



Gestión de proveedores

¿Por qué este tema es relevante para nosotros?

En el propósito de lograr la satisfacción de nuestros clientes, el vínculo que generamos y mantenemos con nuestros proveedores de bienes y servicios constituye un factor crucial. Este grupo de interés cumple un papel fundamental en nuestra cadena de valor y su correcto desempeño se ve reflejado en nuestras distintas actividades. Por eso trabajamos en establecer relaciones sólidas con los mismos y en acompañarlos en su desarrollo.

Esta relación con los proveedores se sostiene, por un lado, en las políticas y procedimientos que guían los procesos de selección y contratación, buscando hacerlos más eficientes y asegurando el cumplimiento de la legislación vigente. Y por otro, en la transmisión de nuestros valores corporativos para mantener comportamientos éticos y transparentes en las interacciones comerciales.

Principales cifras sobre proveedores

(Contenido 2-6)

En 2025, trabajamos con 355 proveedores locales y del exterior que proveyeron algún bien o servicio al banco, y se concretaron 43 procesos de licitación y negociaciones. En total, se realizaron pagos por un valor total de G. 514.451 millones. El 91,07% del total abonado en este concepto fue destinado a proveedores locales.

Indicador	Año 2025	Año 2024	Año 2023
Proveedores activos ¹⁹	355	490	575
Procesos desarrollados para contratación de servicios y compra de bienes	43	58	168
Pago a proveedores en Gs. (no incluye impuestos).	514.451.402.736	715.263.461.101	545.887.805.744
Porcentaje de pagos que corresponde a proveedores locales ²⁰ . (GRI 204-1)	91,07%	91.47%	91,60%

Políticas de relacionamiento con proveedores

Política de Evaluación de Proveedores

Esta política define categorías de proveedores del banco y establece los procesos de evaluación que deben cumplirse para determinar su contratación. Además, incluye lineamientos para evitar conflictos de interés.

Política de Compras

Esta política dirige nuestra relación con los proveedores y el procedimiento de contratación. Su propósito es garantizar que los procesos de adquisición sean realizados de manera eficiente y transparente y que permitan mitigar riesgos legales u operacionales que puedan impactar en el desempeño de las áreas involucradas, en el servicio a los clientes o en la imagen del banco.

19 Se considera proveedores activos a aquellos proveedores que hayan realizado alguna prestación durante los últimos 12 meses. Para los periodos 2024 y 2025, conforme a la modificación de la Política de Compras para el monto asignado a compras directas, fueron excluidos los pagos menores de Gs. 35.000.000.

No son considerados como proveedores organismos del Estado, clubes sociales o instituciones educativas (para los casos en los que el banco financió cursos para sus colaboradores). Adicionalmente, no se consideró como proveedores a empresas de Itaú en Paraguay ni a empresas que hayan recibido pagos del banco con los que se establecieron relaciones solo con base en alianzas estratégicas y/o comerciales relacionadas a promociones de descuento con tarjetas de crédito.

20 El 8.93% restante corresponde a pagos realizados a empresas proveedoras que operan en el extranjero.

Política de Responsabilidad Social, Ambiental y Climática

En la sección de relacionamiento con grupos de interés de esta política, se indican dos frentes principales de gestión en la relación con proveedores. Estos frentes son:

1. Promover y facilitar el desarrollo de los proveedores para adoptar las mejores prácticas de responsabilidad social y ambiental.
2. Cuando sea posible, ajustar requisitos que deben ser atendidos en la contratación de proveedores, de manera a que atiendan ciertos criterios de sustentabilidad.

Clasificación de proveedores

(Contenido 2-6)

Todos los proveedores de Itaú son clasificados según la frecuencia de adquisición o contratación y según la naturaleza del bien o servicio que proveen. Así, los categorizamos de la siguiente manera:

i) Proveedor recurrente

Es aquel que cumple con al menos una de las siguientes características:

- Tiene contratos activos con el banco.
- Presta servicios por un valor acumulado igual o superior a USD 25.000 (por el mismo servicio) en un periodo de doce meses.
- Registra más de diez facturaciones (por el mismo concepto) en un periodo de doce meses.

ii) Proveedor eventual

Es aquel contratado para realizar trabajos puntuales, cuya prestación se limita solamente a los términos de la propuesta aceptada.

Evaluación de proveedores

Evaluamos a potenciales proveedores a través de procesos de debida diligencia alineados a regulaciones y a directrices contempladas en políticas internas. Ya sea en el marco de una adjudicación otorgada como resultado de un proceso de compras, de un servicio contractual o de una compra directa, todas las empresas que proveen bienes y servicios al banco o que participen activamente en concursos de precios (aunque luego no se conviertan necesariamente en un proveedor efectivo) deben pasar por estos procesos:

Know your Supplier (KYS): Es un proceso regulatorio obligatorio de la debida diligencia expuesto en la resolución 70/2019, art. 33, de la SEPRELAD para conocer y mitigar los riesgos relacionados con la contratación de proveedores. El proceso de KYS es obligatorio para todos los casos de proveedores de bienes o servicios. Cada área usuaria del servicio en el banco es responsable de realizar este proceso antes de la contratación.

Homologación administrativa: Es un proceso interno del banco que complementa los controles de la debida diligencia del proceso KYS, buscando mitigar aún más los riesgos y garantizando la adhesión de nuestros proveedores al Código de Ética del banco. El mismo consiste en la presentación de una serie de documentos que permiten validar datos de la empresa, la situación de cumplimiento tributario ante la SET y la inscripción en el Registro de Prestadores de Servicios (REPSE) del Ministerio de Industria y Comercio, entre otras verificaciones relacionadas con la prevención de lavado de dinero y con impedimentos para operar con el banco.

Procesos de compra

En Itaú Paraguay, las contrataciones se realizan bajo condiciones contractuales²¹, mediante compras directas o a través de concursos de precios alineados con las directrices de la Política de Compras del banco y con el Procedimiento de Compras. Las empresas que son invitadas a participar de estos concursos deben estar validadas con la debida diligencia (KYS) para presentar propuestas, de acuerdo con las necesidades especificadas.

La evaluación de las propuestas de los proveedores es realizada por el área de compras, desde el punto de vista comercial, y por el área gestora, desde el punto de vista técnico y de prestación; ambas áreas realizan la recomendación de contratación o no, según su alcance.

Una vez seleccionado el proveedor, se le comunica la adjudicación y también se notifica a los demás proveedores participantes del proceso, que no fueron seleccionados para la compra o contratación.

Criterios para evaluar a proveedores

- Propuesta económica.
- Propuesta técnica del producto o servicio que mejor se ajuste a los requerimientos.
- Resultados de los procesos de evaluación de KYS y de la homologación administrativa.
- Calidad histórica del trabajo.
- Tenencia de licencias ambientales, si se requiere según el rubro.
- Capacidad del servicio postventa si corresponde. (Contenido 2-6)

21 El banco cuenta con un contrato marco de prestación de servicios preestablecido por el área jurídica, con cláusulas que exponen controles y compromisos con respecto a normas de protección infantil, trabajo forzoso y medio ambiente. A dicho contrato se adjunta un anexo donde se indican detalladamente los datos del bien o servicio que será brindado por el proveedor.

Formación de proveedores

• Programa de Fortalecimiento en Asuntos de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

En 2025 llevamos a cabo la tercera edición del Programa de Fortalecimiento de Proveedores en Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, con la intención de acompañar a nuestros proveedores en la definición de estrategias y acciones que les permitan gestionar mejor sus impactos socioambientales.

El programa tiene por objetivos: reconocer cuán incorporados están ciertos aspectos de gestión social, ambiental y de gobernanza, mediante un autodiagnóstico; identificar grupos de interés, impactos y temas críticos para la continuidad de sus negocios desde la perspectiva de la sostenibilidad y la responsabilidad social, y diseñar un plan de acción de responsabilidad social y sostenibilidad que incorpore las oportunidades identificadas.

En el año participaron del programa directores, dueños y representantes con incidencia en decisiones, de 22 empresas proveedoras de rubros como tecnología, publicidad, institutos de idiomas, consultoras y certificadoras, imprentas, hotelería, entre otros. Cada empresa participante recibió un total de 16 horas de formación a través de encuentros presenciales y, adicionalmente, recibieron asesorías personalizadas con una especialista en responsabilidad social. Mediante la metodología Ner Promoter Score (NPS), fue evaluado el nivel de recomendación de los participantes, el cual fue de 88 puntos para 2025.

• Programa de Gestión y Organización Financiera

Con el objetivo de acompañar a nuestros proveedores en el fortalecimiento de su gestión operativa y financiera, en 2025, en conjunto con la organización CAVIDA, implementamos el programa de Gestión y Organización Financiera.

El programa utiliza como base la metodología de Planificación para la Acción, que se basa en la definición de planes de acción con un fuerte énfasis en la ejecución de las actividades. Cada participante trabajó de manera asistida en la aplicación de un autodiagnóstico para identificar fortalezas y debilidad en su gestión empresarial. El acompañamiento también abarcó la definición de objetivos e indicadores de medición, revisión

de procesos clave, estandarización de procesos y construcción de flujos de caja. Además, se incluyó un componente sobre habilidades de gestión empresarial para la planificación y la toma de decisiones.

En paralelo a los espacios de formación, el programa incluyó una secuencia de encuentros de seguimiento en los cuales los participantes podían intercambiar desafíos reales, evaluar soluciones potenciales y dar seguimiento al proceso de aprendizaje.

En total fueron ofrecidas 23 horas de formación y seguimiento a 21 empresas proveedoras (pequeñas y medianas) de rubros como publicidad, tecnología, courier, imprenta, gestión de residuos, entre otros. El NPS para esta primera edición del programa fue de 100 puntos.