

código de
ética
corporativo





la palabra del presidente

Estimado colega,

Trabajar en una empresa acaba confundiéndose con la propia identidad personal, y poder enorgullecerse de ella, se torna un bien valioso.

Por este motivo, es importante velar por la reputación del negocio, retribuir la confianza que los clientes depositan en nosotros, devolverle a la sociedad beneficios que solamente empresas socialmente responsables pueden proporcionar. El compromiso de compartir y practicar valores morales forma parte de la historia de Itaú. Es un modo sabio de expresar nuestra manera de ser y de definir la imagen que identifica a nuestra Empresa. Queremos que se nos reconozca como una organización sólida y confiable.

Para que mantengamos el respeto y la confianza del mercado y de la sociedad en general, la credibilidad que conquistamos debe continuar construyéndose y afirmándose día a día. Fallas involuntarias o descuidos pueden convertirse en riesgos de descrédito o perjuicios para

nuestra imagen. Nuestra responsabilidad como ciudadanos y como profesionales implica, por lo tanto, que tengamos una relación íntegra con los clientes, accionistas, colegas de trabajo, socios de negocios, agentes gubernamentales y, sobre todo, con las comunidades en las cuales actuamos.

El Código de Ética constituye una guía para la acción, un texto de referencia para las decisiones que tomemos – desde las más simples hasta las más importantes.

La meta propuesta es que este Código se arraigue en todas nuestras actividades. Esto garantizará la realización de la Visión Itaú, la preservación de nuestra imagen y la perpetuidad de una Organización que sabe valorizar el lugar de gran relevancia que ocupa en la sociedad.

En este sentido, el Código muestra caminos y califica las prácticas deseadas. No es un retrato exhaustivo de lo que hacemos, sino un conjunto de directivas que señalan un horizonte hacia el cual queremos caminar. A medida que se dan ciertos pasos, otros necesitan proyectarse; a medida que la sociedad crea nuevas expectativas,

debemos innovar. Esto significa que debemos tener sensibilidad para actualizar continuamente nuestras acciones y, naturalmente, el propio contenido del Código. En definitiva, sus términos indican los estándares esperados en el ejercicio profesional, al mismo tiempo en que definen la posición estratégica de nuestra Empresa. Por este motivo es que se aplican a los miembros del Consejo de Administración, a los directores y a todos los colaboradores, sin distinción de su nivel jerárquico.

Al contemplar las mejores prácticas bajo la perspectiva ética, el Código clarifica cuáles son las formas más adecuadas de hacer lo que hacemos. Otorga coherencia a nuestras políticas, a nuestra Cultura de Performance y a nuestros procedimientos.

El Código de Ética Itaú es un instrumento de trabajo y un norte moral. Estoy seguro que nos servirá de inspiración y espero que cada uno de nosotros haga que su propia conducta sea un ejemplo edificante para todos los demás colegas.

Roberto Egydio Setubal

índice

la palabra del presidente	01
¿por qué es necesario un código de ética?	06
los valores corporativos	10

el público interno y su ambiente	14
las relaciones internas	16
los conflictos de interés	24
la preservación de las informaciones	28
los favores y los regalos	32
la seguridad financiera personal	36
la responsabilidad de los gestores	38

las relaciones externas	41
las relaciones con los clientes	42
las relaciones con los accionistas	44
las relaciones con los proveedores	48
las relaciones con el sector público	50
las relaciones con los competidores	52
las relaciones con los medios	54
las relaciones con la comunidad	56

la gestión del código de ética corporativo Itaú	60
--	-----------

¿por qué es necesario

Las empresas dependen de la confianza que disfrutan en la sociedad. Esto significa que necesitan preservar sus activos intangibles: los conocimientos acumulados, la capacidad de innovar, las relaciones con varios públicos de interés, la capacidad de sus integrantes, la inteligencia competitiva, la reputación, la imagen, las marcas que poseen. ¿De qué vivirían las organizaciones financieras si no fuesen confiables?

Nuestras decisiones y acciones producen efectos sobre todos aquellos que se relacionan con nosotros. Saber esto supone ser conscientes que la sociedad puede evaluar nuestros actos como correctos o equivocados, justos o injustos, legítimos o ilegítimos. Como consecuencia, tanto pueden mejorar nuestras relaciones, como perjudicarlas. En este contexto, los aspectos éticos ganan una importancia altamente significativa.

un código de ética?

En realidad, actitudes oportunistas deterioran el ambiente interno y desgastan las relaciones entre los miembros de la organización. Pueden deteriorar la reputación del negocio. La posición adoptada por la Empresa, en lo referente a temas pasibles de apreciaciones morales, permite que los colaboradores estén seguros sobre lo que deben hacer. Demuestran transparencia, evitan malentendidos, acaban con los rumores y con los comentarios desfavorables.

De esta manera, definir cuáles son los objetivos de la Empresa y, especialmente, mostrar qué se debe hacer para alcanzarlos es una tarea valiosa. No son apenas los fines que interesan, sino también los medios para obtenerlos. El mero respeto a las leyes no es suficiente dada la complejidad de las repercusiones que las acciones empresariales pueden provocar. Por este motivo, es indispensable reflexionar sobre el impacto que generan nuestras decisiones: ¿de qué manera afectarán a nuestros diversos públicos de interés? ¿de qué manera

influyen a nuestra Empresa a largo plazo?

La ética, como ciencia de la moral, contribuye decisivamente para que podamos delimitar el campo de las elecciones a realizarse, porque torna comprensibles los hechos sociales que tienen implicaciones morales. Ella estudia cómo las colectividades separan las buenas de las malas costumbres, distinguen al bien del mal, identifican virtudes y vicios. Por ser una reflexión sistemática sobre la conducta de las personas, ofrece conocimientos que permiten analizar, explicar y evaluar los riesgos de imagen que nuestras acciones pueden provocar.

La Visión Itaú destaca que, en nuestro sector de actuación, tenemos como objetivo el liderazgo en nuestro desempeño. Para lograrlo, nos convoca a cada uno de nosotros para empeñarnos en crear ventajas competitivas – tecnología avanzada, dirección corporativa, consciente gestión de los riesgos, efectividad operacional, marketing inteligente, canales eficientes de distribución, racionalización de costos, ambiente de trabajo saludable. De una manera imposible de disociar,

nos alerta en lo referente a la sustentación del negocio. Esto implica asegurar la factibilidad de la Empresa a largo plazo: agregarles valor a los clientes y a los accionistas, promover hábitos de respeto a las personas, adoptar acciones socialmente responsables y contribuir para el desarrollo del País. Un código de ética es un conjunto de normas que torna prácticas las orientaciones morales. No dibuja el mapa de territorios desconocidos, pero sirve de brújula para indicar cuáles rutas deben seguirse, muestra cómo llegar hasta donde pretendemos ir. Esto explica la estructura de este Código de Ética que, desde el inicio, define los valores corporativos que inspiran las acciones de nuestra Empresa para, después, enunciar paso a paso las conductas esperadas en los varios públicos de interés – colaboradores, clientes, accionistas, proveedores, órganos gubernamentales, competidores, medios de comunicación y comunidad.

En resumen, **no basta que seamos excelentes en aquello que hacemos, es esencial enfrentar los desafíos de una economía competitiva con la garantía de la credibilidad pública.**

los valores corporativos

La cultura organizativa no está constituida solamente por ideales, es también un conjunto de prácticas. Es esto lo que le proporciona fuerza y perennidad. A lo largo del tiempo, cuatro valores básicos, asociados a nuestra cultura de performance, definieron al núcleo de la identidad corporativa de nuestra Empresa; son trazos distintivos que la tornaron reconocible entre tantas otras; son las bases sobre las cuales construimos nuestro modo de actuar y nuestras relaciones:

La humanidad - el respeto al ser humano;

La ética y el respeto a las leyes;

El progreso - la vocación para el desarrollo;

La objetividad - la solución racional de los problemas.

Somos, por esto mismo, una empresa inserta en su tiempo, pero con la mirada puesta en el futuro. Somos una empresa que desea que cada uno de nosotros dé valor a las demás personas, no solamente aquéllas que trabajan en la empresa, sino también todas las que con ella se relacionan. Somos una empresa que se empeña en desarrollar una clara conciencia en lo referente al impacto de sus actividades sobre la sociedad y, en particular, sobre el medio ambiente. Estas son las razones de nuestro expreso compromiso con la responsabilidad social.

El mercado y la sociedad, de una manera general, esperan de cada uno de nosotros una conducta profesional y responsable; esperan que desarrollemos transacciones idóneas, seamos técnicamente competentes, atendamos a nuestros clientes con empeño e imparcialidad. Itaú se destaca por atender a estas expectativas, que son la consecuencia de varios factores: la apertura comercial del País, los medios diversificados de los que se vale, las telecomunicaciones en tiempo real, la competencia existente entre las diversas empresas, la existencia de regímenes políticos liberales y, sobre todo, una ciudadanía cada vez más activa.

Se arriesgan a comprometer su reputación empresarial o profesional aquellos que no consideran esta realidad histórica: las exigencias cada vez mayores de los clientes, las demandas de las asociaciones ambientalistas, los intereses diferenciados de los accionistas, las influencias de las comunidades locales, los requisitos de los proveedores y de otros compañeros de negocios, las reclamaciones de los sindicatos, las presiones de los competidores, las complejas obligaciones contenidas en nuestra legislación.

Itaú persigue esta ambiciosa agenda con una mezcla de prudencia y de osadía. Su propósito mayor consiste en mantenerse a lo largo del tiempo como empresa respetada y dinámica.

El público interno y su ambiente

las relaciones internas

los conflictos de interés

la preservación de las informaciones

los favores y los regalos

la seguridad financiera personal

la responsabilidad de los gestores

las relaciones

Pasamos gran parte de nuestro tiempo en el ambiente de trabajo. Sería un motivo de desgaste que en él imperase el miedo a equivocarse, la desconfianza y la intimidación.

Por este motivo, alcanzar resultados sustentables merece una dosis compatible de diálogo y de incentivo al perfeccionamiento profesional.

- En la cultura Itaú, está bien considerado aquel que está dispuesto a aprender con los errores – reconocerlos y no repetirlos. Y, no importa la posición jerárquica, merece destacarse quien asume la responsabilidad por aquello que dice y hace.
- Es vital que le hagamos a los otros lo mismo que nos gustaría que ellos nos hiciesen. Para que seamos dignos de confianza, los demás esperan de nosotros un trato justo. Esperan que seamos responsables y que evaluemos las consecuencias de nuestras acciones sobre las otras personas.

internas

- Tomando actitudes de activa cooperación, rapidez y respeto mutuo, los colaboradores contribuyen para que la Empresa ofrezca productos y servicios cada vez más competitivos.

- Los gestores de Itaú desempeñan un papel preponderante por el ejemplo que dan en el día a día y por las orientaciones que difunden. Si fuesen corteses, los otros colaboradores tenderán a serlo; si tuviesen confianza en los otros, la confianza hará parte del cotidiano de la organización; si hiciesen de la consulta a los colegas y subordinados un mecanismo preliminar antes de decidir, se incentivará a los colaboradores a sugerir mejoras, identificar oportunidades y proponer nuevos procesos.
- Los gestores no tienen solamente la función de coordinar a las personas, responden también por acciones educativas que contribuyan para el crecimiento personal y profesional de cada una de ellas. La excelencia en el desempeño es una construcción colectiva. Los colaboradores, cuando se enfrentan a desafíos profesionales y cuando son evaluados por su mérito, se sienten incentivados a hacer cosas extraordinarias.

En sentido contrario, el asedio moral coacciona, humilla y destruye la auto-estima personal y la cohesión organizativa. Se trata de conductas hostiles y de uso del poder jerárquico para imponer autoridad u obtener ventajas, entre las que se destacan:

- Presionar a los subordinados para que realicen servicios de orden personal;
- Acosar sexualmente a los colaboradores;
- Descalificar públicamente, ofender y amenazar explícita o disimuladamente a los subordinados o a quienes tienen posición jerárquica equivalente;
- Presentar trabajos o ideas de colegas sin otorgarles el merecido crédito;
- No respetar las atribuciones funcionales de los otros, sin motivo justo.

De esta manera, un ambiente estimulante supone que la dignidad de cada uno se torne un punto de honra general. Es por este motivo que consideramos indispensables:

- El cumplimiento de las leyes, de las convenciones y de los acuerdos colectivos.
- El respeto al derecho a asociarse a los sindicatos, iglesias, entidades de la sociedad civil y partidos políticos.
- La adecuación de los locales de trabajo para prevenir accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.

- La moderación de los colaboradores en la eventual ingestión de bebidas alcohólicas y en la práctica de juegos de azar, con el propósito de prevenir situaciones desagradables, como por ejemplo: faltar al trabajo, desempeño insatisfactorio de las funciones o críticas de los colegas.
- La comprensión que el uso de drogas ilícitas es un crimen y compromete el desempeño de las funciones laborales, al perjudicar gravemente la vida de sus usuarios y perturbar el ambiente de trabajo.

- La no comercialización de mercaderías en el ambiente de trabajo, para no desperdiciar tiempo útil y evitar perturbar a los colegas.
- El sentido de responsabilidad en el uso de los sistemas de la Empresa, teniendo como ejemplos el empleo exclusivo de aplicativos licenciados por los fabricantes y el cuidado para que no se envíen mensajes racistas o discriminatorios, ni tampoco de imágenes y textos obscenos u ofensivos al pudor.
- El uso competente de los bienes y recursos de la Empresa, para que no se produzcan daños, uso inadecuado, pérdidas, robos y que tampoco se retiren de la empresa sin autorización previa.

- El no cumplimiento del carácter empresarial, apolítico y laico de la Empresa, aboliendo el uso de los equipos, materiales de trabajo o instalaciones de la Empresa para temas políticos, sindicales o religiosos.
- **El rechazo** – en nombre de la ciudadanía – de cualquier actitud que discrimine a las personas en función del sexo, etnia, raza, religión, clase social, edad, orientación sexual, incapacidad física o cualquier otro atributo.

los conflictos

Para que podamos preservar nuestra integridad personal y profesional y nos aseguremos la existencia de un ambiente de trabajo productivo, tratamos de evaluar conscientemente las situaciones que puedan de alguna manera configurar un conflicto entre nuestros intereses personales y los de la Empresa, de los clientes y de otro tipo de público. Tales conflictos pueden comprometer la ética de nuestras acciones y poner en riesgo nuestra reputación y la de Itaú.

Por lo tanto, es necesario:

- Para no perjudicar nuestro propio desempeño, dejar de desarrollar actividades que interfieran en nuestro trabajo o en nuestras atribuciones.

de interés

- Para no abusar de las prerrogativas de la posición que ocupamos, evitar acciones que puedan generar beneficios personales o ventajas indebidas para terceros.
- Para alejar sospechas de favoritismo, los colaboradores deben pedir autorización expresa a un director para establecer relaciones comerciales con empresas en las cuales tengan interés, participación directa o indirecta, o con las cuales, incluso, personas de su círculo de relaciones mantengan vínculos.

- Para no comprometer nuestra imparcialidad, dejar de lado relaciones comerciales particulares, de carácter habitual, con clientes o proveedores, exceptuadas las transacciones que se realicen en las condiciones usuales de mercado.

- Para estar exentos en el caso de contratación de parientes pedir autorización al superior inmediato. De la misma manera, en la indicación de parientes, informar esta relación al responsable por la contratación.

- Para evitar confusiones entre la esfera personal y la profesional, no utilizar equipos y materiales de la Empresa para fines particulares, a no ser de forma ocasional y limitada, y desde que haya autorización del superior inmediato.

- Para no despertar sospechas de usar información privilegiada, solamente realizar operaciones de compra o venta de acciones de la Empresa observando sus Políticas de Negociación y de Divulgación.

la preservación de las informaciones

La manera de utilizar las informaciones puede generar resultados positivos o negativos, ya que este uso repercute sobre la dinámica de las empresas y sobre la imagen de las personas.

Por este motivo, el sigilo de las informaciones se transformó en una tradición esencial no sólo en el mundo de los negocios, sino también en los campos más variados, estando, en algunas situaciones, protegido por la ley. Es el caso del secreto profesional para los médicos, de la preservación de la fuente de información para los periodistas, de la reserva que los profesionales liberales mantienen, del sigilo impuesto a las instituciones financieras o de la discreción necesaria en las investigaciones policiales.

En este sentido, es de suma importancia:

- Por respeto a los demás colegas, proteger la confidencialidad de los registros personales, que permanecen restringidos a quien tiene necesidad funcional de conocerlos, salvo si el colaborador autorizase su divulgación o si esto fuese exigido por ley, reglamento o decisión judicial.

- Por tratarse de una conducta socialmente reprobada, no manipular ni valerse de informaciones sobre los negocios de Itaú o de sus clientes que puedan influenciar decisiones en provecho personal, o generar beneficios o perjuicios a terceros.
- Por ir contra la propiedad intelectual, no usar para fines particulares, ni transmitir a otros, tecnologías, marcas, metodologías y cualquier tipo de informaciones que pertenezcan a la Empresa, aunque se hayan obtenido o desarrollado por el propio colaborador en su ambiente de trabajo.
- Por poder representar legítimas ventajas competitivas, mantener el sigilo de las informaciones internas, o sea, de las informaciones que no sean de dominio público.

- Para garantizar la seguridad de la información, la protección de la privacidad de los colaboradores y la salvaguardia de los negocios, utilizar los mecanismos de cautela adoptados por la Empresa y debidamente comunicados, tales como grabaciones telefónicas, cámaras de seguridad, control del acceso al correo electrónico, además de segregación de actividades y de funciones.
- Para evitar que la divulgación de informaciones confidenciales o privilegiadas afecte una decisión de compra o venta de valores mobiliarios y provoque efectos indeseables, limitar el acceso a dichas informaciones y caracterizar su uso indebido como infracción grave.

los favores

Un tema delicado en las relaciones externas se refiere a las cortesías ofrecidas a los colaboradores y que se traducen en obsequios, oferta de gratificaciones, descuentos en transacciones de carácter personal, viajes, invitaciones para participar de eventos o cualquier otro tipo de atenciones, en la medida en que pueden provocar sospecha de favoritismo. Los criterios de aceptación dependen de las prácticas usuales del mercado, debiendo evitarse todo aquello que pueda ocasionar algún descrédito para la propia persona o para la Empresa.

y los regalos

Para preservar la imparcialidad en los negocios de la Empresa, debemos:

- No aceptar ni ofrecer, directa o indirectamente, favores, dinero o regalos de carácter personal que sean el resultado de relaciones funcionales y que puedan afectar decisiones, facilitar negocios o beneficiar a terceros.
- Por el bien de la transparencia en las relaciones profesionales, informar por escrito al Oficial de Controles Internos y Riesgos del área los regalos que excedan el valor límite estipulado en la circular interna, y donarlos a una entidad idónea mediante comprobación formal u, opcionalmente, enviarlos a la Auditoría Interna para que la donación se haga en los mismos términos.

- Solamente en obediencia a la etiqueta social, y para las áreas específicamente autorizadas, realizar gastos con clientes – tales como comidas, transporte, estadía o entretenimiento – desde que estén justificados por reuniones de trabajo o como cortesía normal de negocios, respetados los límites razonables que no supongan ninguna situación desagradable para los invitados o que se sientan obligados a una eventual retribución.
- En el cambio usual de regalos entre colaboradores – práctica que ocurre en ocasiones festivas, como cumpleaños, casamientos, nacimiento de hijos, Pascua, Navidad, día de la Secretaria, etc. –, no registrar el valor de la contribución en las listas, permitiendo, de esta manera, que la adhesión sea libre, voluntaria y espontánea.

la seguridad financiera personal

Debido a las consecuencias perjudiciales que el desequilibrio financiero acarrea, se recomienda:

- No ser moroso al realizar negocios personales, pues se trata de una actitud negativa la cual está prevista en la legislación laboral.
- En las inversiones personales, del mismo modo que en las de nuestros cónyuges o de cualquier persona que dependa de nosotros, priorizar los objetivos a largo plazo y no los resultados a corto plazo.
- Hacer inversiones compatibles con el patrimonio y los rendimientos personales, siempre tratando de limitar los riesgos, para no sufrir pérdidas financieras que comprometan la vida personal o que puedan perjudicar la capacidad funcional.
- No prestar ni pedir préstamos a colegas de trabajo.

la responsabilidad

La mayor responsabilidad por la creación de un ambiente de trabajo productivo y estimulante le cabe a los principales ejecutivos de la Empresa, porque todos los colaboradores se inspiran en ellos. Siendo así:

- Cualquier conflicto de interés, o la presunción de su existencia, merece inmediata comunicación a la Empresa.

- El conocimiento de cualquier posible infracción de las directrices del Código de Ética exige una inmediata información al Comité de Ética Sectorial del Área o al Comité de Ética del Banco.

de los gestores

- La protección de la confidencialidad de las informaciones restrictas y la prevención de su divulgación, a menos que sea legalmente requerida, requieren una vigilancia incesante.
- La producción de informes y documentos presentados al Banco Central y a otros órganos reguladores, o las declaraciones públicas concernientes a la Empresa, implica informaciones completas, fidedignas, oportunas y comprensibles.
- No se deben transmitir visiones engañosas de la situación de la Empresa, ni ejercer presión sobre los auditores independientes, pues esto comprometería la credibilidad pública de Itaú.

Las relaciones externas

las relaciones con los clientes

las relaciones con los accionistas

las relaciones con los proveedores

las relaciones con el sector público

las relaciones con los competidores

las relaciones con los medios

las relaciones con la comunidad

Los clientes representan la razón de ser de cualquier negocio. Para conservarlos, tenemos como misión tratarlos cortésmente y con eficiencia, además de otorgarles informaciones precisas, claras y compatibles con sus demandas y sus derechos.

las relaciones con los clientes

- Identificar las necesidades de los clientes y ser capaz de satisfacerlas en sintonía con los objetivos de seguridad, calidad y rentabilidad de la Empresa, constituye uno de los más serios desafíos para cada uno de nosotros, principalmente porque administramos muchos de sus recursos, lo que realza más aún la necesidad que cultivemos la confianza que depositan en nosotros.
- Esta confianza es el resultado de una actitud de compañerismo, en la cual buscamos la sintonía entre lo que se afirma acerca de un producto

o servicio y lo que realmente se entrega a los clientes. Para ello, no realizamos ventas combinadas o forzadas, no inventamos artificios, no ocultamos informaciones ni aprovechamos una situación para forzar la compra de un producto o servicio.

- De la misma forma, representa una tarea permanente evitar que nuestros intereses personales o nuestras opiniones entren en conflicto con los intereses de los clientes. La respuesta a esta dificultad se encuentra en las relaciones profesionales, o sea, en las relaciones imparciales, objetivas y técnicamente competentes.
- Entre los derechos de los clientes se destaca la cuestión esencial de la privacidad. De esta manera, en la forma prevista en la ley, regulamos el uso, el control y la seguridad de las informaciones de los clientes. Ellas sólo pueden utilizarse para las finalidades comerciales de Itaú, de manera tal que los clientes estén seguros de que los datos sigilosos que nos confiaron se encuentran en buenas manos.

las relaciones con los accionistas

Los accionistas, juntamente con los colaboradores y los clientes, forman un trípode sobre el cual se asienta cualquier organización. Los primeros crean el emprendimiento y arriesgan su capital, los segundos generan riqueza con su trabajo y los terceros posibilitan el negocio con sus operaciones. En variadas proporciones, cada cual hace por merecer a una parte del valor agregado.

- Una exigencia actual a la que nos adherimos se refiere a la gerencia corporativa. Ella implica prestar cuentas y relacionarse de forma transparente con los accionistas, inversores, analistas de mercado, órganos reguladores y entidades del mercado de capitales nacional e internacional. Significa otorgar, en el momento apropiado, informaciones claras, exactas, accesibles, equitativas y completas.

- Para garantizar decisiones confiables, el Consejo de Administración utiliza controles internos que trascienden el carácter apenas correctivo y adoptan una visión preventiva. De esta manera, además de la fiscalización de la gestión y de los procedimientos, realizamos una evaluación continua del gerenciamiento de los riesgos de negocios y desarrollamos una preocupación estratégica para proteger el patrimonio y la imagen de la Empresa.

- Además, el Consejo de Administración funciona para los accionistas como canal para el competente encaminamiento de eventuales cuestionamientos de las acciones de la Administración de la Empresa.

- De forma indisoluble, garantizamos la seguridad de las informaciones de los accionistas, cuyos registros estén bajo la responsabilidad de la Empresa.

- La memoria de la Empresa y las bases de los lanzamientos contables se encuentran en los registros y en los informes que fundamentan nuestros comunicados al mercado, además de atender nuestros compromisos con los órganos gubernamentales. En este sentido, se torna esencial preservar la integridad de los documentos que se encuentran bajo nuestra guardia. Más aún: cuanto más precisas y detalladas fuesen las informaciones contenidas en ellos, más seguras y fidedignas serán nuestras demostraciones para efectos contables y legales.

- En esta misma línea, y para tornarlos comparables y aptos para una auditoría, nuestras demostraciones financieras se elaboran de acuerdo con los principios fundamentales de la contabilidad de los países en los cuales operamos. Por este motivo, es indispensable que presenten de forma objetiva, bajo todos los aspectos materiales, la situación económica y los resultados financieros de la Empresa.

las relaciones con los proveedores

Al mismo tiempo en que respetamos la confidencialidad de las informaciones y buscamos establecer relaciones exentas de favoritismos, solicitamos a nuestros proveedores que cumplan las exigencias legales, laborales y ambientales, además de tener buena reputación.

- Consecuentemente, conductas inadecuadas, tales como el uso de trabajo infantil o de trabajo forzado, son motivos suficientes para que ellos tengan su nombre retirado del cuadro de proveedores o de prestadores de servicios.
- A su vez, y dada la interdependencia que Itaú mantiene con sus proveedores y prestadores de servicios, la forma de proporcionar la mejor relación costo-beneficio hace que se busque:
 - Adoptar criterios de selección tanto objetivos como justos;
 - Observar las especificaciones técnicas definidas por los sectores competentes, en el contexto de las mejores ofertas presentadas por el mercado;
 - Cuidar la legalidad del proceso de contratación;
 - Enunciar de forma clara eventuales vínculos comerciales y personales entre los colaboradores y las empresas que se contratarán.

Los contratos y los convenios que firmamos con el poder público obedecen a las normas legales y respetan las prescripciones morales, de forma transparente. Más que el cumplimiento de exigencias burocráticas, esto asegura relaciones justas y profesionales.

- Por este motivo, evitamos demostrar cualquier preferencia por actos o declaraciones de agentes gubernamentales y nos abstenemos de realizar cualquier tipo de comentario de naturaleza política, haciendo salvedad de la posibilidad de análisis realizados por representantes debidamente autorizados y habilitados.

- Naturalmente, se pueden expresar opiniones de carácter personal, desde que haya una declaración expresa de que no representan la posición de la Empresa.

las relaciones con el sector público

- En el ejercicio de una ciudadanía responsable, destacamos la necesidad de abstenerse de cualquier forma de soborno de autoridades o de funcionarios públicos, por medio de ventajas personales, aunque sea para que cumplan sus obligaciones o apuren sus propias rutinas de trabajo, procedimientos que pueden configurar infracción penal.

las relaciones con los competidores

Consideramos saludable la competición, desde que sea leal, razón por la cual tratamos a los competidores con el mismo respeto con el que esperamos que ellos nos traten.

- El hecho de competir en el mercado no quiere decir vencer a cualquier precio. Prácticas como información privilegiada, omisión de hechos importantes, manipulación de la buena fe, espionaje económico u obtención de planes o acciones de los competidores por métodos ilícitos, no pertenecen a nuestro modo de actuar.
- En la misma línea, no es admisible hacer comentarios que puedan afectar la imagen o contribuir para la divulgación de rumores sobre nuestros competidores – lo cual, en determinadas situaciones, puede configurar un acto ilícito.
- Con la misma discreción con la cual tratamos las informaciones de nuestros competidores, no discutimos con ellos temas sensibles que constituyen nuestros diferenciales estratégicos, tales como política de precios, términos de contrato, costos, marketing, desarrollo de nuevos productos y sondeos de mercado.

Los diversos vehículos de comunicación de masa desempeñan un papel extremadamente valioso en la consolidación de la democracia en el País, dado que difunden noticias y análisis vitales para informar a la población. De este modo se sitúan en la vanguardia en la defensa de la ciudadanía y de los intereses públicos, función innegable que hacemos hincapié de reconocer.

las relaciones con los medios

- La reputación de una organización resulta de la percepción pública construida a lo largo del tiempo y corresponde a la credibilidad disfrutada. En este proceso, los medios ocupan una posición de destaque en la formación y en el mantenimiento del concepto que la colectividad le atribuye a la Empresa. Por este motivo y en consideración a nuestros clientes y a la sociedad en general, nuestras relaciones con los medios suponen un diálogo permanente, en el que prevalezca tanto la imparcialidad como la veracidad.
- Frente a las delicadas repercusiones que cualquier declaración normalmente produce, y también frente a la necesidad de preservarse el sigilo de determinadas informaciones, solamente se deben manifestar en nombre de la Empresa la Asesoría de Prensa y las personas autorizadas.

las relaciones con la comunidad

La responsabilidad social corporativa resulta de la comprensión del la sostenibilidad, porque supone una postura que asocia la eficacia económica a la sensibilidad social, inaugura un nuevo pacto entre las empresas, la sociedad civil y el Estado, y tiene por objetivo construir una sociedad mejor.

- La sustentación empresarial se apoya sobre tres pilares con los cuales nos identificamos y que indican la necesidad de las empresas de ser:

Económicamente viables – generen ganancias de forma responsable y practiquen una administración corporativa;

Ecológicamente correctas – administren los riesgos ambientales con competencia y adopten el consumo consciente en los gastos y en las compras;

Socialmente justas – promuevan el desarrollo social, combatan preconceptos y discriminaciones, y contribuyan para universalizar los derechos sociales.

- La Empresa, por intermedio de sus colaboradores, demuestra su fuerte compromiso con el desarrollo social del País, por medio de programas– especialmente dirigidos a la educación y a la salud pública –, que tienen el objetivo de convertirse en marcos de referencia en las cooperaciones sociales.

- En ese mismo sentido, estimulamos a los colaboradores a que, fuera del horario de trabajo y de forma voluntaria y solidaria, se involucren en acciones comunitarias.

- Frente al cuadro de degradación ambiental del planeta, consideramos fundamental evaluar los impactos sobre el medio ambiente, no sólo para el éxito del crecimiento empresarial, sino como variable decisiva para el desarrollo económico sustentable y la prevención de los riesgos a la salud humana.

- En la concesión de crédito a las empresas, valorizamos criterios socioambientales para que los proyectos que financiamos se desarrollen de una manera socialmente responsable y representen las mejores prácticas de gestión ambiental.

La gestión del Código de Ética Corporativo Itaú

La aplicación de las directrices del Código es función relevante de cada uno de nosotros y encuentra respaldo en las políticas y circulares de la Empresa.

- Los Códigos Sectoriales de Conducta formulan reglas específicas y complementarias para cada área de actuación que de ellas necesite.
- Dudas o dilemas éticos que, eventualmente, puedan presentarse podrán aclararse de forma fehaciente con los Oficiales de Controles Internos y Riesgos, con los miembros de la Consultoría de Ética Empresarial o con los miembros de la Comisión Superior de Ética.
- Casos de conflictos de interés, acoso moral, prácticas lesivas al Banco o acciones contrarias a las directivas enunciadas en el Código disponen de canales adecuados para su encaminamiento: el colaborador puede comunicar el hecho, sin miedo a represalias, a su superior inmediato, al Oficial de Controles Internos y Riesgos de su área, al Comité de Ética Sectorial del Área, al Comité de Ética del Banco o a la Comisión Superior de Ética, o al Comité de Auditoría.
- Se le asegura el anonimato a quien lo desee, pero

esto implica que haya fundamentos consistentes de aquello que fuese comunicado. El sigilo de la investigación será rigurosamente mantenido y, cuando sea el caso, se adoptarán medidas apropiadas.

- La gestión del Código es de responsabilidad del Directorio de Auditoría del Banco Itaú Holding Financeira. Su competencia abarca el establecimiento de instrumentos para tornar viable el contenido del Código, así como el suministro de subsidios para las decisiones de la Comisión Superior de Ética.
- Le corresponde a la Comisión Superior de Ética, compuesta según norma interna evaluar la actualidad y la pertinencia de las directrices del Código y encaminar las acciones necesarias para su difusión.
- La Comisión es responsable por la interpretación del texto y por la definición de conductas que no hayan sido previstas en el Código, así como por la apreciación de temas encaminados por sus miembros.
- El Consejo de Administración es el responsable por la aprobación del Código.



ITAÚSA

Itaú

Itaú

Itaú

Itaú

Itaú

Itaú