotores de beneficios para la sociedad.

> A través de nuestra Fundación, gestionamos las acciones de voluntariado corporativo de nuestros colaboradores.

Esta pauta se aplica con profunda convicción, canalizando esfuerzos y trabajo para contribuir al desarrollo de la sociedad, ya sea como auspiciador de las iniciativas de diversas instituciones y organizaciones cuyos objetivos se alinean con nuestras metas sociales o gestionando proyectos y recursos mediante la acción de **Fundación Itaú Chile**, una corporación sin fines de lucro que tiene por misión "promover iniciativas sustentables de alto impacto en cultura, desarrollo social y educación para contribuir a crear una sociedad más equitativa y diversa".

Gracias a Fundación Itaú, mantenemos una estrecha relación con ONG y organismos públicos y privados que comparten nuestros objetivos de trabajo con la comunidad. Este vínculo facilita la implementación de diferentes proyectos culturales, sociales y educativos en los que el banco toma parte, favoreciendo muchas veces a personas de escasos recursos y/o en riesgo social. Esta labor la hacemos mediante el empleo de las herramientas que la legislación vigente establece en cuanto a la donación cultural y social, preferentemente en colaboración con otras instituciones.

Todo este modelo potencia el alcance y calidad de las acciones dirigidas a la sociedad chilena, las que desarrollamos en torno a 4 ejes estratégicos que rigen el quehacer de la Fundación, sobresaliendo entre ellos el de la **educación financiera.** Este tema, que identificamos como una responsabilidad clave de nuestra institución y del sector financiero en general, se trabaja no sólo con clientes y colaboradores, sino también con la comunidad, con un enfoque especial en niños y jóvenes. Estamos convencidos de que es clave sensibilizar y educar a las personas tempranamente en torno al uso consciente del dinero y los riesgos del sobreendeudamiento, de manera que aprendan a manejar correctamente sus finanzas y que a

¿Cómo canalizamos nuestras contribuciones a la sociedad?

A) Fundación Itaú
Institución sin fines de lucro y legalmente independiente, a la que aportamos fondos para mantención de su equipo, infraestructura (espacio expositivo propio) y proyectos.

B) Auspicio a terceros
Entre ellos:
- Museo de Arte Contemporáneo
- Museo Artequín Viña
- Hogar de Cristo
- Fundación Chile
- Diversas universidades

Mahani Teave, en concierto auspiciado por Fundación Itaú.

Voluntarios implementando un jardín en el Hogar Maruri.

En 2012, la suma de donaciones efectuadas por banco Itaú alcanzó más de 335 millones de pesos, sin considerar los beneficios tributarios otorgados por las Leyes de Donaciones Culturales y Sociales. Dichas donaciones incluyeron aportes en dinero, horas de trabajo y facilitación de infraestructura.

futuro tomen las mejores decisiones respecto de sus inversiones y gastos, de manera informada, consistente y considerando el momento de la vida en el que se encuentran. Asimismo, nos abocamos en la labor de entregar información clara y comprensible, entendiendo que el tema financiero, muchas veces, resulta muy técnico para algunas personas.

Ejes estratégicos del trabajo en contribución a la comunidad

Educación financiera y emprendimiento

Se desarrolla a través de proyectos que fomentan el uso responsable de los recursos y, particularmente, del dinero; iniciativas capaces de entregar información clara y de fácil entendimiento acerca del mercado, de la banca y de los productos bancarios, y programas que ofrecen herramientas promotoras de las capacidades de emprendimiento destinadas a romper las dinámicas de endeudamiento y pobreza. Hemos desarrollado una serie de iniciativas, algunas dirigidas al público general, especialmente a niños y jóvenes, y otras -más específicas- desarrolladas para los propios colaboradores del banco.

Crecimiento personal

Este eje de acción se concreta mediante ciclos de charlas o talleres caracterizados por su contenido valórico y relacional, tomando estos factores como aspectos que permiten proporcionar herramientas para el desarrollo de capacidades de superación y automotivación entre las personas.

Artes visuales

Es un ámbito que considera proyectos de exhibición artística de obras nacionales o extranjeras, auspicios a instituciones culturales y programas que tienen como finalidad acercar el arte a la población en general.

Para el óptimo desarrollo de nuestra labor en torno a las artes visuales, Fundación Itaú cuenta con un recinto de exhibición llamado Espacio ArteAbierto (Sucursal El Golf), ubicado en Avda. Apoquindo 3457, comuna de Las Condes, y en donde presenta entre 5 a 6 exposiciones al año.

Música

Este eje abarca la realización de conciertos gratuitos y de alcance masivo. Preferentemente, estas actividades se desarrollan en torno a la música clásica y popular latinoamericana.

Principales actividades de relacionamiento y contribución a la comunidad en 2012

Educación lúdica y entretenida para el uso consciente del dinero

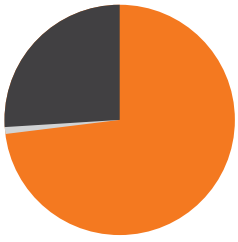
Obra de teatro
"Toma chocolate, paga lo que debes"
Fundación Itaú, con el apoyo de Target-DDI, diseñó y puso en escena esta obra que, desde 2009, se lleva gratuitamente a diversos colegios de las regiones Metropolitana, Quinta y Sexta.

Mediante esta obra de teatro, los estudiantes se acercan al mundo de las finanzas, a través de personajes como el alumno Rakim, quien en el trayecto de la obra cambia su conducta respecto del uso del dinero y la generación de deudas, enseñando con su actitud respecto de las consecuencias de hacer mal uso de los recursos, sensibilizando y potenciando en los pequeños la consciencia sobre este importante tema. La obra desarrolla conceptos como la responsabilidad y cumplimiento de los compromisos financieros adquiridos, la cultura del ahorro, las consecuencias del sobreendeudamiento y valores como la honradez y la confianza.

Desde sus inicios, con el objetivo de levantar información real y concreta sobre las percepciones, enseñanzas y el nivel de impacto que genera la obra en los alumnos, se han realizado en forma regular encuestas a estudiantes y profesores. En 2012, la encuesta cuantitativa de percepción fue aplicada a 228 niños de tres colegios ubicados en Maipú e Isla de Maipo. Adicionalmente, se realizaron dos focus groups con escolares de los colegios Santa Cecilia y King Edward, ambos ubicados en Maipú. También se encuestaron 94 profesores al respecto.

Como conclusión general, el formato teatral ha resultado para los estudiantes una excelente fórmula, ya que les permite hablar de temas relevantes, pero de una manera distendida, evitando la ansiedad y el rechazo relacionados con las clásicas técnicas de aprendizaje.

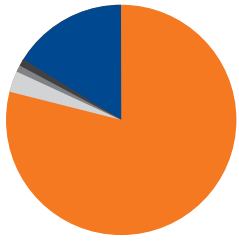
¿Cómo le parece que la obra aborda el tema del uso responsable del dinero?



Universo: 94 profesores

- Excelente 73%
- Bueno 26%
- Regular 1%

Esta obra de teatro, ¿es un aporte a la educación sobre el uso responsable del dinero?



Universo: 94 profesores

- Muy de acuerdo 79%
- De acuerdo 16%
- Totalmente en desacuerdo 1%
- En desacuerdo 1%
- No contesta 3%

Durante 2012, la obra "Toma chocolate, paga lo que debes" tuvo 40 funciones gratuitas (38 en colegios y dos en "Feria del Consumidor" organizada por el SERNAC), siendo vista por 7.407 alumnos, de 6°, 7° y 8° Básico.

Serie de televisión
"Toma chocolate, paga lo que debes"
La excelente recepción de la obra de teatro educativo "Toma chocolate, paga lo que debes" y la detección de la necesidad de llevar este material didáctico a más estudiantes, motivaron la producción de la serie audiovisual complementaria. Esta se transmitió durante 2011 y 2012 en todo Chile, por el canal de la Televisión Educativa Novasur del Consejo Nacional de Televisión, que tiene asociados más de 4 mil colegios a lo largo del país. Adicionalmente, en abril de 2012 se emitió por Canal 13C y también se puso a libre disposición del público, en la Sección "Economía para la Escuela", del portal Educarchile.cl.

"Toma chocolate, paga lo que debes", consiste en tres capítulos, cada uno de 12 minutos de duración, y va acompañada de una ficha didáctica, que orienta a los educadores sobre cómo llevar a la sala de clases los conceptos tratados en esta serie audiovisual. Desde su estreno, en octubre de 2011, se calcula que la serie ha sido vista por aproximadamente 1 millón quinientos mil estudiantes.

Portal web: "Economía para la escuela"
Mediante la plataforma Educarchile.cl de Fundación Chile, portal que entrega contenidos educativos de libre acceso a profesores, alumnos y apoderados, promovemos la formación en torno al uso consciente del dinero, gracias a contenidos educativos sobre finanzas y economía para alumnos de 5° Básico a IV Medio.

Para reforzar su contenido, en noviembre de 2012, la sección "Economía para la escuela" se complementó con más y nuevos temas, en un afán de continua entrega de material pedagógico, didáctico y práctico para la formación de los jóvenes.

Las estadísticas señalaron que, a diciembre de 2012, "Economía para la escuela" fue el mini sitio con más visitas del portal Educarchile.cl, con un total de 100.783 entradas únicas de alumnos, profesores y apoderados.

El diseño innovador y didáctico de iniciativas como "Toma chocolate, paga lo que debes", en formato de teatro educativo y serie audiovisual, y la sección "Economía para la escuela" en Educarchile.cl, permiten abordar temas generalmente percibidos muy técnicos o tediosos de una manera lúdica y cercana, logrando la mejor incorporación de estos conceptos en el repertorio cultural de los estudiantes, lo que a la larga, se convierte en un aporte para la vida adulta.

Programa Semana Empresa

Por noveno año consecutivo, en 2012, Fundación Itaú realizó el programa Semana Empresa, para que jóvenes estudiantes de centros educativos técnico-profesionales de sectores vulnerables se acerquen al mundo laboral mediante una pre práctica laboral de siete días. Durante este período, los escolares se desenvuelven en diversas áreas de nuestro banco, trabajando con un colaborador voluntario que oficia como tutor personal y responsable de preparar, orientar y supervisar su labor durante la jornada de trabajo.

Entre el 16 y el 24 de agosto de 2012, en nuestras oficinas de la Región Metropolitana, el programa congregó a 66 tutores y 66 alumnos de III Medio de los colegios Padre Pedro Arrupe, de Quilicura, y Don Enrique Alvear, de Cerro Navia. Este último pertenece a la organización Fe y Alegría e integra el programa Semana Empresa desde que comenzó, en 2004. A lo largo de los años, más de 500 alumnos de enseñanza técnico profesional han participado de la experiencia.

Desde 2009, más colegios se han sumado a la iniciativa, aumentando la cantidad de estudiantes beneficiados con este programa, que entrega cercanía a la realidad laboral y herramientas para los desafíos que surgen al momento de egresar del colegio.

Para nuestro Gerente General, Boris Buvinic, gracias a Semana Empresa "se genera un círculo muy virtuoso, ya que los chicos ven la posibilidad de insertarse en el mundo laboral. Además, la experiencia genera una esperanza de que, haciendo las cosas bien, se pueden lograr objetivos. Por otro lado, los ejecutivos se sienten muy motivados con la actividad, pues les permite contribuir al desarrollo del alumno y acercarse a un mundo que a veces es un poco distante".

> Más de 43 alumnos han realizado su práctica profesional con nosotros, gracias al programa Semana Empresa.

Semana Empresa según los estudiantes

Tras un proceso de evaluación del sistema, algunas de las conclusiones obtenidas durante 2012 son:

- Al 60% de los alumnos participantes, el modelo le ha servido mucho para preparar un CV y a más del 70% le ha permitido mejorarlo.
- Más de la mitad de los estudiantes manifiesta que, gracias a Semana Empresa, ha podido enfrentar de mejor manera las entrevistas personales y reconocer sus propias habilidades.
- El 67% de los estudiantes señaló que ha aumentado su iniciativa para realizar preguntas y tareas. Asimismo, el 81% indicó que con el programa mejoró su relación con la organización y el horario.
- En poco más del 60% de los estudiantes encuestados, figura un aumento en el interés por la especialidad.
- Casi el 80% de los estudiantes declaró que las personas con las que trabajó le enseñaron asuntos que no sabía de la especialidad que estudia.

Para nuestros colaboradores, Semana Empresa resulta una instancia para humanizar su labor y potenciar la pertenencia a un equipo. Sebastián Ibarra, agente de la Sucursal Padre Hurtado, comenta: "Es bueno sentir que estás haciendo algo por otra persona y que aportas en su formación. Los tutores se ofrecen voluntariamente, porque es como un regalo poder ser parte de esta actividad que enriquece el alma de nosotros como trabajadores".

Voluntariado corporativo

Junto a la iniciativa Semana Empresa, promovemos una serie de otras actividades enmarcadas en el ámbito del voluntariado corporativo, entendiendo que es una práctica que contribuye a la sociedad, potencia el trabajo en equipo, favorece el clima laboral y contribuye al desarrollo profesional y personal de los voluntarios que pertenecen a nuestra empresa. Así, en 2012, 290 colaboradores participaron como voluntarios activos, y muchos más contribuyeron en el marco de la Campaña de Invierno, colaborando con el Hogar de Cristo en la recolección de estufas y ropa adecuada para la época de frío.

Acción Social en Región Metropolitana

En Región Metropolitana, destaca particularmente el compromiso con el Hogar Maruri de Santiago, casa de acogida perteneciente a la red Hogar de Cristo que Fundación Itaú apadrina desde 2009. Se encuentra en la comuna de Independencia y acoge a 16 niños y adolescentes en riesgo social, preocupándose de su formación integral y apoyándolos en materia emocional y educativa. En 2012, alrededor de 110 voluntarios participaron en las distintas jornadas que se organizaron para celebrar cumpleaños, jugar y remodelar el patio y el interior de la casa. Junto con destinar parte de su tiempo a esta obra, nuestros colaboradores de Itaú aportaron dinero al hogar, a través de un descuento por planilla, el cual es complementado por nuestra institución en un formato 1+1.

Acción Social en regiones

Desde 2006, este programa busca incentivar y encauzar el compromiso social de los colaboradores que tenemos en regiones. La forma de trabajo es la siguiente: tras una convocatoria general, los equipos que operan en las sucursales regionales envían sus propuestas de voluntariado regional a Fundación Itaú, la cual se encarga de analizarlas y asignar los recursos, orientando la ejecución que debe considerar la participación directa de los voluntarios en la comunidad beneficiada. Posteriormente, examina el informe final y la rendición de fondos asignados.

> Hasta hoy, más de 10.000 personas se han beneficiado a través de las iniciativas regionales de voluntariado. Particularmente en 2012, la acción favoreció a cerca de 3.000 niños, jóvenes y adultos.

En 2012, participaron 180 voluntarios pertenecientes a 30 sucursales de regiones, implementando acciones en beneficio de distintas organizaciones locales sin fines de lucro, respondiendo a las necesidades materiales, emocionales o educativas de éstas. Los proyectos consideraron, entre otros, el mejoramiento de infraestructura y áreas recreativas, la entrega de materiales didácticos, la realización de convivencias y actividades deportivas en cooperación con organizaciones sin fines de lucro, casas de acogida, jardines infantiles y escuelas situadas en zonas rurales o marginales.

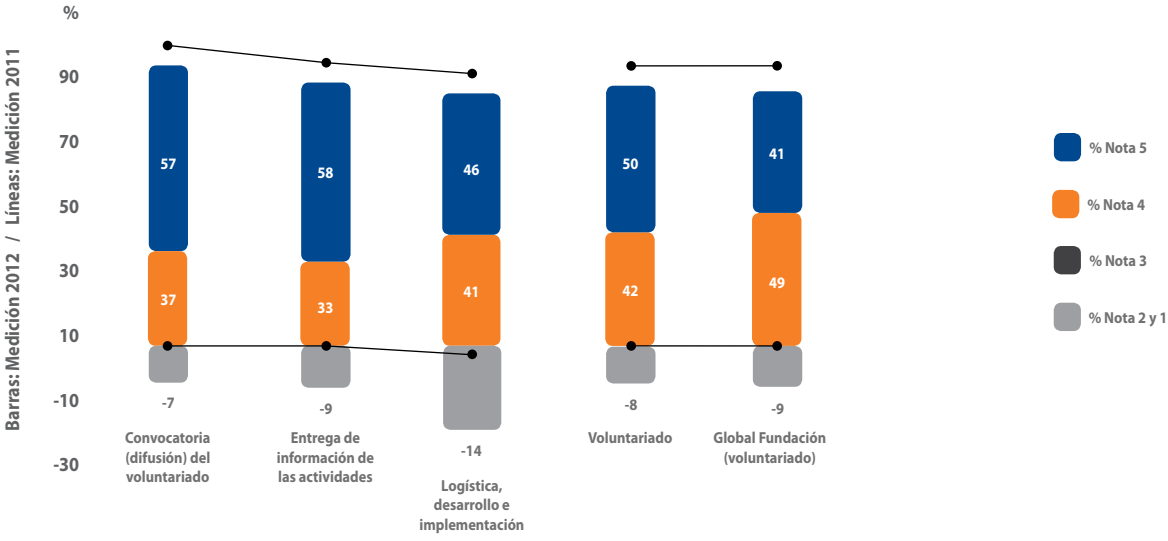
Medición de la RSE y el Voluntariado

Con el fin de mejorar constantemente los programas y procesos, realizamos anualmente encuestas de satisfacción en materias de RSE y Voluntariado corporativo.

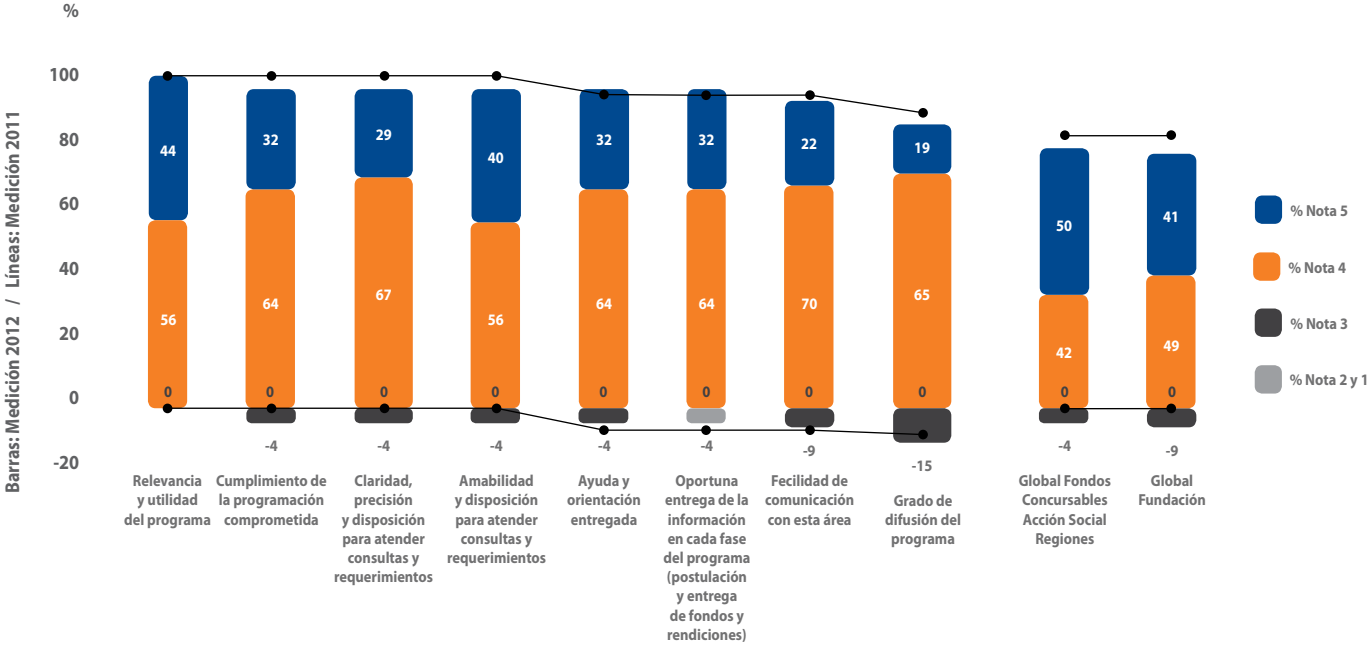
En 2012, por primera vez, participamos en el Ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial de Fundación PROhumana, proceso que involucró fuertemente a los colaboradores y nos permitió evaluar nuestras políticas, procedimientos y programas, así como compararnos con nuestros pares y otras industrias.

Respecto del voluntariado y acción social, los resultados de 2012, según el estudio realizado por la consultora Go Research, señalan que entre los colaboradores existe un 92% de satisfacción global respecto de las acciones de voluntariado corporativo, cifra que implica un 96% de satisfacción en materia de fondos concursables para la acción social y un 92% de satisfacción para el programa de voluntariado. Estos resultados, a su vez, contienen las percepciones de los colaboradores distribuidas de la siguiente manera:

¿Cuán satisfecho está con los siguientes aspectos del Voluntariado Corporativo del banco?



¿Cuán satisfecho está con los siguientes aspectos del programa de Fondos Concursables Acción Social Regiones?



"Rembrandt: Impresiones de un genio"
Fundación Itaú, en conjunto con la Corporación Cultural de Las Condes, organizó la primera exposición en Chile de Rembrandt van Rijn (1606-1669), considerado el pintor más importante del Barroco Europeo y uno de los grandes maestros universales.

La muestra, que incluyó 68 grabados originales, realizados por el artista entre 1630 y 1665, se presentó del 9 de marzo al 29 de abril de 2012.

"El papel del amigo: Caprichos de un curador"
Entre el 14 de marzo y el 8 de junio de 2012, Fundación Itaú y el Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) presentaron esta muestra, que da cuenta de una labor de siete décadas de acopio de obras gráficas con diversos formatos y temáticas, todas pertenecientes a la colección de Edward Shaw. Además de su valor artístico, la exposición destacó el coleccionismo como una actividad que puede hacer cualquier persona que sea perseverante y trabaje con ojo crítico.

"Dinora Doudtchitzky:
El imaginario persistente":
Esta primera retrospectiva de la artista chileno-ucraniana Dinora Doudtchitzky se expuso entre el 12 de junio y el 12 agosto de 2012, gracias al Museo de Arte Contemporáneo (MAC), la colaboración de Fundación Itaú y el auspicio de nuestro banco. La exposición contempló 19 pinturas y 95 grabados, obras en las que es posible distinguir los imaginarios presentes en las diferentes etapas de la vida de la artista, entre ellos, su infancia y una Ucrania del pasado que se hace presente gracias a la capacidad que Dinora Doudtchitzky tuvo para reinventarla.

Grabado de Rembrandt incluido en la exposición "Rembrandt: Impresiones de un genio".

"Quema & Creación: Obras en cerámica y cobre"
Para poner en relieve el trabajo en cerámica que realizan muchas personas en Chile, desde el 16 de agosto hasta el 5 de octubre de 2012, Fundación Itaú organizó esta exposición con el trabajo de 29 artistas que desde hace varios años experimentan con la fusión del cobre y la cerámica, bajo el alero del reconocido Taller Huara Huara, dirigido por Ruth Krauskopf.

La investigación y prueba de la unión de estos materiales fue un desafío para los artistas, pero también un proceso fructífero y revelador, ya que con su trabajo consiguieron el desarrollo de una iconografía original y única, capaz de transmitir identidad cultural al mundo.

Obra de Dinora Doudtchitzky incluida en la exposición "El imaginario persistente".

Interior Museo Nacional de Bellas Artes, Santiago de Chile.

"Del Culto al Salón:
Arte religioso en las colecciones del MNBA"
Concepción fue la ciudad que dio inicio, en diciembre de 2012, a la itinerancia de esta exposición que, durante 2013 recorrerá las ciudades de Chillán, Rancagua, Puerto Montt y Punta Arenas.

El proyecto fue organizado por Fundación Itaú y el Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA), dando continuidad a una itinerancia anterior, para acercar a regiones parte de su gran colección. Se compone de 36 obras de temática religiosa, realizadas entre los siglos XV y XX, además de seminarios gratuitos para profesores de artes visuales.

"La Ruta Geométrica"
Una amplia exhibición de obras representativas del arte geométrico en Chile y, en especial, de la labor realizada por el grupo Forma y Espacio, liderado por el fallecido artista Ramón Vergara Grez, fue presentada entre el 9 de noviembre y el 28 de diciembre de 2012, gracias a la gestión de la Corporación Cultural de Las Condes y de Fundación Itaú, contemplando tres espacios dada la envergadura de la exposición.

La muestra consideró más de 50 obras plásticas, creadas en su mayoría entre la década de 1950 y principios de los años 70, muchas de ellas pertenecientes al legado de la familia Ramón Vergara Grez, la Pinacoteca de la Universidad de Concepción, la Universidad de Talca y colecciones privadas chilenas y extranjeras.

Política de donaciones y destinatarios

Los ejes estratégicos de relacionamiento con la comunidad y aporte a la sociedad que rigen el quehacer de Fundación Itaú son también los que orientan nuestra política de donación. En 2012, la suma de donaciones efectuadas alcanzó más de 335 millones de pesos, sin considerar los beneficios tributarios otorgados por las Leyes de Donaciones Culturales y Sociales.

Principales proyectos beneficiados en 2012

Extensión Gira Museo Nacional de Bellas Artes a Regiones
Gira con Artequín Santiago
Exposición Rembrandt: Impresiones de un Genio
Exposición Ed Shaw: El Papel del Amigo
Exposición Taller Huara Huara: Quema y Creación
Exposición Ruta Geométrica
Exposición Dinora Doudtchitzky
Keka Ruiz-Tagle: Catálogo de obras
P. Universidad Católica: 17° Cuaderno de Arte PUC
Seminario "Una Mirada al Alma"
Biblioteca de Constitución
Teatro Educativo: "Toma chocolate, paga lo que debes"
Semana Empresa 2012
Acción Social RM / Regiones
Educarchile.cl: Economía para la Escuela

Destinatarios de las donaciones

Fundación Itaú, Corporación de Amigos del MAC, Fundación Beneficiada Hogar de Cristo, Universidad Andrés Bello, Fundación Arte y Solidaridad, Universidad Mayor, Pontificia Universidad Católica de Chile, Fundación Educacional y Cultural La Fuente, Corporación Espacio para el Arte Artequín, Fundación Chile, Fundación Redes de Santa Clara, Corporación Amigos del Patrimonio Cultural de Chile, etc.

Fachada Museo de Arte Contemporáneo (MAC) restaurada con aportes de banco Itaú.

Colaboradores voluntarios de Itaú visitando el Hogar Maruri.

José Weinstein y Boris Buvinic firmando convenio entre Educar Chile e Itaú.

Itaú Chile seleccionado para Río+20

Las iniciativas "Innovación en Educación Financiera (Toma chocolate, paga lo que debes)" y "Semana Empresa" de nuestra empresa fueron destacadas como ejemplo de las categorías "Negocio Responsable" e "Inversión Social", respectivamente, para la publicación que realizó el Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe, durante la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible Río+20, en junio de 2012.

Innovación en Educación Financiera y Semana Empresa son programas representativos de la labor que hace nuestro banco y enorgullece que hayan sido destacados, pues ratifica nuestra ambición de ser un referente en performance sustentable.

La publicación del Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe contempla 114 casos con las mejores prácticas existentes en la región, figurando como un sistema de detección y difusión de las actividades desarrolladas de acuerdo con principios para la inversión social planteados por el Pacto Global de las Naciones Unidas, al que adherimos. Todo lo anterior pretende inspirar y promover los esfuerzos más destacados que realiza el sector privado para combatir los principales problemas sociales y ambientales de América Latina y el Caribe.

Obras de la exposición "Quema & Creación".

Desempeño **Económico**

Nuestra gestión es rentable y sustentable cuando los productos y servicios que ofrecemos son buenos para el cliente, para la sociedad y para el banco.

Valor económico creado y distribuido

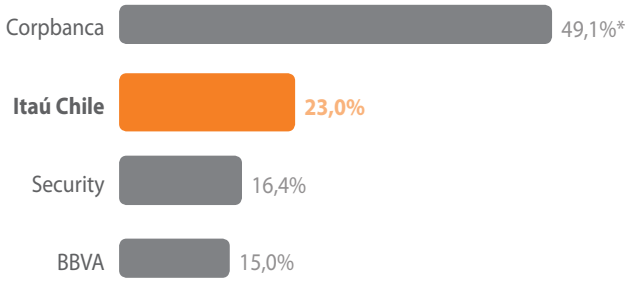
		MM$
Valor económico directo creado (VEC)		191,146
a) Ingresos	Ventas netas + ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos	191,146
Valor económico distribuido (VED)		131,993
b) Costes operativos	Pagos a proveedores, royalties y pagos de facilitación u obsequios en dinero	57,863
c) Salarios y beneficios sociales para los empleados	Pagos totales realizados a los empleados y contribuciones sociales (No incluye compromiso de pagos futuros)	64,959
d) Pagos a proveedores de fondos	Dividendos a accionistas; pago de intereses por préstamos	-
e) Pagos a gobiernos	Tasas e impuestos brutos	9,171
f) Inversiones en la comunidad	Aportes voluntarios e inversión en fondos en la comunidad (incluye donaciones)	*
Valor económico retenido (VER)		
Calculado como (VEC-VEG)		59,153

*Para conocer estos montos, revisar capítulo Sociedad (páginas 92-101 del presente informe).

El detalle de cada uno de los ítems del Valor Económico Creado (VEC) y el Valor Económico Distribuido (VED) es el siguiente:

			MM$
a) Ingresos	Ingresos por Intereses y Reajustes		335,673
	Ingresos por Comisiones		44,906
	Utilidad de Operaciones Financieras		146,197
	Utilidad de Cambio		258,177
	Otros Ingresos Operacionales		5,832
	Gastos por Intereses y Reajustes	-	193,996
	Gastos por Comisiones	-	6,389
	Pérdida de Operaciones Financieras	-	127,850
	Pérdida de Cambio	-	242,888
	Prov Riesgo crédito	-	28,573
	Inversión en Sociedades		57
b) Costes operativos	Gastos de Administración		41,487
	Depreciaciones		8,181
	Otros Gastos Operacionales		8,195
c) Salarios y beneficios sociales para los empleados	Remuneraciones del personal		45,492
	Bonos o gratificaciones		13,062
	Indemnizaciones por años de servicio		1,210
	Gastos de capacitación		475
	Otros gastos del personal		4,720
d) Pagos a proveedores de fondos			
e) Pagos a gobiernos	Impuestos		9,171
f) Inversiones en la comunidad			*

*Para conocer estos montos, revisar capítulo Sociedad (páginas 92-101 del presente informe).



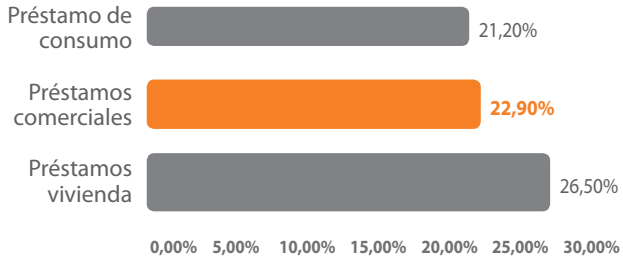
* Cifras incluyen operaciones Corpbanca Colombia

Análisis de la gestión

La gestión financiera de 2012 estuvo marcada por nuestro sólido y sostenido crecimiento. Las utilidades alcanzaron un total de MM$59.153, lo que significó una expansión de 10,3%, entre diciembre de 2011 y diciembre de 2012.
Por otra parte, la rentabilidad medida como utilidad después de impuesto sobre capital y reservas alcanzó a 10,95%. Este crecimiento tiene como uno de sus motivos más importantes el aumento en las colocaciones del banco en un 23% con respecto al año anterior, lo que representa un 58% más que el promedio de la industria (14,6%). Este resultado significó que alcanzáramos un 4,24% de participación de mercado, superando con ello el 3,95% de 2011.

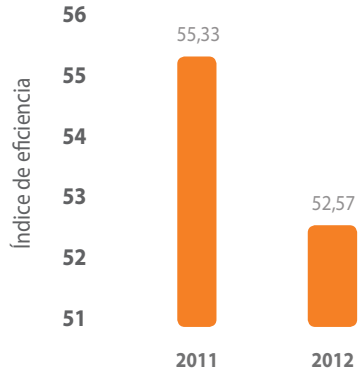
Nicolás Urrutia. Hijo de Luis Urrutia, CTO.

En relación con la composición de la cartera de colocaciones, durante el 2012 las mayores alzas fueron:



Eficiencia y calidad crediticia

Durante el año que reportamos, el índice de eficiencia medido como gastos de apoyo sobre margen bruto disminuyó de un 55,33% en 2011, a un 52,57% en 2012, debido a la maduración paulatina de los proyectos iniciados en períodos anteriores, así como un menor rendimiento en aquellos temas propios de Tesorería.



En términos de calidad crediticia, nuestro portafolio se muestra sólido, presentando una cartera vencida sobre el total de colocaciones de 0,57% a diciembre 2012 (Sistema Financiero: 0,99%) y provisiones sobre colocaciones de 1,57% (Sistema Financiero: 2, 29%). En tanto, el nivel de cobertura de cartera vencida llegó a 1,75 veces, cifra adecuada a la política de riesgos de Itaú.

Para obtener más información de nuestro desempeño económico y el de nuestras filiales, sugerimos remitirse a la Memoria Anual 2012 de la organización, disponible en www.itau.cl. A continuación publicamos una síntesis de nuestros estados financieros:

Estado de Situación Financiera Consolidado

	Notas	Al 31 de diciembre de 2012 MM$	2011 MM$
Activos			
Efectivo y depósitos en bancos	5	357.107	332.849
Operaciones con liquidación en curso	5	67.340	35.381
Instrumentos para negociación	6	25.094	14.226
Contratos de retrocompra y préstamos de valores	7	5.004	15.276
Contratos de derivados financieros	8	67.351	67.881
Adeudado por bancos	9	301	398
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	10	4.208.824	3.420.277
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	11	532.396	412.960
Inversiones en sociedades	12	2.614	276
Intangibles	13	29.258	24.698
Activo fijo	14	34.985	33.377
Impuestos corrientes	15	-	4.398
Impuestos diferidos	15	72.337	59.728
Otros activos	16	34.025	21.161
Total Activos		**5.436.636**	**4.442.886**
Pasivos			
Depósitos y otras obligaciones a la vista	17	658.963	577.220
Operaciones con liquidación en curso	5	28.279	9.688
Contratos de retrocompra y préstamos de valores	7	155.801	39.020
Depósitos y otras captaciones a plazo	18	2.871.885	2.493.544
Contratos de derivados financieros	8	61.910	50.658
Obligaciones con bancos	19	401.876	351.214
Instrumentos de deuda emitidos	20	583.587	408.433
Otras obligaciones financieras	21	13.127	10.579
Impuestos corrientes	15	324	-
Impuestos diferidos	15	60.805	48.503
Provisiones	22	21.627	15.713
Otros pasivos	23	38.277	27.075
Total Pasivos		**4.896.461**	**4.031.647**
Patrimonio de los propietarios del banco:			
Capital		290.697	219.492
Reservas		190.967	137.360
Cuentas de valoración		(669)	753
Utilidades retenidas:			
Utilidad del ejercicio		59.147	53.607
Interés no controlador	25	33	27
Total Patrimonio		**540.175**	**411.239**
Total Pasivos y Patrimonio		**5.436.636**	**4.442.886**

Estado Consolidado de Resultados por los ejercicios terminados

	Notas	Al 31 de diciembre de 2012 MM$	2011 MM$
Ingresos por intereses y reajustes	26	335.673	278.168
Gastos por intereses y reajustes	26	(193.996)	(137.336)
Ingresos netos por intereses y reajustes		141.677	140.832
Ingresos por comisiones	27	44.906	39.958
Gastos por comisiones	27	(6.389)	(5.529)
Ingresos netos por comisiones y servicios		38.517	34.429
Utilidad (pérdida) neta de operaciones financieras	28	18.347	(1.913)
Utilidad (pérdida) de cambio neta	29	15.289	5.015
Otros ingresos operacionales	34	5.832	5.564
Total ingresos operacionales		219.662	183.927
Provisiones por riesgo de crédito	30	(28.573)	(16.256)
Ingreso Operacional Neto		191.089	167.671
Remuneraciones y gastos del personal	31	(64.959)	(56.782)
Gastos de administración	32	(41.487)	(38.490)
Depreciaciones y amortizaciones	33	(8.181)	(6.285)
Otros gastos operacionales	35	(8.195)	(7.365)
Total Gastos Operacionales		(122.822)	(108.922)
Resultado Operacional		68.267	58.749
Resultado por inversiones en sociedades	12	57	13
Resultado antes de impuesto a la renta		68.324	58.762
Impuesto a la renta	15	(9.171)	(5.150)
Utilidad Consolidada del Ejercicio		59.153	53.612
Atribuible a:			
Propietarios del banco		59.147	53.607
Interés no controlador		6	5
Total		**59.153**	**53.612**

Utilidad por acción de los propietarios del banco	2012 $	2011 $
Utilidad básica	45.369	48.240
Utilidad diluida	45.369	48.240

Estado Consolidado de Resultados Integrales por los ejercicios terminados

	Notas	Al 31 de diciembre de 2012 MM$	2011 MM$
Utilidad Consolidada del ejercicio		59.153	53.612
Otros Resultados Integrales			
Variación cartera disponible para la venta	11	(1.810)	1.388
Variación impuesto diferido cartera disponible para la venta	15	388	(262)
Total Otros Resultados Integrales		(1.422)	1.126
Total Resultados Integrales Consolidados del ejercicio		57.731	54.738
Total Resultados Integrales consolidados atribuible a:			
Propietarios del banco		57.725	54.733
Interés no controlador	5		
Total		**57.731**	**54.738**

Utilidad por acción de los propietarios del banco	**2012 $**	**2011 $**
Utilidad básica	44.279	49.253
Utilidad diluida	44.279	49.253

Catalina González Araya, 11 años.
Hija de Francisco González Sepúlveda.
Agente de Sucursal Costanera.

Actividades destacadas de las distintas áreas

durante 2012 en materia de desempeño económico

Suscribimos un crédito sindicado internacional por un monto de US$200 millones, con un plazo de 2 años, a una tasa de Libor 1,40 % p.a., con una sobre-suscripción de casi 2 veces y la participación de un total de 14 bancos provenientes del Medio Oriente, Asia, Estados Unidos y Europa. Esto destaca nuestra capacidad de acceso a nuevos mercados de deuda y el interés que tiene la banca internacional en participar en transacciones de nuestro grupo Itaú Unibanco.

Crecimiento Banca Empresas: incorporamos nuevos ejecutivos para fortalecer los segmentos empresa y mediana empresa, creándose las áreas de Middle Office y Post Venta. En este marco, sumamos 800 nuevos clientes, creciendo los ingresos en un 20% y las colocaciones en un 22%, respecto del año anterior.

Consolidación Banca de Personas: ingresos en crecimiento y diversificación de fuentes, además de una mejora en los niveles de riesgo de su cartera, mostramos en esta área durante 2012. Su ingresos totales registraron un aumento de un 11.8% respecto del año anterior y los resultados después de impuestos crecieron un 8% en el mismo período.

Gran desempeño de las colocaciones hipotecarias: 22,9% crecieron nuestras colocaciones hipotecarias, en 2012, lo que nos ubicó a nivel de industria en el segundo banco de mayor crecimiento, obteniendo una participación de mercado del 4,9%.

Crédito en Cuotas mejora performance: en 2012, este producto aumentó 20,2%, lo que nos posicionó como el tercer banco de mayor crecimiento en el país, obteniendo una participación de mercado de 3,5%.

Banca Pyme: registró un aumento en ingresos de 14% respecto del año 2011. Asimismo, superamos los 15.000 clientes, creciendo a una tasa anual de 7%.

Segmento Banca Preferencial: registró un aumento en los ingresos de 47%, creciendo en su base de clientes de 53%. A nivel de colocaciones nuestro crecimiento neto fue de 64%.

Sólidas inversiones financieras: registramos inversiones por $629.845 millones a diciembre 2012, gestionadas por la División Tesorería. Asimismo, mantuvimos derechos y obligaciones por productos derivados de $67.351 millones en activos y $61.910 millones en pasivos.

Durante 2012, también, colocamos 8 millones de UF en bonos en el mercado, para financiar el crecimiento de activos, largo plazo en moneda local.

Durante la filial AGF logró su ***mejor participación de mercado en la historia, con un 3,84%,*** *y activos bajo administración sobre USD 1.500 MM.*

Adicionalmente, la AGF recibió **2 Premios Salmón por los fondos National Equity y Latam Corporate Bond Fund.** Asimismo, estuvo el premio a los mejores fondos mutuos en Chile 2012 por Fund Pro a los fondos Value, Latam Corporate Bond Fund y Small & Mid Cap Brasil.

Daniel Pizarro Cabezas, 6 años.
Hijo de Elizabeth Cabezas Opazo
Ejecutiva Help Desk
Enrique Foster, Piso 9.

La lista de acciones recomendadas **TOP 10, que entrega la filial Itaú Chile Corredores de Bolsa Ltda. a sus clientes, rentó más de 20% el 2012,** en circunstancias que el IPSA tuvo un desempeño de sólo 2,96% en ese mismo período.

El Fondo Itaú Latam Pacific fue el fondo más rentable del 2012 *de todos los fondos mutuos chilenos en todas las categorías, logrando 25,13% de rentabilidad.*

Mejor clasificación en Chile (Top Rated) *del servicio de custodia internacional por la prestigiosa revista Global Custodian.*

Desempeño **Medioambiental**

Si bien nuestras operaciones tienen impacto directo menor en el medioambiente, cumplimos un rol a la hora de financiar proyectos de distintos sectores productivos con impacto directo significativo en materia socioambiental.

Riesgos y oportunidades socioambientales

Nuestro modelo de sustentabilidad promueve la consideración de criterios sociales y ambientales en las decisiones administrativas y operacionales. Tenemos el interés de incorporar de manera creciente estos criterios en materia de créditos, análisis de inversiones, productos y servicios, adoptando para ello políticas y procedimientos ad hoc, adhiriendo a compromisos voluntarios y transparentando nuestro accionar. Fiel a esta lógica, somos parte de los 70 bancos a nivel mundial que han adoptado los Principios del Ecuador, iniciativa que agrupa a la banca internacional en la definición de criterios y directrices basados en las mejores prácticas para el otorgamiento de créditos que impliquen impactos socioambientales importantes. Del total de adherentes, sólo nueve son latinoamericanos y nuestra compañía es la única representante de éstos en el Comité Directivo de los Principios del Ecuador (a través de Itaú BBA Brasil).

La Política de Riesgo Socioambiental de Itaú Unibanco, a su vez, establece directrices para la aprobación de créditos a empresas y otras instituciones, indicando las actividades prohibidas y las que contravienen los principios corporativos. Como Itaú Chile, tenemos el compromiso de incorporar e implementar plenamente esta política hasta 2015, respondiendo con ello al principio de precaución medioambiental del Pacto Global, al que adherimos voluntariamente en 2010. Los créditos internacionales que hemos suscrito también incorporan cláusulas medioambientales relacionadas con el uso de dichos fondos, por lo cual nos encontramos sistematizando información al respecto.

Política de Riesgo Socioambiental

La Política de Riesgo Socioambiental de Itaú Unibanco establece directrices para la aprobación de créditos a empresas y otras instituciones, indicando las actividades prohibidas y las que requieren de una especial evaluación social y / o ambiental. Como Itaú Chile, tenemos el compromiso de incorporar e implementar esta política dentro de los próximos años, respondiendo con ello al principio de precaución medioambiental del Pacto Global, al que adherimos voluntariamente en 2010. Algunos de los créditos internacionales que hemos suscrito también incorporan cláusulas medioambientales relacionadas con el uso de dichos fondos.

En agosto de 2012 se incorporó a la Política de Riesgo de Crédito un apartado relativo a riesgo socioambiental, que señala un conjunto de procedimientos para el análisis de créditos a personas jurídicas. Esta política representa el compromiso de nuestra institución de integrar el aspecto socioambiental en el proceso de análisis y concesión de crédito a las empresas, con los siguientes objetivos:

- Establecer directrices e instrumentos para la evaluación de los riesgos socioambientales en el análisis de ciertos tipos de crédito;
- Apoyar internamente los programas y acciones de desarrollo sustentable y fomentar el entrenamiento de los profesionales del área comercial y de crédito que atienden personas jurídicas;
- Contribuir a que nuestros clientes empresas mejoren sus prácticas socioambientales.

Edificio CTO, Huechuraba.

Infraestructura Sustentable

Pero no sólo nos preocupamos del medioambiente cuando nos relacionamos con clientes y proveedores, sino también cuando se trata de nuestra propia infraestructura: en abril de 2011 inauguramos el Centro Tecnológico y de Operaciones (CTO) de banco Itaú, edificio construido según los lineamientos internacionales de la certificación LEED Gold (Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés), la cual obtuvimos a fines de 2011, validando con ello el carácter ecológico y sustentable de nuestro edificio.

Aporte ecológico del CTO

- 1.200m^2 de jardines
- Sistema de climatización con tecnología de punta, que permite la producción simultánea e independiente de calor y frío.
- Reutilización del calor generado y almacenado, contribuyendo a la eficiencia energética.
- Toldos exteriores conectados a sensores de luz y viento, que optimizan el uso de la climatización y luz natural.
- Sistema de iluminación regulado, según la cantidad de luz natural existente, permitiendo ocupar menos iluminación artificial en los días soleados.
- Renovación de oxígeno y aire fresco dentro del edificio, a través de sensores de CO_2 en todos sus pisos.
- Alfombras con criterio "Green Label Plus", que minimiza el contenido de compuestos orgánicos volátiles (VOC) y garantizan su fabricación con 70% de material reciclado.
- Mobiliario procesado con maderas provenientes de bosques con certificación FSC; materiales sintéticos con termoplásticos completamente reciclables. Los productos cuentan con los sellos Greenguard y El Ángel Azul.

Eficiencia energética, emisiones y cambio climático

Independiente de si el giro de nuestras operaciones afecta directamente o no el medioambiente, en Itaú nos preocupa el cambio climático y la eficiencia energética. Por eso pretendemos contribuir a cuidar el planeta a través de iniciativas de ahorro energético, reciclaje de materiales y control de emisiones, entre otras. En ese marco, durante 2012 participamos en charlas relativas a cambio climático, organizadas por el **Carbon Disclosure Project (CDP),** donde se visualizó el panorama regional y local respecto de retos y oportunidades del cambio climático para Chile.

Respecto del consumo de energía, aplicamos diversas medidas para lograr reducir el gasto energético, como el apagado del aire acondicionado a las 17:45 horas en todas las sucursales, lo que significó un ahorro de **210.500 KWh/año.**

Esta y otras medidas significaron una reducción de nuestro gasto energético de un 22,1% con respecto al año anterior, como se observa en la tabla siguiente, reducción que implica una doble satisfacción, considerando que en 2012 crecimos en Nº de sucursales, colaboradores y m2:

Consumo energía eléctrica Anual	Gasto Real Año 2011	Gasto Real Año 2012	Diferencia	Porcentaje
Energía KWh/año	12.740.738	9.928.649	2.812.089	22,1%
Costo en $	1.062.817.170	828.236.030	234.581.140	22,1%
Costo en US$	2.214.202	1.725.492	488.711	22,1%

Por su parte, el edificio CTO, por su carácter sustentable, arrojó consumos de energía 67% menores, en comparación con el consumo de Edificio Foster, en función de KWh/m2.

Respecto del consumo de agua, logramos una reducción del 6,5% respecto al año anterior, tal como muestra la tabla:

Consumo Agua Anual	Gasto Real Agua Año 2011	Gasto Real Agua Año 2012	Diferencia	Porcentaje
m^3	42.212	39.461	2.750	6,5%
Pesos chilenos	31.574.234	29.516.906	2.057.328	6,5%
US$	65.780	61.494	4.286	6,5%

En relación con las emisiones de gases de efecto invernadero, nuestros consumos de electricidad en 2012 fueron equivalentes a 6,4 tons CO_2 anuales y los kilómetros volados por nuestros colaboradores (4.375.270kms) equivalieron a 1.400,1 tons CO_2 en el año.

6,4 tons CO_2
anuales por consumo de electricidad.

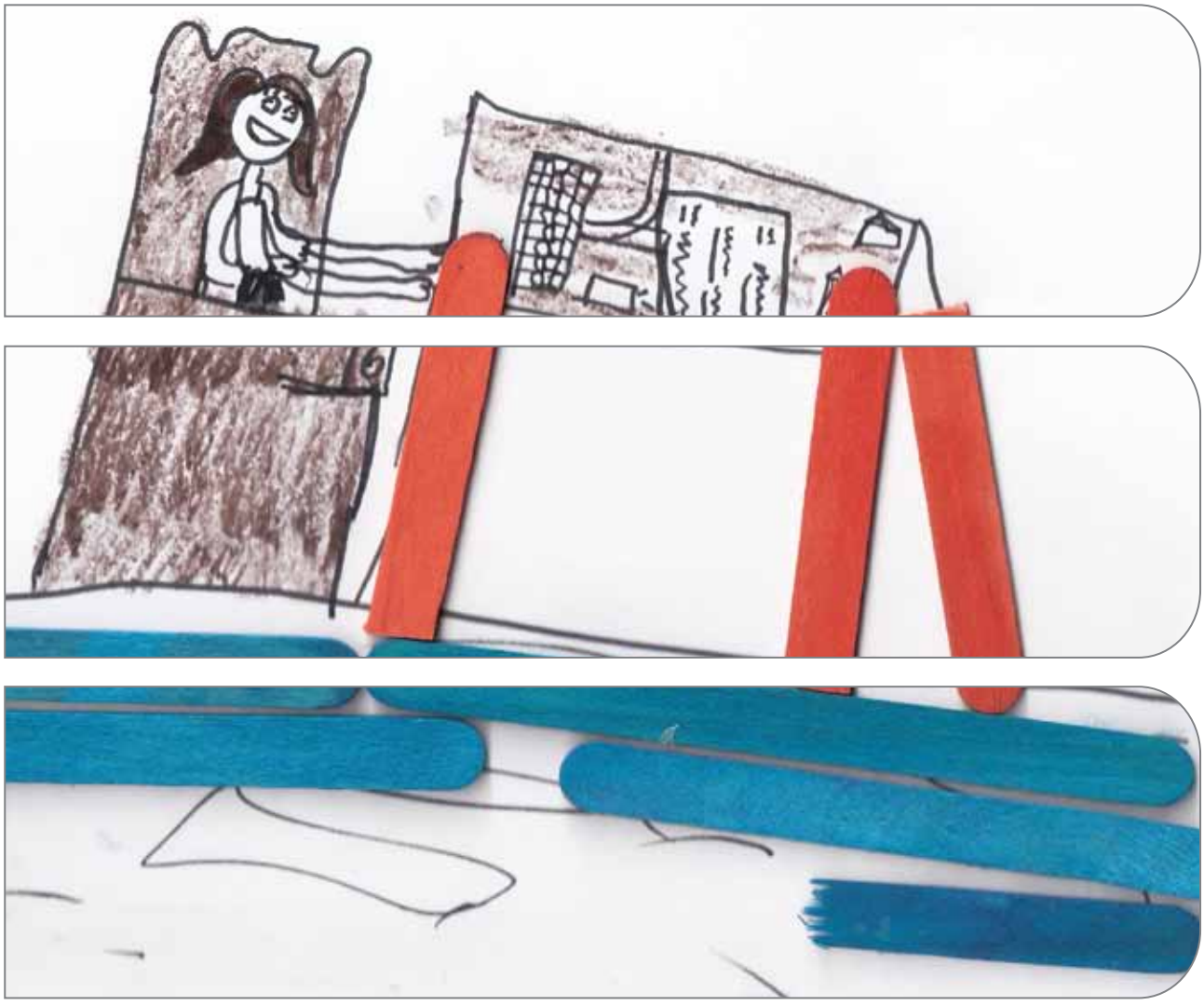
1.400,1 tons CO_2
anuales por transporte en avión de colaboradores.

Una importante medida en la reducción de este tipo de gases fue la utilización en el CTO de alfombras certificadas, lo que significó 76 toneladas menos de gases de efecto invernadero lanzados al medioambiente.

En términos de gases refrigerantes, el 100% de éstos es recuperado y reciclado, por lo que no registramos emisiones al medioambiente por esta causa.

Iniciativas que contribuyen al medioambiente

En 2012 continuaron las iniciativas de reciclaje de papel, latas y plásticos, especialmente en los edificios corporativos. Asimismo, continuamos implementando el sistema de cartolas vía e-mail, que reduce considerablemente el uso de papel, protegiendo bosques y cuidando el medioambiente. A diciembre de 2012 el 30% de nuestros clientes estaban utilizando este sistema de recepción de información.



Florencia González Damiani, 7 años. Hija de Priscilla Damiani Arce, Ejecutiva Banca Personas, sucursal Iquique.

Cumplimiento compromisos y desafíos futuros

I. Cumplimiento **desafíos 2012**

En nuestro primer informe de gestión sustentable asumimos una serie de compromisos derivados de los focos de la sustentabilidad derivados de nuestro modelo, como también de la adaptación e implementación paulatina de la Política de Sustentabilidad de nuestra casa matriz.

El estado de cumplimiento en estas materias es el siguiente:

Foco Estratégico	Compromiso	Estado cumplimiento
Educación financiera	Realizar actividades de sensibilización, capacitación y participación transversales a toda la organización a través de un programa de charlas y otras acciones.	✓
	Implementar campaña de comunicación para difundir y educar sobre uso consciente del dinero.	✓
Diálogo y transparencia	Comunicar a público interno y externo información respecto del Código de Ética, Política de Combate a la Corrupción y Soborno, prevención de delitos, lavado de dinero, entre otros.	✓
	Difundir conceptos relevantes en materia de RSE, aumentando la valoración de la misma al interior de nuestro banco y comunicando la estrategia a nuestros grupos de interés.	✓
Riesgos y oportunidades socioambientales	Crear estructura organizacional para la sustentabilidad.	✓

II. Compromisos **y metas 2013**

Educación financiera
- Aumentar en un 10% cantidad de colaboradores capacitados en la materia.
- Aumentar el alcance geográfico y etario de las iniciativas de educación financiera para la comunidad.

Diálogo y Transparencia
- Desarrollar y aprobar una política de sustentabilidad a nivel local, que integre la estrategia global de Itaú Unibanco y genere una versión adaptada para guiar la implementación de acciones en Chile.
- Desarrollar e implementar una campaña comunicacional para concientizar a nuestros públicos de interés respecto de temas relacionados con la RSE y Sustentabilidad.
- Continuar reportando nuestra gestión en materia de sustentabilidad.
- Difundir y reconocer la vivencia de los valores de Nuestra Manera de Hacer en los colaboradores.

Riesgos y oportunidades socioambientales
- Desarrollar e implementar al menos una iniciativa en beneficio de la comunidad en materia de responsabilidad socioambiental.
- Introducir tecnología e innovación al servicio de la sustentabilidad, realizando al menos una acción que contribuya a la difusión de la materia.

III. Desafíos **a 2015**

- Desarrollo de productos sustentables.
- Implementación de mecanismos para medir mejor la huella de carbono.
- Desarrollo e implementación de un sistema de evaluación y gestión socioambiental de créditos.

Actividades realizadas

1) Charlas a la plana gerencial del banco dictadas por María Eugenia Sosa, gerenta de Sustentabilidad de Itaú Unibanco, y por Margarita Ducci, directora ejecutiva de Red Pacto Global Chile.

2) Charla para los colaboradores "Dinero y Felicidad", dictada por Martín Iglesias, gerente de Educación para inversionistas de Itaú Unibanco.

1) Implementación de una plataforma interactiva para colaboradores, con cursos e-learning e información respecto al uso consciente del dinero.

2) Campaña de comunicaciones internas relativa al uso consciente del dinero.

1) Implementación de capacitación vía plataforma e-learning sobre Código de Ética.

2) Campaña de comunicaciones internas relativa a cada uno de los temas de ética y prevención de delitos.

3) Sección permanente en intranet sobre Prevención de delitos.

1) Programas de voluntariado corporativo y encuestas de evaluación al respecto.

2) Publicación de Informe de Gestión Sustentable y Memorias de banco y fundación.

Incorporación del área Sustentabilidad en la Gerencia e Marketing, instaurándose la Gerencia de "Marketing y Sustentabilidad".

Benjamín Bustos Muñoz, 11 años. Hijo de Patricia Leal Moya, Auditora Interna Senior, Enrique Foster, piso 3.

Índice GRI

Índice GRI **y Pacto Global**

Nuestro segundo Informe de Gestión Sustentable se estructuró considerando la metodología promovida por GRI para el reporte de memorias de sustentabilidad. En este segundo reporte decidimos avanzar desde el nivel C al nivel B, que exige responder a los ítems de perfil de la compañía y, al menos, a 20 indicadores de desempeño de los incluidos en la guía G3 y en el suplemento sectorial de instituciones financieras. En sucesivas ediciones es nuestro afán avanzar hacia niveles de mayor información, registro de datos y verificación.

Estrategia y análisis

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
1.1	Mensaje del Gerente General.	4	Declaración de apoyo continuo.
1.2	Descripción de impactos, riesgos y oportunidades claves.	7; 39-41	No aplica.

Perfil de la organización

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
2.1	Nombre de la organización.	12	Requisito no específico de una COP. Sin embargo, las descripciones del tamaño, naturaleza y ubicaciones de la organización brindan información de contexto para comprender las acciones y el desempeño en relación con los principios del Pacto Global.
2.2	Marcas, productos y/o servicios principales.	18	
2.3	Estructura operacional de la organización.	34	
2.4	Ubicación de la oficina central de la organización.	12	
2.5	Nº de países donde opera la organización.	10;12 Itaú Chile sólo opera en Chile. Casa matriz opera en la región, en Europa y Asia.	
2.6	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad.	30; 51	
2.7	Mercados atendidos.	18-21	
2.8	Dimensiones de la organización.	12	
2.9	Principales cambios durante el período cubierto por el informe.	31	
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período.	11; 13	

Parámetros del informe

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
3.1	Período cubierto por el informe.	6	Requisito no específico de una COP. Sin embargo, las descripciones del alcance de la memoria brindan a los lectores la posibilidad de comprender toda calificación o limitación de la misma y cómo la empresa define su área de influencia.
3.2	Fecha del anterior informe.	6	
3.3	Ciclo de emisión del informe.	6	
3.4	Datos de contacto en caso de preguntas sobre el informe.	6	
3.5	Proceso de definición del contenido del informe.	6	
3.6	Límite del contenido del informe.	6	
3.7	Existencia de limitaciones de alcance o cobertura del informe.	6	
3.8	Base para la elaboración del relatorio.	6	
3.9	Técnicas de medición de datos y las bases de cálculos.	6	
3.10	Reformulación de informaciones incluidas.	Esta publicación constituye el primer informe de esta naturaleza emitido por Itaú Chile.	
3.11	Cambios significativos de alcance, límite o métodos de medición aplicados en el informe.	No hay cambios significativos.	
3.12	Tabla que indica la ubicación de los contenidos del informe.	3	
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del informe.	No se aplicaron verificaciones externas en este informe.	

Gobernanza, compromiso y participación

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
4.1	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo comités del máximo órgano de gobernanza.	30-33	Acciones tomadas para implementar los principios 1 al 10. Las descripciones de los sistemas de gobierno y las responsabilidades ofrecen la oportunidad de expresar cómo se ha organizado la empresa a la luz de los principios del Pacto Global. Además de mencionar la participación en el Pacto Global, estos contenidos explican cómo la adopción e implementación de los principios del Pacto llevaron a la empresa a asumir compromisos adicionales.
4.2	Presidencia del órgano más alto de gobernanza.	31	
4.3	Miembros independientes o no ejecutivos del más alto órgano de gobernanza.	31	
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones.	31-37	
4.5	Relación entre remuneración y el desempeño de la organización.	35; 100-105	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	31-36	
4.7	Calificaciones de los miembros del más alto órgano de gobernanza.	31; 34	
4.8	Declaraciones de misión y valores, códigos de conducta y principios internos relevantes.	14; 26-27; 35-38; 44-47	
4.9	Responsabilidades por la implementación de las políticas, económicas, ambientales y sociales.	31-34	

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
4.10	Procesos para la autoevaluación de desempeño del más alto órgano de gobernanza.	30-31	
4.11	Explicación de cómo la organización aplica el principio de precaución.	30-41; 46	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	9-11; 26-27	
4.13	Participación en asociaciones y organismos nacionales e internacionales.	9-11; 26-27	
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	50	Distribución de la COP entre los grupos de interés de la empresa.
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	44-47; 50	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	44-47; 50	
4.17	Principales temas y preocupaciones levantados por medio de la inclusión de grupos de interés.	44-47; 50-99	

Desempeño económico

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	100	Requisito no específico de COP.
EC2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido a cambios climáticos.	108	Principio 7.
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización sobre planes de pensiones.	No registrado.	Requisito no específico de COP.
EC4	Ayuda financiera significativa recibida del gobierno.	64; 91	Requisito no específico de COP.
	Presencia en el mercado		
EC5	Rango de las relaciones entre salario inicial estándar y el salario mínimo local.	58	Principio 1.
EC6	Política, prácticas y proporción de gastos correspondiente a proveedores locales.	86-89	Requisito no específico de COP.
EC7	Contratación local.	86-89	Principio 6.
	Impacto económico indirecto		
EC8	Impacto de inversiones en infraestructura ofrecidos para beneficio público.	90-99; 100-107; 109	Principio 6.
EC9	Descripción de impactos económicos indirectos significativos.	90-99; 100-107	Requisito no específico de COP.

Desempeño ambiental

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Materiales			
EN1	Materiales usados, por peso y volumen.	No registrado.	Principio 8.
EN2	Porcentaje de materiales utilizados provenientes de reciclaje.	No registrado.	Principio 8 y 9.
Energía			
EN3	Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.	108-111	Principio 8.
EN4	Consumo indirecto de energía, desglosado por fuentes primarias.	108-111	Principio 8.
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	108-111	Principio 8 y 9.
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	108-111	Principio 8 y 9.
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	108-111	Principio 8 y 9.
Agua			
EN8	Total de agua retirada por fuente.	100	Principio 8.
EN9	Fuentes hídricas afectadas significativamente por la captación de agua.	No aplica.	Principio 8.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Nuestro foco está en el ahorro más que en reciclaje y/o la reutilización.	Principio 8 y 9.
Biodiversidad			
EN11	Localización y tamaño del área asumida.	No aplica.	Principio 8.
EN12	Impactos significativos en la biodiversidad de actividades, productos y servicios.	No aplica.	Principio 8.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica.	Principio 8.
EN14	Estrategias para gestión de impactos de la biodiversidad.	No aplica.	Principio 8.
EN15	Número de especies de la Lista Roja de la IUCN y otras listas de conservación.	No aplica.	Principio 8.
Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	Emisiones totales de gases de efecto invernadero, directas e indirectas.	108-111	Principio 8.
EN17	Otras emisiones indirectas relevantes de gases de efecto invernadero.	108-111	Principio 8.
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y la reducción lograda.	108-111	Principio 7, 8 y 9.
EN19	Emisiones de sustancias destructivas de la capa de ozono.	108-111	Principio 8.
EN20	Otras emisiones significativas	No registrado por no emitirse.	Principio 8.

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
EN21	Descarte total de agua, por calidad y destinación.	No aplica.	Principio 8.
EN22	Peso total de residuos, por tipo y método de disposición.	No registrado.	Principio 8.
EN23	Número y volumen total de derramamientos significativos.	No aplica.	Principio 8.
EN24	Peso de residuos transportados considerados peligrosos.	No aplica.	Principio 8.
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No aplica.	Principio 7 y 8.
Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales.	108-111	Principio 7, 8 y 9.
EN27	Porcentaje de productos y embalajes recuperados, por categoría de productos.	No registrado.	Principio 8 y 9.
Cumplimiento normativo			
EN28	Valor de multas significativas y número total de sanciones resultantes de no cumplimiento con leyes y reglamentos ambientales.	41	Principio 8.
Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos de transporte de productos y otros bienes de trabajadores.	No registrado.	Principio 8.
General			
EN30	Total de inversiones y gastos en protección ambiental.	No registrado.	Principio 7, 8 y 9.

Desempeño social - Prácticas laborales y trabajo docente

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Empleo			
LA1	Total de trabajadores, por tipo de empleo, contrato de trabajo y región, según género.	52-55	Requisito no específico de COP.
LA2	Número total y tasa de nuevas contrataciones de funcionarios y de rotatividad de empleos, por edad, género y región.	55-55; 57; 65-66	Principio 6.
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	69-71	Requisito no específico de COP.

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Relaciones entre trabajadores y gobernanza			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por acuerdo de negociación colectiva.	66	Principio 1 y 3.
LA5	Descripción de notificaciones (plazos y procedimientos).	66	Principio 3.
Salud y seguridad en el trabajo			
LA6	Porcentaje de empleados representados en comités formales de seguridad y salud.	71	Principio 1.
LA7	Tasas de lesiones, dolencias ocupacionales, días perdidos, ausentismo y muertes relacionadas por región y género.	71	Principio 1.
LA8	Programas de educación, prevención y controles de riesgo.	70-71	Principio 1.
LA9	Temas relativos a seguridad y salud cubiertos por acuerdos formales con sindicatos.	70	Principio 1.
Entrenamiento y educación			
LA10	Promedio de horas de formación al año, por empleado, por género, discriminadas por categoría funcional.	63-65	Requisito no específico de COP.
LA11	Programas para gestión de competencias y aprendizajes continuos.	63-65	Requisito no específico de COP.
LA12	Porcentaje de empleados que reciben regularmente análisis de desempeño y de desarrollo de carrera, por género.	62-63	Requisito no específico de COP.
Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	Composición de los grupos responsables por la gobernanza corporativa y discriminación de empleados por categoría funcional, de acuerdo al género, franja etaria, minorías y otros indicadores de diversidad.	52-55	Principios 1 y 6.
LA14	Proporción de salario-base y remuneración entre mujeres y hombres, por categoría funcional, por unidades operacionales significativas.	52-58	Principios 1 y 6.
LA15	Retorno al trabajo y tasas de retención después de permisos de maternidad/paternidad.	70	Principios 1 y 6.

Desempeño social - Derechos humanos

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Proceso de compra			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión y contratos significativos que incluyen cláusulas de integración de las preocupaciones con los derechos humanos, o que han sido sometidos a evaluaciones referentes a derechos humanos.	89	Principio 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
HR2	Porcentaje empresas contratadas, proveedores significativos y otros aliados de negocios que fueron sometidos a evaluaciones referentes a derechos humanos, y las medidas tomadas.	89	Principio 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
HR3	Horas de entrenamiento para empleados en políticas y procedimientos relativos a derechos humanos, incluyendo porcentaje de empleados entrenados.	36; 41; 64	Principio 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
No discriminación			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas para corregir o mitigar nuevos casos.	No se registraron casos.	Principio 1, 2 y 6.
Libertad de asociación			
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en que el derecho de ejercer la libertad de asociación y negociación colectiva puede haber sido violado o colocado en riesgo significativo, y las medidas tomadas para apoyar ese derecho.	No se registraron casos.	Principio 1, 2 y 3.
Trabajo infantil			
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo infantil y las medidas tomadas para contribuir con la abolición del trabajo infantil.	86-89	Principio 1, 2 y 5.
Trabajo forzado			
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados con la posibilidad de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo forzado u obligatorio, y medidas que contribuyan con la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	86-89	Principio 1, 2 y 4.
Prácticas de seguridad			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad entrenando en derechos humanos.	El personal de seguridad recibe la formación, previo ingreso al banco.	Principio 1 y 2.

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Derechos de los indígenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No existen incidentes a este respecto.	Principio 1 y 2.
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido analizadas en cuanto a los riesgos relacionados con derechos humanos y/o los impactos de esos riesgos.	No registrado.	Principio 1 y 2.
HR11	Número de reclamos relacionados con los derechos humanos archivados, encaminados y resueltos a través de mecanismos formales de reclamación.	No existen reclamos de este tipo en el período cubierto por este informe.	Principio 1 y 2.

Desempeño social - Sociedad

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Comunidad			
SO1	Porcentaje de operaciones con programas implementados en las comunidades locales de evaluación de impacto, desarrollo y participación.	90-99	Requisito no específico de COP.
Corrupción			
SO2	Unidades sometidas a evaluaciones de riesgos relacionados con corrupción.	35-41	Principio 10.
SO3	Porcentaje de empleados entrenados en las políticas y procedimientos anticorrupción.	36	Principio 10.
SO4	Medidas tomadas ante incidentes de corrupción.	38	Principio 10.
Políticas públicas			
SO5	Posición en cuanto a las políticas públicas.	90-99; Código de Ética	Principio 10.
SO6	Políticas de contribuciones financieras para partidos políticos, representantes o instituciones.	90-99; Código de Ética	Principio 10.
SO7	Número de acciones judiciales por competencia desleal.	No hubo juicios por este concepto.	Requisito no específico de COP.
Cumplimiento normativo			
SO8	Descripción de multas significativas y número total de sanciones no monetarias.	41	Requisito no específico de COP.
SO9	Operaciones con impactos potenciales significativos o impactos negativos reales sobre las comunidades locales.	No existen operaciones de este tipo en el período cubierto por este informe.	Requisito no específico de COP.
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en las operaciones, con significativo potencial o impactos negativos reales sobre las comunidades locales.	No se registran.	Requisito no específico de COP.

Desempeño social - Responsabilidad sobre el producto

Item	Descripción	Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Salud y seguridad del cliente			
PR1	Evaluación de impactos en la salud y seguridad durante el ciclo de vida de productos y servicios.	75-85	Principio 1.
PR2	Incumplimientos relacionados con los impactos causados por productos y servicios.	No se registran.	Principio 1.
Etiquetado de productos y servicios			
PR3	Tipo de información sobre productos y servicios exigida por procedimientos de etiquetado.	85	Principio 8.
PR4	No cumplimientos relacionados con etiquetado de productos y servicios.	No se registran no cumplimientos.	Principio 8.
PR5	Prácticas relacionadas con la satisfacción del cliente, incluyendo resultado de encuestas.	75-85	Requisito no específico de COP.
Comunicaciones y marketing			
PR6	Programas de adhesión a leyes, normas y códigos voluntarios.	26-27	Requisito no específico de COP.
PR7	Casos de no cumplimiento relacionados con la comunicación de productos y servicios.	No se registran no cumplimientos.	Requisito no específico de COP.
PR8	Reclamos comprobados relativos a violación de privacidad de clientes.	No se registran.	Principio 1.
Compliance			
PR9	Multas por no cumplimiento, relativas a la provisión y uso de productos y servicios.	No se registran.	Requisito no específico de COP.

Indicadores GRI
para el sector de los Servicios Financieros

Sección de impacto de productos y servicios

Enfoque de gestión de impacto de productos y servicios específico para el sector de servicios financieros			
Aspecto	**Información**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Cartera de Productos	**FS1** Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	41; 44-47	Requisitos no específicos de COP.
	FS2 Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	41	
	FS3 Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	No registrado.	
	FS4 Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.	41	
	FS5 Interacciones con clientes/ sociedades participadas[1] /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Estas interacciones se abordan a lo largo de este informe.	

1. A efectos de este documento, cuando se habla de sociedades participadas, se refiere a "sociedades en las que se tiene participación".

Indicadores de desempeño de impacto de productos y servicios específicos para el sector de servicios financieros

Aspecto	Indicador		Página	Elemento COP y/o Principio Pacto Global
Cartera de Productos	**FS6**	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/ grandes) y el sector de actividad.	16-17; 102	Requisitos no específicos de COP.
Auditoría	**FS7**	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	No registrado.	
Activismo Accionarial[2]	**FS8**	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	No registrado.	
	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	33; 40-41	
	FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	No registrado.	
	FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	No registrado.	
	FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	No registrado.	

2. Activismo a través de la participación accionarial.

Comentario sobre el enfoque de gestión económica del G3 específico para el sector de los servicios financieros			
Aspecto	**Comentario**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Desempeño Económico	**Comentario sobre el enfoque del desempeño económico:** El enfoque de gestión debería incluir una explicación acerca de la estrategia de inversión en la comunidad o acción social[3] de la organización junto con los datos cuantitativos proporcionados sobre la misma, (Ver EC1 y comentario relacionado). Esto debería identificar elementos de estrategia relacionados a: • Objetivos de negocio para la acción social a través de cada tipo de acción social (ver abajo); • Los beneficios esperados para el destinatario y el propionegocio; • Resultados deseados/esperados de la actividad de acción social; • Cómo se identifican y gestionan las actividades de acción social; • Cómo se calcula el desempeño y el valor monetario. En determinadas regiones como América del Norte, el término "inversión en la comunidad" se refiere específicamente a la práctica de asegurar que una parte de los depósitos recibidos de una comunidad se devuelva a los miembros de la misma comunidad en forma de préstamos u otros servicios financieros. En el caso del presente protocolo, el término se utiliza más en términos generales y no se centra específicamente en este enfoque particular de inversión en la sociedad.	90-99	Requisito no específico de COP.

3. A efectos de este documento, la expresión acción social es equivalente a Inversión en la Comunidad (Community Investment en inglés).

Comentario sobre indicadores económicos del G3 específicos para el sector de servicios financieros			
Aspecto	**Comentario**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Desempeño Económico	**Comentario sobre EC1:** Las entidades financieras deberían incluir y valorar elementos de sus programas de acción social utilizando la metodología de recogida de datos mencionada abajo. Sólo aquellos elementos que ofrecen un beneficio claro e identificable a la comunidad en el sentido más amplio deberían incluirse en este indicador de distribución del valor generado. Los elementos deberían valorarse según el coste generado para la compañía. Las entidades financieras deberían proporcionar aparte un desglose de su acción social por área (p. ej. arte, educación, etc.) y normalizar las contribuciones como un porcentaje de ganancias antes de impuestos. Para una mejor comparación y comprensión, también pueden desglosarse según el área geográfica (como por ejemplo las principales regiones), según el tipo (costes de dinero, de tiempo, en especie y de gestión) y según la motivación.	90-101	Requisito no específico de COP.

Comentario sobre indicadores de medioambiente del G3 específicos para el sector de servicios financieros			
Aspecto	**Comentario**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Emisiones, Vertidos y Residuos	**Comentario sobre EN16** El término "indirecto" se basa en las definiciones de directo e indirecto utilizadas en el Protocolo WRI-WBCSD GHG. Las entidades financieras deberían calcular las emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) resultantes de sus viajes de negocio, ya que esto representa uno de los principales impactos directos de las entidades financieras. Éste cálculo debería: - Incluir los viajes en nombre de la compañía o el uso de la flota de la compañía; - Incluir el uso de servicios de mensajería; La entidad financiera debería comprobar si el servicio de mensajería calcula sus propias emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) para evitar el cómputo por duplicado. Si la entidad financiera también produce estimaciones relacionadas a emisiones de su cartera de financiación, éstas cifras deberían publicarse de manera separada de la información relacionada al EN16. **Comentario sobre EN22** Los principales tipos de flujos de residuos para la mayor parte de las entidades financieras son el papel y los productos informáticos.	111	Requisito no específico de COP.

Comentario sobre el enfoque de gestión laboral del G3 específico para el sector de los servicios financieros			
Aspecto	**Comentario**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Salud y Seguridad Ocupacional	**Comentario sobre el enfoque de Gestión Laboral** Las entidades financieras deberían reportar sus políticas y prácticas con respecto a las amenazas y violencia en el lugar de trabajo para apoyar a los empleados, sus familias, o los miembros de la comunidad de lo que pueda ocurrir por ejemplo: - Ataques y agresiones (verbales o físicas) por parte de los clientes u otros - Atracos de bancos (ej: secuestros, etc.) y - Como resultado de los requisitos de información jurídica en actividades criminales (ej: blanqueo o lavado de dinero, terrorismo). Las políticas y prácticas incluyen programas de educación, formación, orientación, prevención, y de control de riesgos.	30-41; 52-74	Requisito no específico de COP.

Comentario sobre indicadores de derechos humanos del G3 específicos para el sector de los servicios financieros			
Aspecto	**Comentario**	**Página**	**Elemento COP y/o Principio Pacto Global**
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	**Comentario sobre HR1** Para los servicios financieros, "los contratos de inversión" hacen referencia a la gama de acuerdos de financiación que incluyen contratos bancarios estándar como por ejemplo acuerdos de préstamos y contratos de subvención así como contratos de seguros. Para activos bajo gestión, la entidad financiera podrá informar por medio del FS11 de si dispone de revisiones que explícitamente incluyan cláusulas de derechos humanos. Las políticas y los procedimientos dirigidos explícitamente a cuestiones relativas a los derechos humanos se abordan en los apartados FS1, FS2 y FS3.	No registrado.	Requisito no específico de COP.

www.itau.cl