



Reporte de Sustentabilidad **2019**

Índice



Contexto



Sobre Itaú y su compromiso de impacto positivo



Gobierno corporativo



Cultura y gestión de riesgos



Rentabilidad sostenible



Centralidad en el cliente



Cultura digital



Las personas son todo para Itaú



Empresas proveedoras que acompañan nuestro camino



Gestión ambiental responsable



Transformar la comunidad a través de la educación y la cultura



contexto

Presentamos el tercer Reporte de Sustentabilidad de Banco Itaú Uruguay que refleja nuestra gestión entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2019. Para su elaboración se han utilizado los Estándares 2016 de Global Reporting Initiative (GRI) en su modalidad esencial, con periodicidad anual.

Durante 2019 se reiteró el proceso de validación de la materialidad con el fin de integrar nuevos temas relevantes como las iniciativas internacionales a las que el mundo corporativo está respondiendo y aportando, como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y, más específicamente los Banking Principles de UNEP-Fi a los cuales Itaú Unibanco adhiere. Todo eso llevó a la actualización de los compromisos del Banco en su gestión de sustentabilidad para los próximos años.



Mensaje del Gerente General

102- 14

En 2019 nos planteamos un gran desafío a entender y resolver: ¿qué está buscando nuestro cliente? Porque es la cultura de centralidad en el cliente la que orienta cada una de nuestras acciones y la que nos trajo hasta acá. Por eso, cuando me pongo a reflexionar sobre lo que fue nuestro 2019, sólo siento orgullo y gratitud hacia cada una de las personas que formamos parte de Itaú.

Por **tercer año consecutivo publicamos nuestro Reporte de Sustentabilidad** bajo estándares GRI, una demostración del compromiso que asumimos con la transparencia y con la generación de negocios con impacto positivo. Como signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas, este reporte representa una nueva comunicación para el progreso.

Con **más de 437 mil clientes activos, los altos niveles de satisfacción y de NPS***, nos reafirman una vez más como líder del mercado. Cuando obtenemos estos resultados, el desafío es aún mayor. Para jugar en las ligas de las mejores empresas en satisfacción de clientes necesitamos redoblar la actitud, los procesos y los sistemas.

La actitud personal de las personas que trabajan en Itaú es fundamental. Las características que buscamos y valoramos son las de ir más allá de las expectativas, encarar los desafíos y responder a nuestros públicos de interés con oportunidades para transformar realidades. Y sobre todo trabajar en equipo, entender cómo impacta el trabajo de cada quien en el trabajo de los demás y cómo eso se traduce siempre en la calidad del servicio que brindamos a nuestros clientes. Año a año vemos mejorar el clima interno. Nuestro **índice de satisfacción de 80% es el reflejo de colaboradores que nos evalúan como un muy buen lugar para trabajar**. Impulsamos su desarrollo personal y profesional a través de los programas de liderazgo, de capacitación, de diversidad, mentoring y voluntariado corporativo. Porque son las personas y su talento las que construyen a Itaú y al servicio que nos diferencia.

Nuestro compromiso de ser cada vez más digitales se reafirma cada año con la incorporación de metodologías de trabajo ágiles e inversión en tecnología. El 74% de nuestros clientes realiza sus transacciones y consultas de

manera digital, y el 19% de las cuentas nuevas fueron realizadas a través de nuestra plataforma digital para apertura de cuentas. Somos el único banco en Uruguay con una Agencia Digital que cada año incorpora nuevos clientes para que puedan realizar todas sus consultas y transacciones por canales no presenciales. Trabajamos para poner la tecnología al servicio de la experiencia de clientes, porque solamente un banco ágil y liviano podrá continuar siendo competitivo, incorporando innovación y generando orgullo de pertenecer en sus equipos.

La generación de rentabilidad sostenible y la transformación digital, nos valió el reconocimiento como **mejor banco del año en Uruguay por las tres más prestigiosas publicaciones internacionales como lo son Euromoney, Latin Finance y The Banker**. Además nos posicionamos entre las primeras diez empresas con mejor reputación de Uruguay dentro del monitor corporativo MERCOSUR que analiza los resultados económicos y el talento de las compañías.

Queremos seguir dando más, sabiendo que podemos hacerlo mejor, transformando la vida de las personas y contribuyendo con la sociedad. Llegamos a más de 150.000 personas a través de los programas Social y Cultural de Fundación Itaú, contribuyendo así a la educación y la cultura del país.

Todos los logros y aprendizajes que integran este Reporte forman la base que nos permitió adaptarnos rápidamente a la difícil situación que trajo la emergencia sanitaria. Cuidamos a quienes trabajamos en Itaú implementando el *home office* y equipos rotativos para proteger su salud y asegurar la continuidad de nuestras operaciones. Quisimos aliviar las preocupaciones de nuestros clientes y ofrecimos soluciones que facilitaran el funcionamiento financiero a personas y empresas. Una vez más, la centralidad en el cliente nos permitió actuar de manera ágil para responder a sus necesidades y superar sus expectativas.

El 2020 ha llegado con nuevos desafíos; estamos trabajando para cambiar de liga, tenemos ganas, nos arriesgamos y estamos preparados. Esa es nuestra manera y nuestra razón de ser. Porque sólo de esa manera seguiremos construyendo, cambiando y evolucionando.



Buena lectura,
Horacio Vilaró

*Net promoter score: indicador que mide la intención de recomendar nuestros servicios a otra persona u empresa

Destacados Itaú Uruguay

102-7, 103-1



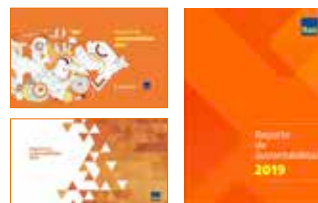
Somos **el único banco privado en Uruguay** que realiza anualmente su Reporte de sustentabilidad GRI

Este es nuestro **tercer Reporte** de Sustentabilidad.

Adherimos a:



Mejor banco del año 2019
elegido por Euromoney,
Latin Finance y The Banker.



Rentabilidad sostenible

USD 4.678 millones

de activos

(vs USD 4.447 millones en 2018)

USD 3.915 millones

de depósitos

(vs USD 3.845 millones en 2018)



53,6%

es nuestro índice de eficiencia que relaciona costos/ingresos.

24,8%

es nuestra participación de mercado en activos en el sistema financiero privado local.
(vs 24,1% en 2018)



Valor económico creado:

11.624 millones

de pesos



Distribuimos valor equivalente a

8.718 millones

de pesos entre nuestros grupos de interés.

Centralidad en el cliente



Atendemos a **437mil** clientes Personas y PyMES. +15% vs 2018



Atendemos a **3.200** clientes Empresas. (+ 6% vs 2018)



Índice de satisfacción **8,4***

Personas y PyMES

8,3*

Empresas

*Sobre un total de 10 puntos



18 agencias tradicionales



6 agencias modernas sin caja



1 agencia digital

Somos líderes en participación de mercado de consumos con tarjetas de crédito de los sellos Visa y Mastercard.



Cultura digital



Líder del mercado en canales digitales



Índice de satisfacción

9,1* SuperApp

9,2* Sitio transaccional

*Sobre un total de 10 puntos



74,5%

de los clientes con cuentas utilizan canales digitales mensualmente.



Por nuestros canales digitales fueron abiertas **19%** de las nuevas cuentas de personas físicas.



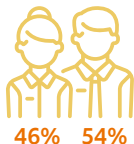
se realizaron un **42%** de las ventas de tarjetas de crédito.



y un **83%** de los préstamos amortizables.

Las personas son todo para Itaú

Contamos con un equipo de **575** colaboradores.



80% es nuestro índice de satisfacción de clima interno.



150 participantes de Voluntariado Corporativo



Destinamos **11.300** horas en capacitación y formación.

610 horas en actividades de voluntariado



Gestión de riesgos

100%

de nuestros colaboradores adhieren al Código de Ética y a las Políticas Corporativas.

90%

de colaboradores capacitados en Cultura de Riesgos



Nuestras empresas proveedoras



~1000 empresas activas
94% nacionales



93% satisfechos con Itaú
304 empresas encuestadas con una tasa de respuesta del 24%



1.531 millones de pesos destinados a pago a proveedores

Gestión ambiental responsable

-9%

energía eléctrica consumida vs 2018



Se recicló el **90%** del papel utilizado en nuestras oficinas.

-17%

de resmas de papel solicitadas vs 2018



47%

residuos valorizados (de un total de 102 toneladas)

Fundación Itaú

Inversión en la comunidad



8.9 millones de pesos por el Programa Cultural



9.6 millones de pesos por el Programa Social

Se apoyaron



32 proyectos culturales



10 instituciones educativas



67

personas egresadas del Centro de Capacitación (+ 55% vs 2018)

Contexto de este reporte

102-46, 102-50, 102 - 52, 102 - 53, 102-54

Este es el tercer Reporte de sustentabilidad de Banco Itaú Uruguay y refleja la gestión en el período comprendido entre el 1.º de enero y el 31 de diciembre de 2019.

Para su elaboración se han utilizado los estándares 2016 de Global Reporting Initiative (GRI) en su modalidad esencial, con periodicidad anual. Los estándares informados se detallan en la sección Índice de contenidos GRI, al final de este documento.

La información se presenta de manera clara y precisa para garantizar la calidad del Reporte, siguiendo los protocolos de GRI respecto a los lineamientos y principios a tener en cuenta para su elaboración. Itaú está avanzando hacia una comunicación inclusiva desde la perspectiva de género e identificó la oportunidad de incorporarlo en la redacción de este Reporte. Se busca implementar —siempre que sea posible— alternativas al uso del masculino como genérico, promover expresiones neutrales, modificar oraciones para que sean sensibles al género

y evitar expresiones que conlleven estereotipos, cuidando tanto la legibilidad del texto como la concordancia gramatical correspondiente.

Las personas que integran el Área de Sustentabilidad coordinaron este proceso, que contó con la participación de todas las direcciones y con el apoyo de una consultora externa. La información contenida en el Reporte es fiel y veraz en todos los aspectos materiales y tiene validez únicamente en la fecha en que fue emitido este documento. El Banco no asume obligación alguna de actualizarla o de revisarla posteriormente y tampoco asegura que no existan cambios posteriores que puedan afectar, modificar o restringir lo establecido en el presente.

El alcance de la información comprende Casa Central y las sucursales de Itaú en Uruguay. La cobertura de los impactos económicos, sociales y ambientales refiere a la operación interna de Banco Itaú Uruguay, salvo en el caso de la gestión de proveedores, por el cumplimiento de la normativa que regula las tercerizaciones en Uruguay, integrada por las leyes 18 099 y 18 251 en lo que respecta a derechos laborales y seguridad social de los trabajadores de las empresas tercerizadas o subcontratistas.

¿Qué opinás del Reporte?

Queremos conocer tu opinión sobre nuestro Reporte.

Todos los comentarios o consultas respecto a su contenido, pueden ser enviados a la dirección de correo electrónico sustentabilidad@itau.com.uy.



Nuestro **Reporte de Sustentabilidad 2019**, junto con las ediciones de años anteriores, se encuentran disponibles en www.itau.com.uy

Materialidad

102-44, 102- 47

En 2019 resolvimos actualizar la matriz de materialidad cada dos años. La primera revisión se realizó en 2017, consultando a directores, clientes, proveedores y colaboradores para validar y priorizar los temas que el Banco entendía impactaban en forma directa en su gestión. De allí surgió la matriz de materialidad que dio estructura a sus Reportes de Sustentabilidad 2017 y 2018.

En el transcurso de los dos últimos años se dieron transformaciones importantes en cuanto a la comprensión de los impactos efectivos del sector en la economía, la sociedad y el ambiente, y de cómo generar valor desde el corazón del negocio.

Surgieron además iniciativas internacionales a las que el mundo corporativo está respondiendo y aportando, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y, más específicamente, los Banking Principles de UNEP-FI, a los cuales Itaú Unibanco adhiere. Todo eso llevó a la actualización de los compromisos del Banco en su gestión de la sustentabilidad para los próximos años.

En este contexto, se reiteró el proceso de validación de la materialidad con el fin de integrar nuevos temas relevantes en el contexto en el que Itaú opera.

El primer paso fue considerar y analizar las diversas fuentes de información disponibles, con el propósito de identificar los temas prioritarios para la gestión del Banco y para sus principales grupos de interés.

Con base en estos elementos se elaboró un listado de temas de impacto para ser considerados en el análisis de materialidad. Los compromisos de impacto positivo se tomaron como base para proyectar la materialidad, estableciendo su correspondencia con la materialidad del período anterior e integrando el camino que viene recorriendo la empresa respecto a los temas de sustentabilidad.

La consulta sobre temas materiales se realizó a directores, colaboradores, clientes y proveedores. Se envió por mail una encuesta a directores y a colaboradores. Para clientes se elaboró una encuesta a través del sitio web, dirigida a una muestra del segmento de clientes personas físicas. La consulta a proveedores se envió por mail a toda la base de proveedores y también se revisó la encuesta de satisfacción prevista para identificar oportunidades que pudieran surgir.

Respondieron la encuesta 7 directores, 101 colaboradores, 107 clientes y 35 proveedores.

Temas materiales 2019

- | | |
|---|--|
| 1 Reputación · Confianza · Marca | 8 Ciudadanía financiera |
| 2 Gestión de riesgos | 9 Transparencia en los informes y comunicación |
| 3 Respeto y promoción de los derechos humanos | 10 Compromiso con la comunidad |
| 4 Centralidad en el cliente | 11 Financiamiento para sectores de impacto positivo |
| 5 Desempeño económico - Crecimiento e Innovación | 12 Inclusión y espíritu emprendedor |
| 6 Inversiones responsables | 13 Gestión responsable de recursos |
| 7 Desarrollo de colaboradores | |

Gráfica comparativa del grado de importancia de los temas materiales





Sobre Itaú y su compromiso de impacto positivo

Itaú Unibanco es el banco de mayor valor de mercado en América Latina. Su objetivo es ser reconocido por su liderazgo en satisfacción de clientes, banca digital y experiencia del colaborador.

La trayectoria de Itaú en Uruguay se ha caracterizado por la ética y la transparencia en los negocios, la valorización de las personas, la satisfacción de los clientes y el desarrollo social y cultural.

En los últimos años ha generado una estrategia para incorporar la sustentabilidad como forma de gestión con el fin de desarrollar una estrategia de negocios sostenibles que genere impacto positivo para la sociedad. Como intermediario financiero, busca contribuir al desarrollo de economías sostenibles y empoderar a las personas a construir un mundo mejor.



Contexto macroeconómico

103-1, 103-2, 103-3

Uruguay y el Banco operaron durante 2019 en un contexto internacional de expansión económica, en el que el producto mundial creció un 3%.

Uruguay presentó un crecimiento de 0,9% en los 12 meses cerrados en setiembre de 2019. La inflación fue 7,9%, nivel similar al del cierre de 2018. El peso se depreció 13,2% respecto al dólar en el último año y presentó baja volatilidad.

Las encuestas de expectativas del Banco Central del Uruguay preveían que la actividad económica continuara creciendo en 2020 en el entorno de 1,6%. Se esperaba además un déficit de 3% del PIB para 2020. El FMI esperaba que en América Latina el crecimiento se recuperara desde un 0,1% estimado en 2019 a 1,6% en 2020. Esas proyecciones de crecimiento económico se están ajustando a la baja como consecuencia del impacto que el Coronavirus (COVID-19) está teniendo sobre la economía mundial.

Existe un fuerte compromiso de Itaú para continuar con una estrategia de desarrollo en Uruguay que profundice los beneficios a los clientes, apoyada en la calidad del servicio, la innovación y la competitividad, sumando un fuerte compromiso por los resultados.

Sobre Itaú en el mundo

102-4, 102-6, 102-7

Itaú atiende a una base de más de 55 mil clientes en 18 países distintos.



Nos propusimos como objetivos:

- Ser el mejor banco para nuestros clientes, con las mejores soluciones.
- Tener la mejor experiencia de marca y de satisfacción de clientes.
- Atraer, desarrollar y retener talentos formando equipos de alta performance.
- Posicionarnos en el Top 3 en los mercados en los que actuamos.
- Ser el mejor banco digital.

Sobre Itaú en Uruguay

102-4, 102-15, 102-16, 103-1, 103-2, 103-3

Nuestra historia

La historia de Itaú en Uruguay se remonta a 1976, con The First National Bank of Boston, seguida por una serie de fusiones y adquisiciones que dieron lugar a la compra de BankBoston por Itaú en 2007. Desde entonces nuestra trayectoria se ha caracterizado por la ética y la transparencia en los negocios, la valorización de las personas, la satisfacción de los clientes y el desarrollo social y cultural. Estos valores se reflejan y consolidan en nuestra visión, nuestro propósito y nuestra cultura.

Nuestro propósito

Estimular el poder de transformación de las personas.

Nuestra visión

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

Para nosotros performance sustentable es la capacidad de generar valor compartido con colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y sociedad para garantizar la continuidad de los negocios en el largo plazo.

Nuestra manera

Una cultura fuerte, orientada por la ética, la colaboración, la meritocracia y el respeto total a las personas:

1. Solo es bueno para nosotros si es bueno para el cliente
2. Fanáticos de la performance
3. Las personas son todo para nosotros
4. El mejor argumento es lo que vale
5. Simple. Siempre
6. Pensamos y actuamos como dueños
7. La ética es innegociable

Nuestro negocio

102-6

El motor de los negocios en 2019 fueron los seis frentes estratégicos definidos por nuestra entidad controlante. En el marco de la *mejora continua*, se puso foco en *rentabilidad*, *gestión de riesgos* e *internacionalización*. Dentro de los frentes de *transformación*, se trabaja día a día para llevar la *centralidad en el cliente*, la *transformación digital* y la *gestión de personas* a un nuevo nivel. Los clientes siempre han sido la razón de ser de nuestro negocio.

Priorizamos al cliente ubicándolo en el centro para dar una nueva mirada a los productos y procesos. La cultura digital es parte de la manera de pensar, de hacer y de soñar de nuestros equipos.

Centralidad en el cliente, cultura digital y crecimiento y desarrollo de las personas son los ejes transformacionales que marcaron el norte durante 2019; la inspiración y el estímulo para dar lo mejor.

Alianzas estratégicas

102-12, 102-13

Compromisos voluntarios internacionales:

- Pacto Global de las Naciones Unidas
- Principios de Empoderamiento de las Mujeres
- Principios de Ecuador
- Nuestra entidad controlante firmó los Principios de Banca Responsable de United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI), diseñados para alinear a los bancos con los objetivos de la sociedad expresados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y en el Acuerdo de París.

Membresías

- Asociación de Dirigentes de Marketing (ADM): www.adm.com.uy
- Consejo Empresarial de Sistema B
- Cámara de Anunciantes: www.anunciantes.com.uy
- DERES: www.deres.org.uy

Participación en directorios

Aparte de UniónCapital AFAP S.A., subsidiaria de Banco Itaú, el Banco participa en el directorio o en el consejo directivo de las siguientes organizaciones:

- Asociación de Bancos Privados del Uruguay (ABPU): www.abpu.org.uy
- BANRED: www.banred.com.uy
- Bolsa Electrónica de Valores SA: www.bevsa.com.uy
- Liga de Defensa Comercial: www.lideco.com
- POS 2000: www.pos-2000.com.uy
- VisaNet Uruguay: www.visanet.com.uy

Premios y reconocimientos

Mejor banco del año por Euromoney, Latin Finance y The Banker

Los resultados financieros y la estrategia digital fueron los puntos destacados en los tres casos.

Reconocimiento a las empresas con mejor reputación de Uruguay

En 2019 se realizó por primera vez MERCO en Uruguay e Itaú quedó en el puesto 6 de las 100 empresas publicadas.

Reconocimiento de DERES al Programa de Educación financiera

El programa de Educación financiera fue reconocido como una de las mejores prácticas que contribuyen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Estrategia de Sustentabilidad

102 -11, 102-15, 103-1, 103-2, 103-3

La estrategia de sustentabilidad está guiada por nuestro propósito de estimular el poder de transformación de las personas y se enmarca en nuestra visión de ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes.



Evolucionar desde una estrategia de sustentabilidad para el negocio, hacia una estrategia de negocios sostenibles.



Compromiso de Impacto Positivo

Nuestra entidad controlante firmó los Principios de Banca Responsable de United Nations Environment Programme - Finance Initiative (UNEP-FI). Los principios proveen a la industria bancaria de un marco de acción que incorpora la sustentabilidad a nivel estratégico, transversal a todas las áreas de negocio.

En Brasil, Itaú definió ocho compromisos de impacto positivo para orientar la perspectiva de sostenibilidad en la estrategia del negocio.

En Uruguay se generó un acercamiento con las áreas estratégicas del Banco para identificar objetivos, metas y responsables de seguimiento para cada equipo.

Los Compromisos de Impacto Positivo que se definieron a nivel local son:

- 1. Aumentar nuestro financiamiento y servicios para sectores de impacto positivo.**
- 2. Aumentar la integración de cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza en las decisiones de inversión y expandir nuestra oferta de productos y servicios para una economía más responsable y de impacto positivo.**
- 3. Aumentar la inclusión financiera para micro y pequeños emprendedores por medio de productos y servicios y mejorar la gestión financiera de sus negocios.**
- 4. Expandir el acceso a los servicios financieros y ofrecer herramientas y contenidos que apoyen decisiones financieras más saludables y adecuadas.**

5. Reforzar la transparencia de nuestros negocios además de los resultados financieros, demostrando valor para nuestros grupos de interés de forma íntegra y alineada con las mejores prácticas de mercado.

6. Promover la creación de un ecosistema financiero íntegro, ético y alineado a la agenda de desarrollo sostenible.

7. Mejorar la experiencia del empleado y promover un entorno diverso, inclusivo, saludable y con propósito.

8. Mejorar el desempeño ambiental de nuestras operaciones y promover prácticas sostenibles en las empresas proveedoras.

Gestión del área de Sustentabilidad

Orientados por el objetivo general de integrar la sustentabilidad a la estrategia del negocio, se definieron objetivos específicos con el fin de consolidar y fortalecer las bases del área de cara al cambio de estrategia:

- 1. Construir cultura de sustentabilidad**
- 2. Transparencia / Rendición de cuenta**
- 3. Desarrollar la gestión interna del área**
- 4. Profundizar y expandir el aporte del área al Banco.**

Generar cultura de sustentabilidad es la base para generar confianza sobre la estrategia de sustentabilidad y así facilitar su ejecución. Esto se logra fomentando la participación y el involucramiento en distintas instancias que permiten internalizar los temas vinculados a sustentabilidad.

Se realizaron ocho instancias de capacitación que abarcaron temáticas de orientación financiera (6), gestión de residuos y reciclaje (1) e integración de la perspectiva de género (1).

132

colaboradores capacitados (23 % de la dotación del Banco)

30

participaron en dos o más capacitaciones

418

horas de capacitación

3

horas de capacitación promedio por participante

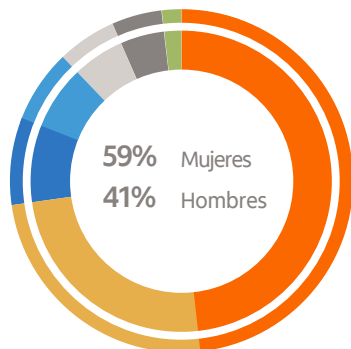
4,4*

nivel de satisfacción promedio

4,9*

mayor nivel de satisfacción: clasificación de residuos

*sobre un máximo de 5 puntos



Participantes por áreas

48%	Personas y Comercios	7%	Área Personas	1%	Gerencia General
24%	Operaciones y Sistemas	6%	Contabilidad y Control		
8%	Banca Empresa	5%	Riesgos		

Se incorporaron temas de sustentabilidad a la inducción de nuevos colaboradores y se realizaron encuentros con áreas que mostraron interés en contar con más información sobre la gestión del área.

Comunicación 102-40, 102-42, 413-1

El fortalecimiento del compromiso del Banco con sus grupos de interés y con la difusión de las acciones en temas de sustentabilidad fue un aspecto que se destacó durante el año, tanto en la comunicación interna como en la externa. Mantener un contacto fluido con nuestros grupos de interés, así como contar con canales adecuados para hacerlo, es clave para conocer las expectativas y percepciones de estos grupos acerca de nuestra actuación. Trabajamos en fortalecer y desarrollar canales y espacios de comunicación y participación.



Colaboradores

Canales de denuncia de desvíos éticos
Comités varios
Comunicaciones corporativas
Encuesta de clima "Pulso"
Eventos especiales / Desayunos
Instagram interno "somos_itaú"
Portal del Colaborador
Repositorio de datos del área de Retail
Reportes de sustentabilidad
Reuniones de áreas
Revista digital mensual (Viviendo Itaú Unibanco)
Revista digital semanal (Nuestra semana)
Sitio institucional

Clientes

Encuesta de satisfacción de clientes
Encuesta de tracking de marca
Investigaciones y encuestas de opinión
Mailings institucionales
Notas de prensa
Redes sociales
Reporte de sustentabilidad
Reuniones / Eventos especiales
Sitio institucional
Sucursales y centros de atención

Proveedores

Encuesta de satisfacción de proveedores
Mailings institucionales
Redes sociales
Reporte de sustentabilidad
Reuniones periódicas
Notas de prensa
Sitio institucional
Visitas a proveedores estratégicos

Sociedad

Redes sociales
Reporte de sustentabilidad
Reuniones con organizaciones aliadas
Notas de prensa
Sitio institucional
Suplemento de DERES

Aliados

Eventos especiales
Grupos de trabajo (DERES)
Mailings institucionales
Notas de prensa
Redes sociales
Reporte de sustentabilidad
Suplemento de DERES

Gobernanza del Área de Sustentabilidad 102-18

Desde 2016 hay un Área de Sustentabilidad liderada por la Gerencia de Marketing y Sustentabilidad que se encuentra

dentro de la Dirección Banca Personas y Comercios. El área de Sustentabilidad tiene asignada una persona responsable de implementar la estrategia del área, promover los programas y actividades con nuestros grupos de interés, y trabajar con foco en la sistematización de información e indicadores relevantes. Funciona además un Comité de Sustentabilidad compuesto por miembros de distintas áreas, incluida Gerencia General.

Programa de Orientación Financiera 203-1, 203-2, FS1

Para clientes, proveedores y comunidad

Durante el 2019 se trabajó para poner las charlas de orientación financiera al servicio de las agencias de Montevideo y del interior, como herramienta para generar diálogo y cercanía con sus clientes.

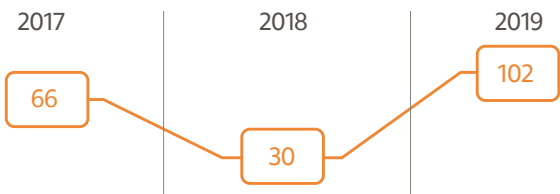
	2017	2018	2019	Total
Cantidad de participantes	176	391	184	751
Cantidad de charlas	12	23	6	41
Cantidad de voluntarios	24	34	14	72

Estamos proyectando expandir y escalar el programa a través de una plataforma que centralice los contenidos de manera digital y que permita a las personas acceder libremente a la información.

Para colaboradores

Durante 2019 se puso especial atención en ofrecer capacitaciones y talleres de orientación financiera. Se organizaron seis instancias de capacitación que abarcaron temas de finanzas personales, finanzas personales después de los 50 años y talleres para aprender a invertir. Participaron más de 100 personas, con muy buenos niveles de satisfacción.

Cantidad de colaboradores capacitados



Acciones emprendidas en el marco de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres FS1

En octubre, el Banco participó en el Foro WEPs junto con la delegación uruguaya integrada por 16 mujeres que representaron a más de 10 empresas locales.

En el marco del Programa Ganar-Ganar de ONU Mujeres se capacitó a los equipos de Comunicación Interna, Marketing y Sustentabilidad para incorporar la perspectiva de género a las comunicaciones.

Desde el Área de Calidad se validó que la información generada en las encuestas pueda analizarse desde la perspectiva de género. Para las encuestas vinculadas al producto tarjetas de crédito, se desglosaron las respuestas en función del sexo de las personas encuestadas y se encontraron diferencias significativas que sirvieron para analizar la satisfacción con el producto desde una perspectiva de género.

Programa Más Emprendedoras

Por cuarto año consecutivo apoyamos en calidad de main sponsor a Más Emprendedoras, un programa ejecutado por la Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU) que busca incrementar la competitividad de los emprendimientos femeninos en el país.

Colaboradoras de Itaú participan voluntariamente como mentoras y expositoras en las mentorías grupales e individuales del programa. Contribuimos con contenidos que enriquezcan la experiencia de las emprendedoras, promovemos la participación de expertos durante el Seminario Más Emprendedoras, y participamos como miembros del jurado durante las instancias de cierre de las mentorías grupales.

En 2019 se desarrolló una oferta comercial adaptada a las necesidades de las emprendedoras para facilitar su proceso de bancarización. Para ello se contactó telefónicamente a un grupo de emprendedoras, con el fin de mapear sus principales necesidades. Luego se definió una propuesta comercial y una ejecutiva de cuentas exclusiva para atender sus consultas.

250
participantes
en mentorías

+4900
horas de
capacitación

Compromisos voluntarios 102-12

En 2017 adherimos a las iniciativas Pacto Global de las Naciones Unidas, Principios de Ecuador y Principios de Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres. Además, desde 2018 trabajamos sostenidamente en alinear y vincular la estrategia del Banco a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Pacto Global de Naciones Unidas

Durante 2019 se realizó un mapeo de aquellas actividades que se impulsan desde el Área de Sustentabilidad para cruzarlas con los 10 principios del Pacto Global. Presentamos la segunda

Comunicación para el Progreso (COP) requerida por el Pacto Global con los avances vinculados a sus principios.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

En 2019, a partir del trabajo de Compromisos de Impacto Positivo, comenzamos una etapa de exploración desde la perspectiva del

negocio para identificar los ODS y las metas a las que contribuyen todas las áreas. El proceso se implementó en una secuencia de encuentros con el Comité Gerencial y sus equipos para identificar los ODS correspondientes a los proyectos que integran los Compromisos de Impacto Positivo locales. De este trabajo se definieron los siguientes ODS relevantes para la estrategia del Banco.



Itaú contribuye con los cinco ODS que caracterizan al sector de servicios financieros:



Para reflejar este proceso se definió vincular la materialidad con los ODS y sus metas respectivas.

Materialidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS Temas materiales	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	13 ACCIÓN POR EL CLIMA	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
Centralidad en el cliente			●							
Ciudadanía financiera			●		●					
Compromiso con la comunidad	●	●	●		●	●				●
Desarrollo de los colaboradores	●	●	●		●		●		●	●
Desempeño económico / Crecimiento e innovación			●						●	●
Financiamiento para sectores de impacto positivo			●			●		●	●	
Gestión de riesgos		●	●					●	●	
Gestión responsable de los recursos y de la cadena de suministro		●	●	●		●	●		●	
Inclusión y espíritu emprendedor		●	●	●				●		
Inversiones responsables			●						●	
Reputación Confianza Marca		●						●	●	●
Respeto y promoción de los Derechos Humanos		●			●					
Transparencia en los informes y comunicación		●					●		●	●

Objetivos de Desarrollo Sostenible, metas específicas y proyectos

El siguiente cuadro identifica los proyectos, programas, políticas y actividades de las distintas áreas de Itaú que contribuyen a metas específicas de los ODS estratégicos para el Banco.

<p>4 <small>SEGURIDAD FINANCIERA</small></p> <p>4.1 / 4.3 / 4.4 / 4.5 Programa Social de Fundación Itaú</p> <p>4.2 Programa Leé para un niño</p> <p>5 <small>EQUIDAD DE GÉNERO</small></p> <p>5.c Programa Cultural y Cursos del Centro de Capacitación de Fundación Itaú</p> <p>5.1 / 5.5 / 5.c Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de personas / Código de Ética / Estrategia de diversidad</p>	<p>5.1 / 5.5 / 5.c Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de personas / Código de Ética / Estrategia de diversidad</p> <p>5.4 Políticas de Área de Personas / Home office y horario flexible</p> <p>5.2 Código de Ética / Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos</p> <p>5.2 Ley de tercerización en contratación de proveedores</p> <p>5.5 Apoyo a Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU) y su programa Más Emprendedoras</p>	<p>8 <small>TRABAJO DECENTE</small></p> <p>8.2 Estrategia de Transformación Digital</p> <p>8.3/8.10 Programa de Orientación financiera para clientes / Ley de Inclusión financiera</p> <p>8.1 Valor económico distribuido a través de aportes y patrocinios</p> <p>8.3 Programa Cultural y Centro de Capacitación de Fundación Itaú</p> <p>8.6 Programa Social de Fundación Itaú</p> <p>8.1 Valor económico distribuido a través de remuneraciones y beneficios</p> <p>8.5 Estrategia de Diversidad</p> <p>8.8 Políticas de Área de Personas</p> <p>8.10 Programa de Orientación financiera para colaboradores</p>	<p>8.1 Valor económico distribuido entre stakeholders</p> <p>8.4 Principios de Ecuador</p> <p>8.7 Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos / Código de Ética</p> <p>8.1 Valor económico distribuido a través de pagos a proveedores</p> <p>8.3 Apoyo el emprendedurismo / Apoyo a OMEU</p>
<p>9 <small>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</small></p> <p>9.3 Contratación de PyMEs como proveedoras / Productos y servicios para segmento PyMEs</p> <p>10 <small>CONSUMO RESPONSABLE</small></p> <p>10.2 Programa de Orientación financiera / Ley de Inclusión financiera</p> <p>10.2 Programa de Orientación financiera para colaboradores / Estrategia de Diversidad</p> <p>10.3 / 10.4 Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de Personas / Estrategia de Diversidad</p> <p>10.2 Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Estrategia de diversidad</p> <p>10.3 Accesibilidad en oficinas</p>	<p>11 <small>CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</small></p> <p>11.1 Alianza con TECHO / Programa de Voluntariado Corporativo</p> <p>11.4 Programa Cultural de Fundación Itaú</p> <p>11.2 Líneas de crédito para financiar movilidad ecoeficiente</p> <p>11.6 Programa de gestión de residuos</p> <p>12 <small>ENERGÍA LIMPIA</small></p> <p>12.5/12.6 Capacitación y sensibilización en gestión ambiental / Programa de Integridad</p> <p>12.2/12.5 Programa de gestión de residuos</p> <p>12.6 Reporte de Sustentabilidad</p> <p>13 <small>VIDA DE CALIDAD</small></p> <p>13.2 Principios de Ecuador</p>	<p>16 <small>PAZ, JUSTICIA Y FUERZAS DE LEY</small></p> <p>16.4 Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo</p> <p>16.6 Reporte de sustentabilidad / Pacto global</p> <p>16.2 Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos / Código de Ética</p> <p>16.b Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Pacto Global</p> <p>16.5 Código de Ética</p> <p>16.10 Reporte de sustentabilidad / Informes y balances financieros públicos</p>	<p>17 <small>PARCERÍA PARA EL DESARROLLO</small></p> <p>17.17 Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Leé para un niño</p> <p>17.17 Pacto Global / Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Grupos de trabajo DERES / Consejo Empresarial B</p> <p>17.16 Pacto Global / Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Grupos de trabajo DERES / Consejo Empresarial B</p>

Diálogo con grupos de interés

102-40, 102-42, 102-43, 102-46, 102-47

Grupos de trabajo

DERES promueve grupos de trabajo interempresariales en torno a los ODS que implican reuniones mensuales y la generación de guías y herramientas prácticas que se difundieron en la Conferencia de los 20 años de DERES. Desde el Banco participamos durante todo el año en los grupos de Equidad de Género, Discapacidad y Consumo responsable.

Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, sociales y ambientales

102-21

Además de los canales de comunicación compartimos con clientes, colaboradores, proveedores y comunidad el desempeño social y ambiental a través de la publicación anual del Reporte de sustentabilidad. Este informe se encuentra disponible en nuestra página web y complementa la Memoria y balance, donde se publica el desempeño financiero. Constituye una herramienta clave para comunicar las políticas, prácticas y programas que impulsamos, además de las mejoras que se producen año a año.



Gobierno corporativo

El gobierno corporativo es la base fundamental para la creación de valor y el uso eficiente de los recursos. Refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, la integración y el funcionamiento de los órganos de gobierno de Itaú para generar los incentivos adecuados que protejan los intereses de la organización y de sus accionistas.

En Itaú el gobierno corporativo está integrado por la Asamblea de Accionistas, el Directorio y Comités de Auditoría y Riesgos, Comités Ejecutivos, Auditoría Interna, Direcciones y Gerencias. Así se garantiza que los asuntos sean discutidos y las decisiones se tomen de forma conjunta.



Nuestro gobierno corporativo ¹⁰²⁻¹⁸

El gobierno corporativo refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, la integración y el funcionamiento de los órganos de gobierno de Itaú; generan los incentivos adecuados para proteger los intereses de la organización y de accionistas, y buscan la creación de valor y el uso eficiente de recursos.

El gobierno corporativo se integra por la Asamblea de Accionistas, el Directorio y comités de Auditoría y Riesgos, comités ejecutivos, Auditoría Interna, direcciones y gerencias.

El Banco tiene un único accionista: Itaú Unibanco Holding S.A. (IUH). Es por eso que no cuenta con un régimen de acuerdos sociales, no tiene reglamento de asambleas de accionistas, ni ha debido adoptar medidas para fomentar la participación de otros accionistas en las asambleas celebradas en el ejercicio.

La administración del Banco está a cargo del Directorio, que se compone por

César Blaquier	Presidente
Fabiana Pascón Bastos	Vicepresidente
Boris Alfredo Buvinic Guerovich	Director
Fernando Montans	Director
Horacio Vilaró	Director
Carlos Ham	Director
Horacio Torrendell	Director Independiente.

Las personas que integran la dirección tienen las mismas funciones y facultades, salvo que:

- El presidente tiene voto doble en caso de empate.
- El vicepresidente reemplaza al presidente en caso de enfermedad, ausencia, renuncia, fallecimiento o incapacidad.
- Fabiana Pascón Bastos y Fernando Montans integran el Comité de Auditoría.
- Fabiana Pascón Bastos, Boris Buvinic y Horacio Torrendell integran el Comité de Riesgos.

La dirección tiene encomendada la función de aprobar la estrategia de riesgos y supervisar los sistemas de control y gestión. La integración y experiencia de los integrantes de la dirección asegura que esta tiene la capacidad de ejercer un juicio independiente sobre los asuntos de la institución financiera.

El Directorio vela por que las actuaciones de BIU resulten consistentes con su nivel de tolerancia al riesgo.

Sus principales funciones y responsabilidades relacionadas con la gestión de riesgos, el control interno y la adecuación de capital son las siguientes:

- Aprobar el Marco de Apetito a Riesgo
- Aprobar la estructura y las políticas de gestión de riesgo
- Identificar los riesgos mediante la revisión y el seguimiento de las exposiciones
- Formular niveles de tolerancia al riesgo mediante la fijación de límites
- Aprobar informes corporativos de riesgos, control interno y auditoría
- Evaluar estados contables
- Evaluar y aprobar eventuales distribuciones de dividendos, emisiones o aportes de capital.
- Evaluar reportes de calificadoras de riesgo
- Procurar la eficiencia, el mantenimiento, la aplicación y el funcionamiento de los sistemas de control interno
- Supervisar el cumplimiento de las normas y los procedimientos que rigen la actividad.

Durante 2019, quienes integran el Directorio se reunieron en ocho ocasiones y llevaron a cabo las siguientes actividades relativas a la gestión de riesgos:

- Consideración y aprobación del Informe anual de autoevaluación de capital
- Consideración y aprobación de la Memoria y balance anual
- Consideración y aprobación del Informe anual de gobierno corporativo y del Informe oficial de cumplimiento
- Consideración del Informe anual del Comité de Auditoría
- Consideración de los informes trimestrales generales de riesgos
- Consideración de los reportes mensuales de apetito a riesgo
- Consideración y aprobación de modificaciones a las métricas del Marco de Apetito de Riesgo
- Consideración y aprobación de políticas corporativas
- Consideración de proyectos o modificaciones regulatorias o legales de relevancia para el negocio.
- Seguimiento de la evolución de multas
- Consideración de informes del supervisor
- Consideración y seguimiento de los resultados financieros contra el presupuesto
- Monitoreo de la evolución de variables de interés del sistema financiero y de BIU en particular
- Consideración y seguimiento de eventos particulares de riesgo

La estructura organizacional garantiza una adecuada segregación de funciones y responsabilidades en el proceso de

gestión, lo que facilita el cumplimiento de las políticas de gestión de riesgos, minimizando la ocurrencia de conflicto de intereses entre las áreas comercial y financiera con las áreas responsables del control de riesgos y auditoría.

Las áreas vinculadas al monitoreo y el control de riesgos locales se encuentran segregadas de las áreas de negocio y están directamente subordinadas al director de Riesgos. La entidad controlante tiene también participación directa en el monitoreo de riesgos a través de la elaboración de reportes periódicos en conjunto con BIU.

El Directorio cuenta con dos Comités de Dirección (Comité de Auditoría y Comité de Riesgos), de acuerdo con la naturaleza de la estructura societaria, el volumen y la complejidad de las actividades y el perfil de riesgos de la entidad.



Comité de Auditoría FS9

El Comité de Auditoría está integrado por:

Fabiana Pascón Bastos	Directora y presidenta
Fernando Montans	Director y miembro
Emerson Macedo Bortoloto	Miembro

Reporta directamente al Directorio del Banco y sus integrantes se designan por períodos mínimos de dos años, con una rotación alternada, de manera tal que siempre permanezcan personas con experiencia.

Se rige por su Carta Constitutiva, aprobada en su sesión del 6 de marzo de 2008 y modificada en las reuniones del 7 de mayo de 2009, el 18 de diciembre de 2017, el 14 de junio de 2018 y el 18 de diciembre de 2019, en cumplimiento de todo lo requerido por la Recopilación de normas y control del sistema financiero del Banco Central del Uruguay en materia de gobierno corporativo.

Objetivos:

- Velar por la eficacia de los aspectos que involucran el mantenimiento, la aplicación y el funcionamiento de los sistemas de control interno, así como vigilar atentamente el cumplimiento de las normas y los procedimientos que rigen su práctica.
- Analizar las situaciones de negocios que signifiquen riesgos relevantes, es decir, aquellos a los que está expuesta la organización en el desarrollo de sus actividades y que eventualmente pudieran impedir o dificultar el logro de los objetivos estratégicos.

El Comité de Auditoría debe conocer y cumplir las orientaciones emanadas del Comité de Auditoría de Itaú Unibanco Holding S.A.,

único accionista y contralor del Banco, en tanto éstas no se opongan a las regulaciones locales vigentes.

El comité es coordinado por Auditoría Interna local. Durante 2019 se celebraron las cuatro reuniones previstas.

Responsabilidades del Comité de Auditoría:

- Vigilar el adecuado funcionamiento del sistema de gestión integral de riesgos a través de su evaluación periódica.
- Revisar y aprobar el plan anual del área de Auditoría Interna, así como su cumplimiento.
- Revisar los informes emitidos por Auditoría Interna.
- Proponer la selección, el nombramiento, la reelección y la sustitución del auditor externo, así como las condiciones de su contratación.
- Conocer del planeamiento de la auditoría externa. En caso de que existan comentarios relacionados con la naturaleza, el alcance y la oportunidad de los procedimientos de auditoría a efectuar, deberá manifestarlo en esa ocasión.
- Evaluar periódicamente el cumplimiento de las normas de independencia de auditores externos.
- Conocer los estados contables anuales y los informes del auditor externo emitidos sobre estos, así como toda otra información contable relevante.
- Revisar las recomendaciones hechas por auditores tanto internos como externos; en particular, sobre las debilidades de control detectadas, con miras a mejorar el proceso de emisión de información financiera y la respuesta de la Gerencia a esas recomendaciones.
- Mantener comunicación periódica con la Superintendencia de Servicios Financieros para conocer sus inquietudes, los problemas detectados en la supervisión del Banco, así como el seguimiento llevado a cabo para solucionarlos.
- Revisar las políticas establecidas en el Banco relacionadas con el cumplimiento de leyes y regulaciones, normas de ética, conflictos de intereses e investigaciones por faltas disciplinarias y fraude.
- Verificar el cumplimiento de las políticas corporativas definidas por Itaú Unibanco Holding S. A.
- Ser responsable de la aprobación (o recomendación al Directorio local de la aprobación) del presupuesto de la Auditoría Interna.
- Cumplir con los requisitos de gobernanza corporativa para los Comités de Auditoría establecidos en la Política Corporativa de Itaú Unibanco Holding S. A.

Auditoría Interna

El Área de Auditoría Interna reporta al Directorio a través del Comité de Auditoría. Su objetivo es dar seguridad de forma independiente sobre la efectividad del gobierno corporativo, la gestión del riesgo y el control interno.



Comité de Riesgos FS9

El Comité de Riesgos del Directorio está integrado por:

Horacio Torrendell	Presidente
Fabiana Pascón	Vicepresidente
Boris Buvinic	Secretario

Se rige por su Carta constitutiva, aprobada en la reunión de Directorio del 29 de junio de 2017 en cumplimiento de todo lo requerido por los Estándares Mínimos de Gestión para Instituciones de Intermediación Financiera vigentes a partir del 1 de julio de 2017.

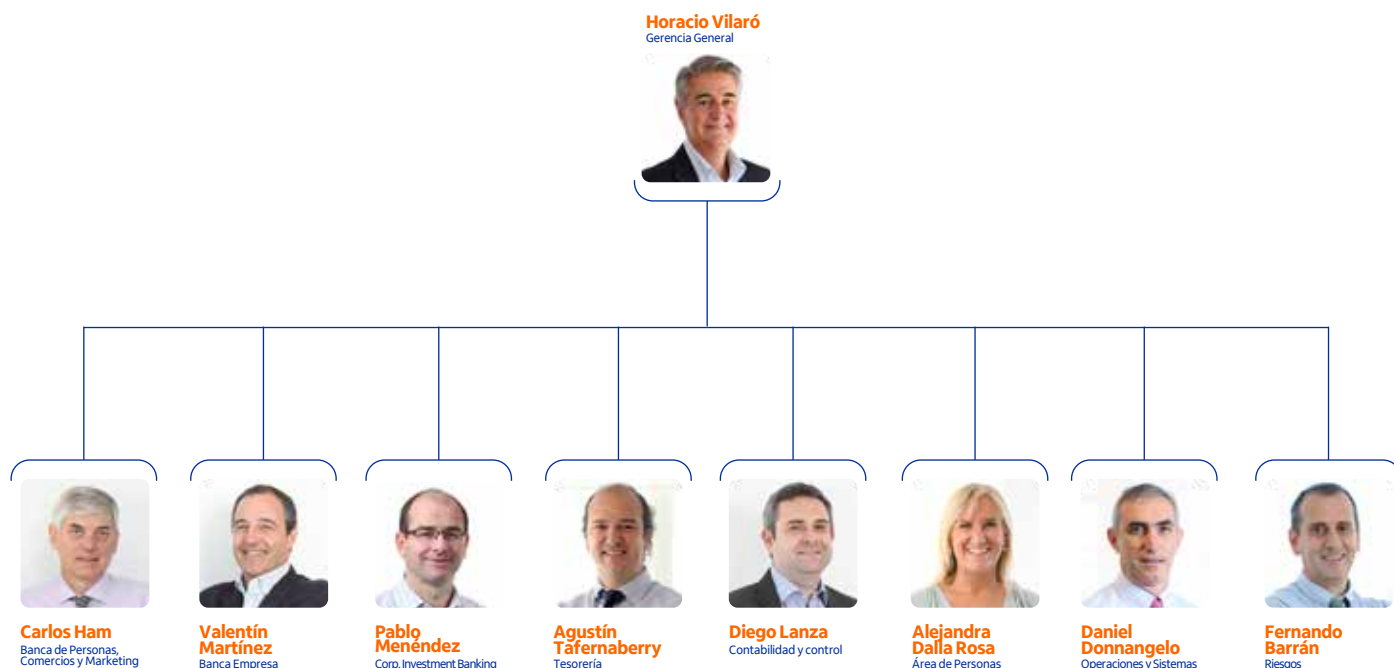
Reporta directamente al Directorio del Banco y quienes lo integran se designan por períodos mínimos de dos años, con una rotación alternada, de manera tal que siempre permanezcan personas con experiencia.

Objetivos:

- Analizar las estrategias de riesgo a nivel agregado y por tipo de riesgo y emitir las correspondientes recomendaciones al Directorio, así como sobre el apetito de riesgo.
- Revisar periódicamente las políticas de riesgo y el apetito de riesgo de la institución y sus subsidiarias cuando corresponda.
- Vigilar la aplicación por la alta gerencia de la *Declaración de apetito de riesgo*.
- Vigilar las estrategias de gestión de capital y liquidez, así como de todos los riesgos relevantes para garantizar que son coherentes con el apetito de riesgo aprobado.

Comité Gerencial

Se integra por el gerente general y directores de las distintas áreas de la organización.



Comités ejecutivos

Existe una política de gobierno corporativo que establece los principales comités del Banco. La agenda de los comités incluye temas directamente relacionados con la evaluación y la gestión de los riesgos y con el planeamiento de capital. Son integrados por gerentes, responsables directos del proceso de gestión y control de riesgos y por personal con funciones de dirección/coordinación de las áreas comerciales y financieras.

Comité de Políticas y Riesgo de Crédito:

Evalúa y analiza potenciales modificaciones de las políticas de crédito.

Comité de Crédito Banca Empresas:

Evalúa y aprueba líneas de crédito a escala local. En este comité se presentan los informes circunstanciados de créditos.

Comité de Monitoreo Banca Empresa Visión Cartera:

Analiza la evolución del portafolio de créditos, teniendo en cuenta su composición por sector de actividad, las calificaciones crediticias, la adecuación de las provisiones constituidas, la morosidad y su tendencia así como otros aspectos vinculados a la cartera de créditos.

Comité de Monitoreo Banca Empresa Visión Cliente:

Analiza y evalúa los clientes que registran operaciones vencidas con el Banco o con el sistema, clientes con sobregiros frecuentes, señales internas o externas que indican un potencial deterioro de la calidad de un crédito.

Comité de Monitoreo de Cartera de Créditos de Banca Personas y Comercios:

Analiza la evolución del portafolio por línea de negocio, producto, moneda y nivel de dolarización. Examina las calificaciones crediticias, la adecuación de las provisiones constituidas y la relación riesgo-retorno.

Comité de Cobranzas de Banca Personas y Comercios:

Realiza el seguimiento y análisis de los casos problemáticos más importantes, performance de la cartera por zafras y productos, nivel de provisiones y su adecuación con el presupuesto.

Comité de Riesgos Financieros:

Define, ejecuta y valida las políticas corporativas aplicables localmente. Realiza un seguimiento de las exposiciones de riesgo de mercado y liquidez, consumo de límites, así como eventuales excesos y sus planes de acción. Define la estrategia, los niveles de avidez y tolerancia a la exposición a riesgos financieros dentro de los límites establecidos. Evalúa el impacto de eventuales cambios regulatorios.

Comité de Riesgos Operacional:

Presenta el sistema de controles internos y riesgos operacionales, la mitigación de los riesgos operativos. Aprueba los planes de acción para las observaciones que hayan sido abiertas. Da seguimiento a dichas observaciones y a las pérdidas operacionales.

Comité de Nuevos Productos:

Genera una visión integrada del impacto del nuevo producto sobre las diferentes áreas del Banco, identificando principalmente potenciales riesgos e impactos operativos y asegurando que sean consistentes con las políticas, los procedimientos y la estrategia de la organización, así como con la regulación vigente.

Comité de Prevención de Lavado de Dinero (PLD), Prevención de Financiamiento al Terrorismo (PFT) y Conozca su Cliente (CSC):

Analiza los temas referentes al Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

Comité de Ética:

Analiza los temas relativos a ética, tanto en lo que refiere a la implementación y difusión del Código de Ética y valores de la corporación como al análisis de casos por denuncias recibidas.

Comité de Seguridad de la Información:

Analizar, evaluar y tomar decisiones sobre temas relacionados con el proceso de seguridad de la información.

Políticas que rigen el gobierno corporativo ^{FS9}

El gobierno corporativo se rige por el Código de Conducta y por políticas específicas que se revisan periódicamente.

Cada año renuevan la adhesión a políticas corporativas y al Código de Ética todas las personas que trabajan en Itaú, quienes están obligadas a seguir y respetar las normas corporativas. El proceso de renovación se realiza mediante el envío de los documentos respectivos a cada colaborador del Banco, cuya adhesión puede efectivizarse respondiendo el mail con los datos personales o firmando el documento. En 2019 adhirió el 100 % de los colaboradores.

La infracción a estas políticas podría implicar sanciones disciplinarias de acuerdo al convenio colectivo y la normativa vigente.

- Código de Ética Política Corporativa (HF05)
- Política Corporativa de Seguridad de la Información
- Política de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información (SI-32) y sus Anexos
- Política Corporativa de Prevención Contra la Corrupción (HF-22)
- Política Anti Lavado de Dinero y KYC y Prevención del Financiamiento del Terrorismo
- Política Corporativa de Integridad y Ética

Código de Ética y principios rectores

103-1, 103-2, 103-3, 205-1 - 102-16 – 102-17

El Comité de Auditoría tiene como responsabilidad revisar las políticas relativas al cumplimiento de leyes y regulaciones, normas de ética, conflictos de intereses e investigaciones por faltas disciplinarias y fraude. El Código de Ética es aprobado por el Directorio.

La ética es innegociable.

Ejercemos nuestro liderazgo de forma transparente y responsable, en compromiso con la sociedad y con las mejores prácticas de gobernanza y gestión.

El Código de Ética se sustenta en principios básicos que se aplican indistintamente a todas las personas que pertenecen a Itaú Unibanco, en Brasil y en el exterior. Su función es fomentar la reflexión sobre los valores que quieren preservarse y guiar las decisiones. Allí se encuentran los valores y comportamientos que representan a la organización, así como aquellas conductas que no se aceptan.

Identidad:

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

Interdependencia:

Interactuamos con el fin de compartir valores y acciones que lleven al bien común. Creemos que el valor compartido beneficia a todas las partes involucradas y permite que las relaciones perduren.

Buena fe:

Actuamos de buena fe y asumimos la responsabilidad por nuestros actos y elecciones. Las evidencias demuestran que la confianza genera confianza, y a veces redoblada. No hay negocio que resista sin una sólida confianza entre las partes.

Excelencia:

Mejoramos continuamente la calidad de nuestro trabajo y cultivamos ambientes motivadores que estimulen la cooperación. Para distinguirse en un mercado altamente competitivo, es necesario prestar servicios de calidad superior.

Canales de denuncia 102-17

Ante un hecho o ante la sospecha de transgresión de una directriz, ley, reglamento o norma, se exhorta a comunicar tal situación con la mayor brevedad posible.

Las denuncias se canalizan a través de Compliance y Área de Personas o a través del Comité de Ética.

El Comité de Ética actúa respetando las siguientes condiciones:

- La investigación se mantendrá en riguroso secreto.
- Se asegura el anonimato de quien así lo prefiera.
- La investigación se llevará a cabo con imparcialidad e independencia.

- No se tendrán en cuenta denuncias o acusaciones sin fundamentación consistente.
- Las denuncias o acusaciones que se hagan de mala fe, con la intención de perjudicar a quienquiera que sea, estarán sujetas a sanciones disciplinarias.
- Se prevén sanciones disciplinarias ante cualquier intento de retaliación.

Asumimos el compromiso de asegurar un canal transparente y seguro para enviar denuncias, sugerencias o comentarios relacionados con la ética y el cumplimiento de lo dispuesto en nuestro Código de Ética corporativo.



etica@itau.com.uy

complianceetica@itau.com.uy

zadpetica@itau.com.uy



Buzón de mensajes: interno 454

Nuestra entidad controlante cuenta con canales alternativos de comunicación:



Inspectoría: inspetoria@itau-unibanco.com.br

Comité de Auditoría:

comite.auditoria.iuh@itau-unibanco.com.br

Los canales del Comité de Auditoría y de Inspectoría de la entidad controlante también se aplican a todas las unidades internacionales y los colaboradores pueden contactarlos para los siguientes casos:

Casos para denunciar a través de la Inspectoría de la entidad controlante

- fraudes en los canales electrónicos;
- fraudes documentales en sus diferentes modalidades, actos de corrupción y coima,
- hurto y robo a unidades y extensiones, clientes y colaboradores
- invasiones forzadas en general
- extorsión mediante secuestro
- incidentes de seguridad de la información, física, personal y patrimonial
- desvíos de conducta de colaboradores

Casos para ser denunciados en el Comité de Auditoría

- sospechas y denuncias acerca del incumplimiento legal o reglamentario;
- fraudes y errores en las actividades desde Auditoría, Contabilidad y Controles internos.



Cultura y gestión de riesgo

Asumir y administrar riesgos, tanto en nombre propio como en nombre de clientes y accionistas, es parte fundamental del negocio de Itaú. Los resultados de la gestión de riesgos dependen de la conducta de las personas. Por eso, fomentamos prácticas que generen una cultura que profundice el entendimiento, la identificación y la mitigación de los riesgos de manera transversal a toda la organización.

Tenemos el compromiso de promover la creación de un ecosistema financiero íntegro, ético y alineado con la agenda de desarrollo sostenible, a partir de la promoción de la Cultura de Riesgos a la interna de la organización y en concientizar y capacitar en temas de Prevención de Lavado de Dinero.



Gestión de riesgo 102-15, 102-44, FS2

Tenemos el compromiso de promover la creación de un ecosistema financiero íntegro, ético y alineado con la agenda de desarrollo sostenible, a partir de promover la cultura de riesgos dentro de la organización y de concientizar y capacitar en la prevención de lavado de dinero.

El negocio de Banco Itaú Uruguay (BIU) implica asumir y administrar riesgos, tanto en nombre propio como en nombre de clientes y accionistas. Los resultados de la gestión de riesgos dependen fundamentalmente de la conducta de las personas. Entender, identificar, medir, administrar y mitigar riesgos son prácticas esenciales e inherentes a las actividades.



Delineamos un conjunto de políticas, procedimientos y metodologías que propician la identificación, la medición, el control y el monitoreo de dichos riesgos.

Apetito de Riesgo

El Marco de Apetito de Riesgo, aprobado por el Directorio, determina los niveles de tolerancia a los distintos riesgos que Banco Itaú Uruguay está dispuesto a asumir para alcanzar sus objetivos de negocio. Estos se expresan en términos de capitalización, liquidez,

resultados, diversificación y franquicia.

El apetito de riesgo está integrado en la gestión y determina lineamientos básicos de actividad, ya que establece el marco en el que desarrolla su presupuesto.

Declaración de Apetito de Riesgo

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

Principios generales de la gestión de riesgos

Nuestro modelo de gestión de riesgos se basa en principios:

Sustentabilidad y satisfacción de clientes

Nos preocupamos por generar valor compartido para quienes trabajan en Itaú, quienes nos eligen, los accionistas y la sociedad, garantizando la sustentabilidad del negocio. Hacemos negocios que sean buenos para los clientes y para el Banco.

Diversificación

Tenemos bajo apetito de riesgo por volatilidad de nuestros resultados, y por eso actuamos en una base diversificada de clientes, productos y negocios, buscando la diversificación de los riesgos a que estamos expuestos y priorizando lo negocios de riesgo menor.

Cultura de riesgos

Nuestra cultura de riesgos va más allá de las políticas, los procedimientos y procesos, y fortalece la responsabilidad individual y colectiva de colaboradores para que hagan lo que corresponde en el momento apropiado y de manera correcta, respetando nuestra forma ética de hacer negocios.

Excelencia operacional:

Queremos ser un Banco ágil, con infraestructura robusta y estable, de forma de ofrecer un servicio de alta calidad.

Evaluación de riesgos

Actuamos y asumimos riesgos en negocios que conocemos y entendemos y evitamos riesgos que no conocemos o en los cuales no tenemos ventaja competitiva, tras evaluar cuidadosamente la relación riesgo-retorno.

Ética y respeto a la regulación:

Para Banco Itaú la ética es innegociable. Promovemos un ambiente institucional íntegro, orientamos a los colaboradores a cultivar la ética en las relaciones y los negocios, así como el respeto a las normas, velando por nuestra reputación.

Identificación de riesgos.

La identificación de riesgos tiene como objetivo mapear los eventos de riesgo de naturaleza interna y externa que puedan afectar las estrategias y el cumplimiento de objetivos, con posibilidad de impactos negativos en el capital asignado y en los resultados.

La identificación de riesgos debe tratarse de forma metódica, para garantizar que todas las actividades relevantes estén identificadas y todos los riesgos catalogados.

Evaluación de los Riesgos.

Las evaluaciones de eventos de riesgo se realizan desde dos perspectivas: cuantitativa y cualitativa. En el enfoque cuantitativo se utilizan modelos para evaluar las eventuales pérdidas esperadas e inesperadas. En el enfoque cualitativo los riesgos se evalúan de acuerdo a la calidad de los procesos y a los resultados de las pruebas de controles manuales y automatizados, con planes de acción dimensionados con base en la severidad y en la probabilidad de materialización del evento para indicar el grado de exposición al riesgo.

Respuesta al Riesgo.

En los procesos de gestión de riesgos se identifican y evalúan las opciones de respuesta a los riesgos y se consideran sus efectos en la probabilidad y en el impacto del evento, con relación a la

tolerancia al riesgo y a la relación costo/beneficio. La respuesta al riesgo incluye las actividades de evitar, aceptar, mitigar, compartir o transferir el riesgo, dentro de los parámetros establecidos.

Actividades de Control.

Las actividades de control son los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos establecidos, que garantizan que las respuestas al riesgo se ejecuten efectivamente. Se refieren a una serie de actividades tales como verificaciones de aprobaciones y autorizaciones, reconciliaciones y revisiones de desempeño, seguridad de los recursos y segregación de funciones.

Información y Comunicación.

Las informaciones internas y externas relacionadas con el riesgo se comunican de forma sistemática a los diferentes niveles jerárquicos del Banco. Cada participante exige niveles diferentes de información, que varían en función del alcance de su actuación.

Monitoreo.

El proceso de monitoreo tiene el objetivo de garantizar los controles internos que están implantados y que son adecuados para las actividades de la institución. El monitoreo evalúa también los niveles de exposición al riesgo definidos.

Estructura de Gestión de Riesgo 103-1, 103-2, 103-3

La estructura de gestión de riesgos asegura que la administración tenga procesos para definir objetivos y que estos estén en línea con la misión y la visión, consistentes con el Marco de Apetito de Riesgo de la institución.

El modelo de gestión de riesgos se integra por tres líneas de defensa:

1 Áreas ejecutivas

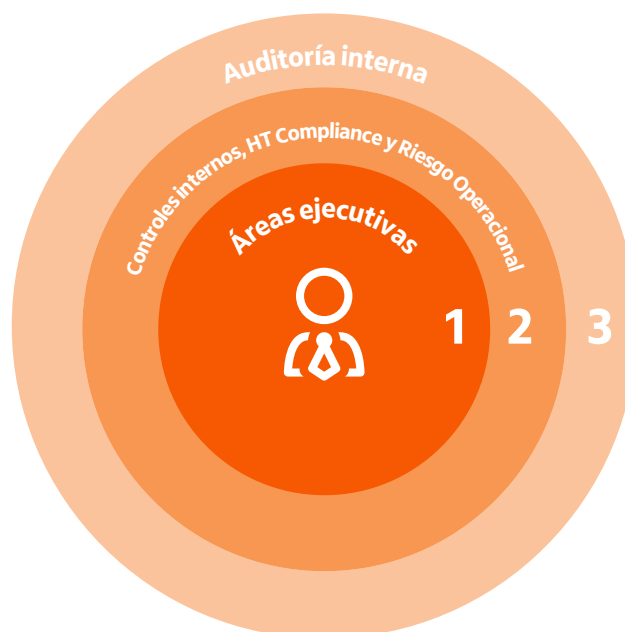
Comprenden las áreas comerciales, operativas y de soporte. Son responsables de identificar, medir y evaluar posibles riesgos y de implementar planes de acción para redireccionar procesos y controles ineficientes.

2 Áreas de la Dirección de Riesgos

Son responsables de desarrollar y generar metodologías, sistemas, herramientas e infraestructura para estructurar el gerenciamiento de riesgos. Dan soporte a la primera línea de defensa y se encargan de diseminar la cultura de riesgos y controles internos.

3 Auditoría Interna

Es un área independiente de la Dirección de Riesgos, encargada de evaluar la eficiencia y eficacia de los procesos de manera independiente a través de la aplicación de controles complementarios.



Desde el Área de Riesgos, junto con Banca Empresa y Corporate Investment Banking, se asumió el compromiso de aumentar el financiamiento y los servicios para sectores de impacto positivo, lo que implica realizar una primera revisión de las industrias locales para definir los sectores de impacto positivo relevantes de Uruguay, así como formar a los equipos en temas de evaluación social, ambiental y de gobernanza.

Se trabajará en adoptar y aprobar localmente la política corporativa de riesgos y oportunidades socioambientales y, en paralelo, identificar a quienes puedan elegirnos dentro de la cartera con vistas a generar oportunidades de negocio de impacto positivo. Para llevar adelante este compromiso es prioritario generar acercamiento y alianzas con quienes desarrollan acciones clave en el sector público, a fin de poder escalar el impacto.

Gerenciamiento de riesgos

102-15, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, FS2, FS4

1

Riesgo de mercado

El riesgo de mercado se deriva del riesgo de pérdidas resultantes de la oscilación en los valores de mercado de las posiciones mantenidas por la institución, así como su margen financiero, e incluye los riesgos de las operaciones sujetas a variación de las cotizaciones de las monedas, tasas de interés, precio de acciones y precios de mercadería. Los principales riesgos de mercado en Banco Itaú son los que se desprenden de los riesgos de tasa de interés y tipo de cambio. El proceso de gestión del riesgo de mercado consiste en administrar y controlar dichos riesgos.

2

Riesgo de liquidez

Se genera cuando las reservas y disponibilidades de una institución no son suficientes para honrar sus obligaciones en el momento en que ocurren, como consecuencia del descalce de plazos o de volumen entre los pagos a realizar y los posibles ingresos de fondos, sin afectar sus operaciones diarias y sin incurrir en pérdidas significativas. El proceso de gestión de este riesgo está orientado a preservar y reforzar la estabilidad, la flexibilidad y la diversidad de fondos.

3

Riesgo de crédito

Se deriva de las operaciones que generan derechos directos y contingentes con determinada contraparte (deudor) y surge de la posibilidad de que el deudor no cumpla con sus obligaciones crediticias en las condiciones pactadas. El Banco divide la gestión de este riesgo en dos grandes áreas, Banca Empresa y Banca Personas y Comercios, y para llevarla a cabo utiliza un amplio conjunto de herramientas que se engloban en políticas, sistemas de información y comités, entre otras.

4

Riesgo operacional

Es definido como la posibilidad de que ocurran pérdidas a consecuencia de fallos, deficiencias o falta de adecuación de procesos internos, personas y sistemas, y también de eventos externos. Contempla el riesgo legal asociado a la falta de adecuación o deficiencia en contratos firmados, así como a las sanciones en virtud de incumplimientos de disposiciones legales y a las indemnizaciones por daños a terceros como resultado de las actividades desarrolladas por la institución.

5

Riesgo reputacional

Es el impacto actual y futuro sobre las ganancias y el patrimonio que surgen de una valoración negativa de la institución por parte del público, así como el riesgo de incumplir con las expectativas razonables de las partes interesadas sobre el desempeño y el comportamiento de la organización. El Banco ha desarrollado iniciativas para la gestión del riesgo reputacional que comprenden a sus principales grupos de interés: clientes, colaboradores, proveedores, comunidad y regulador, entre otros.

6

Riesgo de cumplimiento

Es el riesgo presente y futuro de que las ganancias o el patrimonio de la entidad se vean afectados por violaciones a las leyes, regulaciones, estándares y prácticas de la industria o estándares éticos. El riesgo de cumplimiento también aparece en situaciones en que las leyes o regulaciones que rigen ciertos productos o actividades bancarias son ambiguas o no han sido debidamente probadas. Este riesgo expone a la institución a multas, penalidades civiles monetarias, pago de daños y cancelación de contratos. Puede llevar a reducir el valor del negocio, limitar sus oportunidades, reducir la expansión potencial y la capacidad de mejorar los contratos.

7

Riesgo de seguridad de la información

Se define como la posibilidad de sufrir daños o pérdidas derivados de vulnerabilidades vinculadas con la gestión de la información. Estos acontecimientos pueden derivarse de la pérdida, la modificación o la divulgación de información, o de la pérdida de acceso a la información. Banco Itaú tiene un fuerte foco en los controles destinados a evitar la fuga de información, mediante la realización de controles preventivos de diferentes acciones o actividades. Con el objetivo de asegurar la continuidad de las operaciones en eventuales situaciones extremas originadas por diferentes motivos, se dispone de un plan de contingencia que incluye un sitio de contingencia con un sistema de replicación activa.

8

Riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

Refiere a la posibilidad de pérdida o daño que puede sufrir una entidad al ser utilizada directamente o a través de sus operaciones como instrumento para el lavado de activos o la canalización de recursos hacia la realización de actividades terroristas, o cuando se pretenda el ocultamiento de activos provenientes de dichas actividades. En Itaú hemos implementado un Programa de Prevención de Lavado de Dinero conformado por los siguientes elementos:

- Políticas y procedimientos
- Sistemas y procedimientos de monitoreo
- Designación de un oficial de cumplimiento
- Supervisión y gerenciamiento
- Capacitación
- Evaluaciones periódicas

9

Prevención de delitos financieros

Tenemos políticas y procedimientos que establecen requisitos mínimos para aceptar una nueva relación: Política Anti Lavado de Dinero; Conozca a su Cliente y Política de Prevención del Financiamiento del Terrorismo.

Cultura de riesgo 102-44, FS4

Asumimos riesgos conscientemente

Evaluamos todos los tipos de riesgo que pueden impactar en nuestras operaciones, así como procuramos conocer y entender los riesgos existentes e identificar de forma proactiva y estructurada aquellos que pueden surgir a corto, mediano y largo plazo.

Somos gestores de riesgo

Somos responsables, individual y colectivamente, de los riesgos de los negocios que proponemos, administramos o controlamos, independientemente del cargo, el área o la función. No actuamos aisladamente; mantenemos informada a la gerencia; colaboramos con las áreas de negocio, soporte y control, sin delegar la responsabilidad en lo que refiere a la gestión de riesgos.

La cultura de riesgo de Banco Itaú se basa en cuatro principios:



Discutimos riesgos

Fomentamos que se comparta información relevante que brinde la oportunidad de hacer una gestión de riesgos más eficiente, por medio de debates internos donde se discute abiertamente sobre los riesgos y el apetito de riesgo.

Actuamos sobre los riesgos

Mitigamos de forma sistémica los riesgos que superen el apetito previamente definido. Para ello actuamos directamente sobre la raíz de los riesgos de forma asertiva y simple, respetando los principios éticos, las reglas internas y externas de la corporación, y priorizando siempre la perdurabilidad de la organización.

El Programa de Cultura de Riesgo tiene como objetivo profundizar el tema en todas las áreas, ya que es uno de los focos de mejora continua y un tema transversal en la organización. El Programa impulsa diversas actividades, como capacitaciones presenciales, cursos virtuales y campañas de comunicación interna, dirigidas a concientizar y sensibilizar a colaboradores sobre la importancia de su rol en la gestión de riesgos y brindarles herramientas que les permitan administrar mejor los riesgos inherentes al negocio del Banco.

En el marco del Programa Cultura de Riesgo se llevó adelante la Trilha Digital, un *e-learning* completo sobre los distintos tipos de riesgo a los que se enfrentan en su actividad diaria quienes trabajan en Itaú.

Se llevó adelante también el Programa de Integridad Corporativa sobre Ética, Seguridad de la Información, Prevención de Fraudes, y Sustentabilidad. Estos cursos transmiten y fortalecen los valores y principios que nos destacan y llenan de orgullo, para seguir actuando de manera ética, transparente y responsable.

En paralelo se realizaron capacitaciones sobre ambiente de control en temas de cultura de riesgo y prevención de fraudes, comunicaciones y una charla de nuestro director de Riesgos sobre apetito de riesgos.



Capacitaciones

Cultura de Riesgos

504

colaboradores

Seguridad de la información

403

colaboradores

Sustentabilidad

406

colaboradores

Prevención de lavado de dinero

412

colaboradores

Integridad y ética

409

colaboradores

Programa de prevención de lavado

103-1, 103-2, 103-3, 205-2, FS4

Tenemos un fuerte compromiso con el cumplimiento de las leyes, la normativa y los estándares aplicables en lo referente a la prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo, así como para impedir fondos ilegítimos o destinados a financiar actos terroristas. Para ello se ha implementado un Programa de Prevención de Lavado de Dinero (en adelante, Programa de PLD) conformado por los siguientes elementos:

1) Políticas y Procedimientos

Se han implementado políticas y procedimientos para cumplir los requerimientos normativos locales y los estándares corporativos que establecen requisitos mínimos al aceptar una nueva relación y mientras esta se mantenga. Las políticas están alineadas con las directrices corporativas.

2) Proceso de Conozca a su Cliente (CSC)

El proceso de CSC provee la información necesaria para entender y conocer las actividades de los clientes y, consecuentemente, establecer parámetros que permitan detectar comportamientos inusuales, lo que permite cumplir con las leyes y regulaciones que obligan a las instituciones financieras a reportar actividades sospechosas o inusuales.

Organización de riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

Los roles y las responsabilidades varían según la línea de negocios o el área de Itaú, del colaborador y de su función. Las áreas de negocios son las responsables de recolectar, verificar y mantener actualizada la información, y de detectar operaciones inusuales o sospechosas.

Compliance es la responsable de determinar la dirección estratégica del Programa PLD, definir su implementación y establecer las herramientas necesarias para su cumplimiento, no solo bajo la difusión y el entrenamiento sobre las políticas y los procedimientos aplicables, sino también asistiendo a las áreas comerciales y supervisando el cumplimiento de los estándares establecidos.

Itaú ha designado un oficial de Cumplimiento responsable del desarrollo, la implementación y la actualización del Programa de PLD.

Existe un Comité que se reúne mensualmente, donde se analizan las operaciones inusuales y se realiza un seguimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero.

Capacitaciones

Hemos implementado un programa de capacitación periódica para las personas del equipo de Compliance y para las áreas comerciales, de soporte y operaciones. Este programa de capacitación busca asegurar que las personas que trabajan en Itaú estén en conocimiento de las políticas y los procedimientos, de los cambios normativos y de sus responsabilidades en lo que se refiere a la prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

El equipo de Compliance participa al menos una vez al año en cursos o talleres de actualización vinculados a temas de prevención de lavado de dinero o financiamiento del terrorismo. Para las áreas comerciales o las personas responsables con relación directa con clientes se coordinan capacitaciones presenciales y cada dos años se imparte una capacitación general a través de e-learning o campañas de comunicación. Quienes ingresan deben realizar dentro de los 60 días un e-learning completo que contiene una evaluación final obligatoria.

En total 49 personas realizaron esta capacitación y aprobaron el examen final exigido.

Evaluaciones periódicas 103-3, 205-2, FS4

Periódicamente se realizan revisiones a efectos de verificar el cumplimiento de las políticas y los procedimientos. Se verifica el cumplimiento de las directrices establecidas en la Política PLD/CSC y la Política de Embargos. Los resultados de estas pruebas de control son reportados al Comité PLD/CSC y a la Superintendencia de Controles Internos y Compliance de la entidad controlante. Asimismo, el Programa de PLD se revisa y ajusta periódicamente a efectos de reflejar los cambios normativos y corporativos en la materia, los cambios en los negocios y las tendencias nacionales e internacionales en lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

A partir de 2019 se incorporaron a los programas de revisiones periódicas los diagnósticos de riesgo operacional (DRO). El Programa de PLD es objeto de revisiones anuales tanto por Auditoría Interna como por quienes auditan externamente y por el regulador.

Contexto regulatorio

103-1, 103-2, 103-3

Circular 2311.

En diciembre de 2018 se publicó la Circular 2.311 que introduce modificaciones en la normativa de prevención del uso de las instituciones supervisadas para el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Esta circular tiene como objetivo adecuar la normativa existente en consonancia con las disposiciones contenidas en la Nueva Ley Integral de Lavado de Activos, 19.574, y su modificativa a los efectos de mejorar la implementación de las recomendaciones aprobadas por el Grupo de Acción Financiera (GAFI) y sus notas interpretativas.

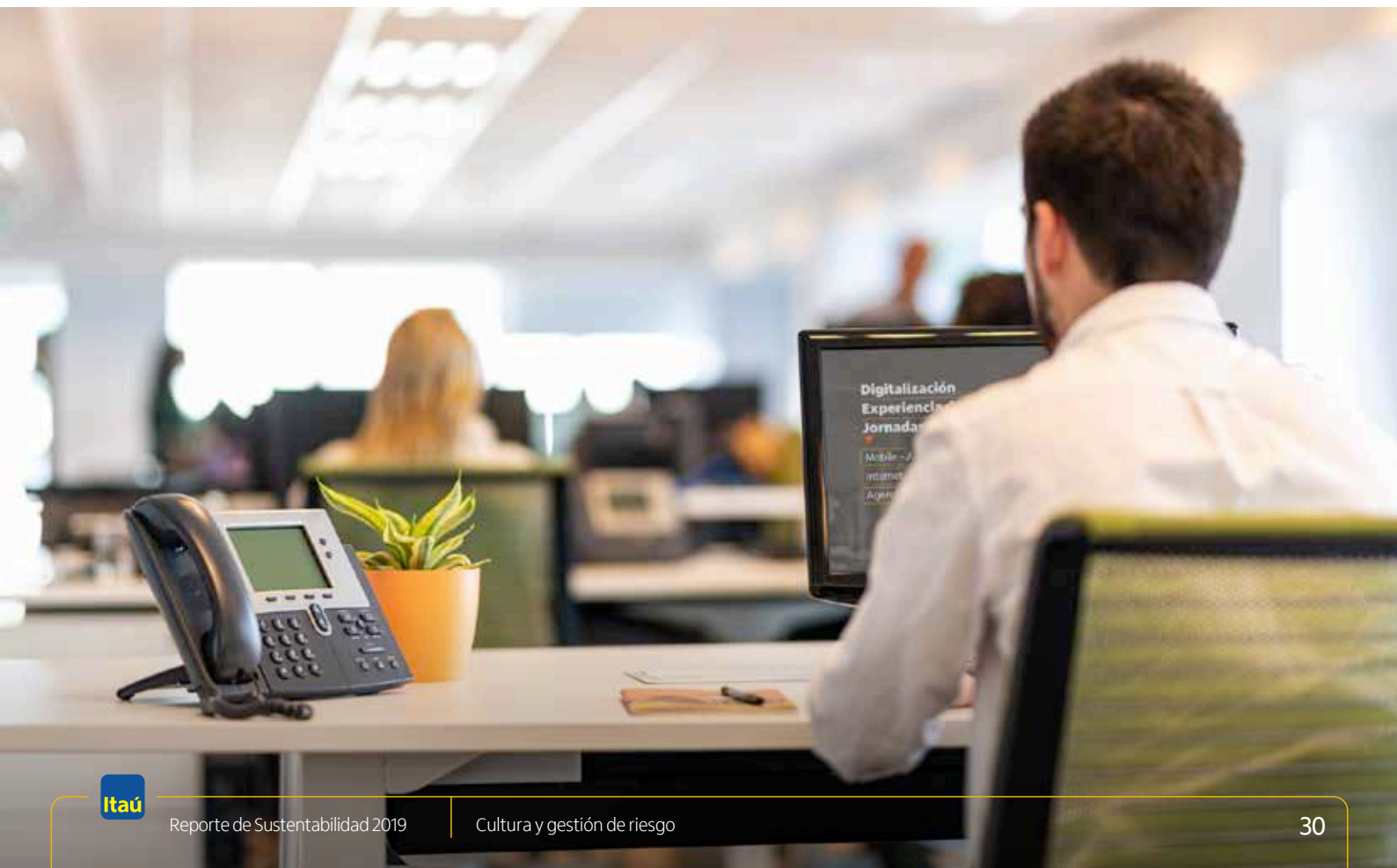
Tercerizaciones.

Se publicaron la Circular 2337 y la Comunicación 2020/016 con el nuevo régimen para autorización de tercerizaciones. Se debe solicitar autorización expresa a la SSF para la contratación de terceros en servicios inherentes al giro, cuando el servicio es prestado por terceros radicados en el extranjero o cuando el tercero está en Uruguay pero el servicio se presta en el extranjero. Asimismo, se debe contar con políticas y procedimientos que permitan monitorear los riesgos asociados a la tercerización.

Protección de Datos Personales.

El 21 de febrero se publicó el Decreto 64/020 que reglamenta:

- el ámbito territorial de la Ley de Protección de Datos Personales 18331 (en adelante, LPDP);
- las medidas de seguridad y el mecanismo de notificaciones en caso de vulneraciones de seguridad;
- las medidas de responsabilidad proactiva que deben asumir quienes son responsables y encargados de tratamiento;
- las funciones y los requerimientos para la designación de delegados y delegadas de protección de datos personales respecto de determinadas entidades, y las sanciones aplicables.





Rentabilidad sostenible

102-40, 103-1, 103-2, 103-3

Para reforzar la transparencia y la confianza de nuestros grupos de interés, asumimos el compromiso de rendir cuenta sobre los resultados financieros de manera íntegra y alineada a las mejores prácticas de mercado.

2019 fue un año marcado por avances significativos en nuestros resultados. El crecimiento de ingresos vino acompañado de una gestión controlada de costos y de aumentos importantes en nuestras carteras de crédito y de depósitos, sin grandes aumentos en los riesgos asociados a estos crecimientos.

Una rentabilidad sostenible nos permite seguir invirtiendo en mejores soluciones y productos para nuestros clientes. La digitalización y automatización de procesos y todo el desarrollo de la Banca Digital siguen de forma totalmente prioritaria en nuestra agenda estratégica. Seguimos brindando innovaciones al mercado, como por ejemplo, la ampliación de nuestro portfolio de derivados financieros.

En el año, el valor económico creado fue de \$11.624 millones.

A seguir, presentamos versiones resumidas de los Estados de Resultados y del Balance Patrimonial del banco en los ejercicios de 2018 y de 2019, así como algunos indicadores relevantes para la gestión de nuestro negocio.



Evolución de los negocios 102- 7, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

En 2019 se demostró nuevamente la capacidad que tiene Itaú de generar beneficios para la sociedad, sus clientes, accionistas y colaboradores. El ritmo de negocios sigue creciente y sostenible. El estado de resultados mostró una utilidad neta de \$ 5.167 millones de pesos, un incremento del 36 % respecto al ejercicio anterior. Expresadas en dólares, las utilidades netas llegaron a USD 147 millones, presentando un crecimiento de 18% en relación al año anterior. El producto bancario neto de provisiones creció 17 % con relación

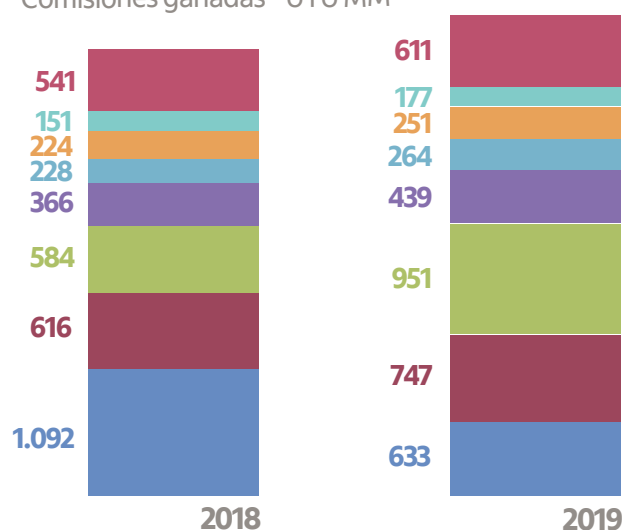
al año anterior, llegando a \$ 9.174 millones, destacándose el crecimiento de 20% en el Margen Financiero.

Por la dinámica de sus negocios y de la propia economía uruguaya, el Banco también oscila parte de sus resultados según el movimiento de la moneda norteamericana. La fuerte depreciación del peso uruguayo de 15,3 % en el año (frente a 12,6 % en 2018) contribuyó al resultado de diferencia de cambio de activos y pasivos de \$ 1.910 millones (\$ 1.163 millones en 2018). El Resultado del Ejercicio, excluyendo los resultados por variación cambial, presentó un crecimiento de 25% en relación al año anterior.

Estado de resultados contable para el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de: (datos expresados en millones de pesos uruguayos)

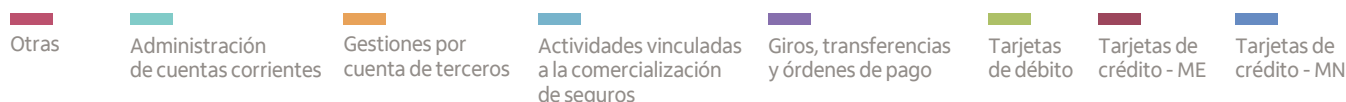
	2018	2019	variación	%variación
Margen Financiero	6,048	7,242	1,194	20%
Margen por Servicios	1,652	1,692	40	2%
Previsiones (deterioro de activos financieros)	(586)	(655)	(69)	12%
Diferencia de cambio por operaciones	740	895	155	21%
Producto Bancario Neto de Provisiones	7,854	9,174	1,320	17%
Resultados por variación cambial (Posición m/e)	1,163	1,910	747	64%
Resultado Bruto	9,016	11,084	2,068	23%
Costos	(4,497)	(5,000)	(503)	11%
Resultado Operativo	4,519	6,084	1,565	35%
Resultados Extraordinarios	8	(51)	(59)	-746%
Resultado del Ejercicio antes de IRAE	4,527	6,033	1,505	33%
IRAE (Impuesto a la Renta de las Actividades Económicas)	716	866	150	21%
Resultado del Ejercicio	3,811	5,167	1,355	36%
Resultado del Ejercicio sin res. por variación cambial	2,832	3,531	699	25%

Comisiones ganadas - UYU MM



Margen Financiero: el margen financiero bruto, que incluye operaciones con clientes del Sector No Financiero y del Sector Financiero, llegó a \$ 7.242 millones en 2019, con un crecimiento de 20% en relación al año anterior, destacándose los crecimientos en operaciones con el Sector No Financiero, debido a mayores volúmenes de Créditos y Depósitos, que crecieron 17,6% y 17,4%, respectivamente.

Margen de Servicios: las comisiones ganadas netas de comisiones perdidas alcanzaron \$ 1.692 millones, presentando un crecimiento de 2% en relación al ejercicio anterior, destacándose los crecimientos en comisiones de Tarjetas de Crédito en el Exterior y comisiones de Tarjetas de Débito en Moneda Local, debido a mayor cantidad de transacciones, compensados, en parte, por las menores Comisiones de Tarjetas de Crédito en Moneda Nacional.



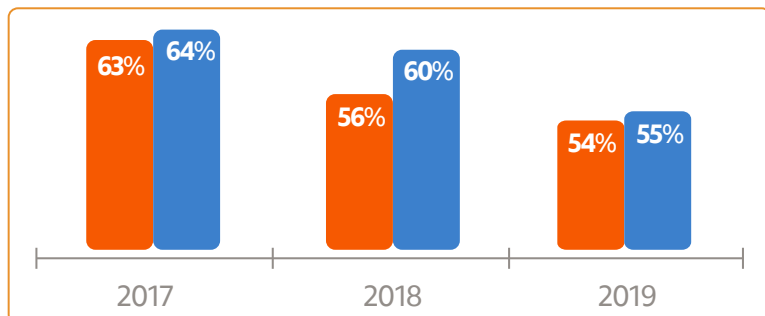
Costos: los gastos operacionales alcanzaron \$ 5.000 millones en 2019, un crecimiento de 11% en relación al año anterior, reflejo sobretodo de aumentos de 9% en los gastos de personal y de 21% en los gastos relacionados a inversiones en tecnología, equipos de computación y comunicaciones, alineados a nuestro eje estratégico de Transformación Digital.

Con los ingresos creciendo anualmente más que los costos (+17% vs +11%), seguimos mejorando la eficiencia de nuestras operaciones. El índice de eficiencia, medido por la división del volumen de costos por los ingresos, bajó de 56 % a 54 % en 2019, manteniéndose en niveles inferiores a los observados en el resto del sistema financiero.

Índice de eficiencia

Costos/ingresos

■ Itaú
■ Sistema financiero

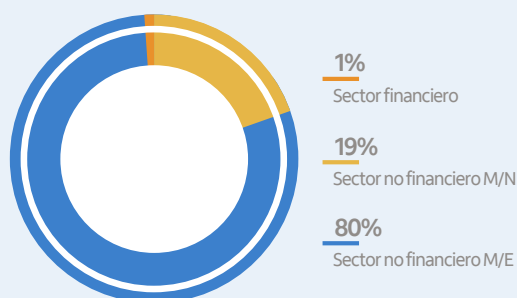


Relaciona los ingresos obtenidos con los gastos necesarios para conseguir dichos ingresos durante un período determinado. Es decir, mide cuánto debe gastar el Banco para obtener una unidad de ingreso (costos/ingresos). Por lo tanto, una entidad será más eficiente cuanto más bajo sea este porcentaje.

Balance patrimonial contable (en millones de pesos uruguayos)

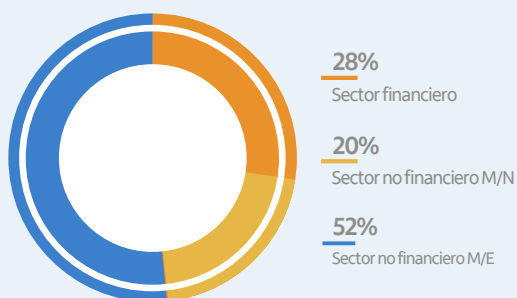
	dic - 18	dic - 19	variación	% variación
TOTAL ACTIVO	144.032	174.664	30.632	21,3%
Disponible	36.355	39.912	3.557	9,8%
Valores para inversión	16.117	24.504	8.387	52,0%
Créditos netos de provisiones	88.825	106.493	17.668	19,9%
Créditos sector financiero	23.302	29.468	6.166	26,5%
Créditos sector no financiero	65.522	77.025	11.502	17,6%
Otros créditos	955	1.162	208	21,7%
Inversiones	628	963	335	53,3%
Bienes de uso	751	1.235	484	64,5%
Intangibles	402	396	-6	-1,5%
TOTAL PASIVO	129.464	157.115	27.651	21,4%
Depósitos	125.817	147.583	21.766	17,3%
Sector financiero	1.257	1.379	122	9,7%
Sector no financiero	124.561	146.204	21.643	17,4%
Otras	3.647	9.532	5.885	161,4%
PATRIMONIO	14.567	17.549	2.982	20,5%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	144.032	174.664	30.632	21,3%

Distribución de depósitos



Nuestro Balance Patrimonial presenta como una de sus fortalezas estructurales la gran base de Depósitos de clientes del Sector No Financiero, que representaron el 93% de los pasivos en 2019 y un crecimiento de 17.4% en el año, alcanzando \$ 146.204 millones. 80% de los depósitos son en Moneda Extranjera.

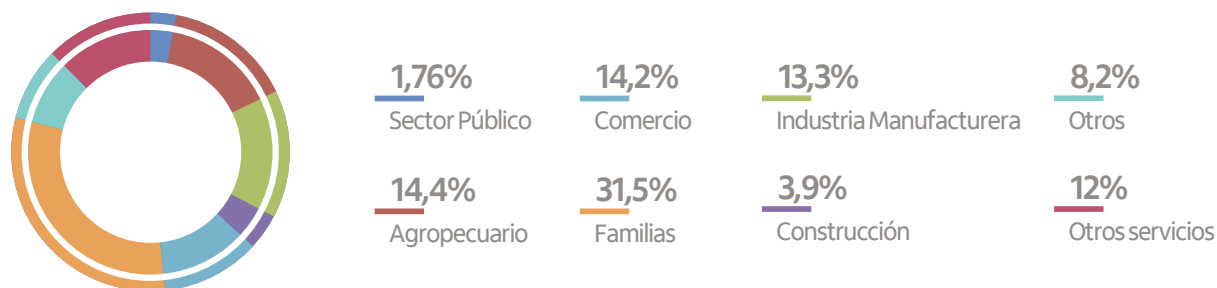
Distribución de créditos



Los activos alcanzaron \$ 174.664 millones en 2019, un crecimiento de 21.3% en relación a los \$ 144.032 millones del ejercicio anterior. Los Créditos Netos de Provisiones crecieron \$17.668 millones en el año, llegando a \$ 106.493 millones (un crecimiento de 19.9% en relación al año anterior).

52% de los Créditos fueron concedidos al Sector No Financiero en Moneda Extranjera, 20% en Moneda Nacional a ese mismo perfil de clientes y 28% al Sector Financiero.

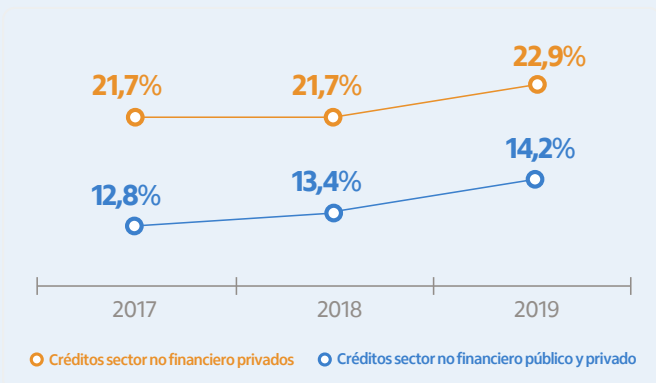
Destino de los créditos al sector no financiero por sector de actividad F6



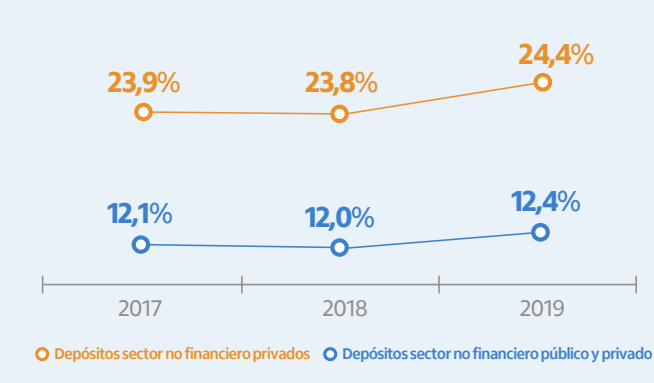
68% de la cartera de Créditos al Sector No Financiero fueron concedidos a empresas y Personas Jurídicas, siendo los sectores Agropecuario, Comercio e Industria Manufacturera los más representativos. Las carteras de crédito y depósitos, tanto de personas físicas como jurídicas, presentaron crecimientos por encima del mercado, aumentando nuestra relevancia en el mercado financiero uruguayo. Los créditos para el sector no financiero netos de provisiones crecieron 17,6 % y los depósitos para este mismo segmento crecieron 17,4 % en el año.

Participaciones de mercado de Itaú Uruguay

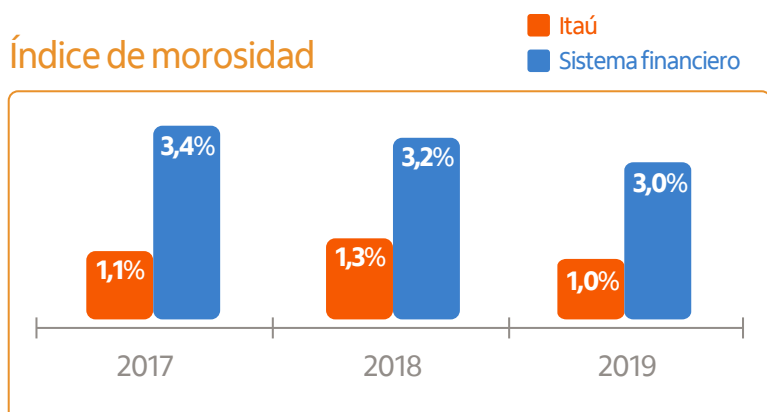
Créditos al sector no financiero



Depósitos del sector no financiero



Índice de morosidad



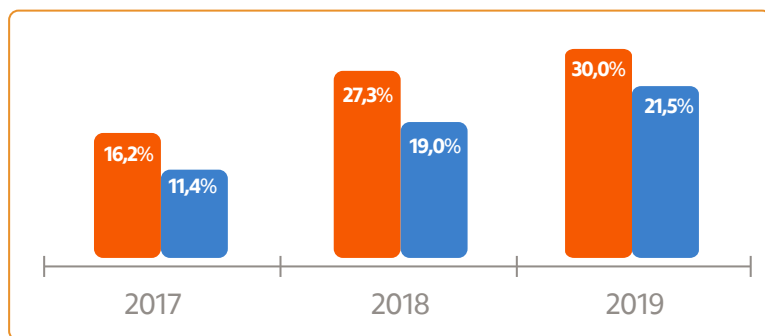
El crecimiento fue acompañado por una gestión criteriosa de la cartera de créditos, que presentó niveles de morosidad bastante por debajo del promedio del sistema (1% versus 3%).

El índice de morosidad nos indica qué porcentaje del total de los créditos otorgados por el banco están vencidos. Se consideran préstamos al sector no financiero vencidos aquellos préstamos con atrasos mayores o iguales a 60 días.

ROE (Return on equity)

Utilidades netas/ Patrimonio neto

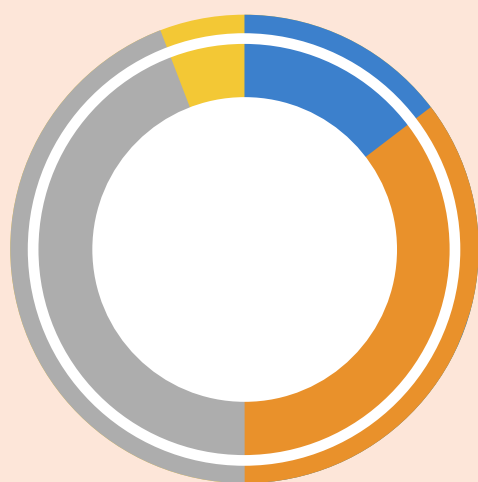
■ Itaú
■ Sistema financiero



La Rentabilidad de nuestro negocio, medida por las Utilidades Netas en relación al Patrimonio Neto fue de 30% en 2019 (versus 27.3% en el año anterior)

Es un indicador financiero que mide el rendimiento del capital. Indica la rentabilidad obtenida por el Banco sobre sus recursos propios (su patrimonio). Cuanto mayor sea el ROE, mayor será la capacidad que tiene la empresa de generar valor para sus accionistas.

Resultado del período F6



17%

Banca Empresa

33%

Banca Personas y Comercios

43%

Tesorería + variación cambiaria

7%

Administración de fondos previsionales

Las utilidades netas del año se distribuyen entre los siguientes segmentos de negocio, un reflejo de nuestro posicionamiento como banca universal en Uruguay: 43% para Tesorería (incluyendo el resultado por variación cambiaria), 33% para el segmento de Personas y Comercios, 17% para Banca Empresa y 7% para la Administración de Fondos Previsionales (UniónCapital AFAP).

Para mayor información los invitamos a conocer los estados financieros completos, disponibles en http://www.bcu.gub.uy/Servicios-Financieros-SSF/Paginas/buscador_Registros.aspx

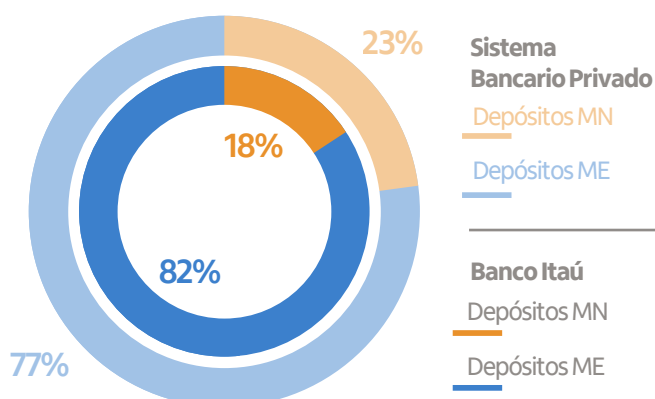
Estructura de fondeo y liquidez

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

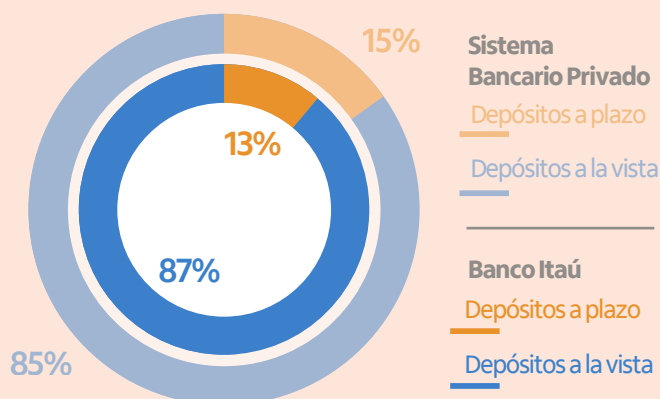
1. Gran concentración en moneda extranjera: el 77 % del total de los depósitos de los bancos privados es en moneda extranjera.
2. Gran concentración en depósitos a la vista: el 85 % del total de los depósitos de los bancos privados es a la vista.

Itaú Uruguay tiene un 82 % del total de su fondeo (depósitos) en moneda extranjera, un 87 % a la vista y un 14 % de no residentes. Si bien la alta concentración de los depósitos es a un día, presentan alta estabilidad, incluso durante las crisis de los últimos veinte años.

Depósitos M/E vs Depósitos M/N



Depósitos a la vista vs Depósitos a plazo



Además, poco más del 50 % de esos depósitos son utilizados para préstamos al Sector No Financiero; el restante se invierte tanto en depósitos de corto plazo en instituciones financieras de primer nivel, como en activos de alta calidad que tienen liquidez diaria. Esto explica que Itaú sea muy líquido en moneda extranjera.

Para la gestión de liquidez en moneda nacional, Itaú emite certificados de depósitos en unidades indexadas a largo plazo, con el propósito de no depender de la liquidez del momento de mercado y brindar una base sostenible a los depósitos en moneda nacional, así como dar correcto cumplimiento a las métricas de exigencias de liquidez (Liquidity Coverage Ratio y Net Stable Funding Ratio).

Acciones concretas de *Trading & Sales*



Ofrecemos a nuestros clientes distintos instrumentos financieros para minimizar los riesgos a los que se exponen y contribuimos a una economía más responsable y sostenible.

Implementamos acciones para cubrir riesgos financieros vinculados a la operativa de los clientes que puedan impactar negativamente tanto en sus empresas como en sus cadenas de valor:

Préstamos en moneda extranjera con hedge: Ofrecemos la posibilidad de los clientes contrataren préstamos en moneda extranjera con liquidación en dólares. Es una manera de financiar y cubrir las cuentas a cobrar de los clientes en el exterior en monedas que no son USD (BRL, ARS, etc.).

Forwards¹ (Fwds): Ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de comprar o vender a futuro según las necesidades que tengan. Hay clientes que hacen hedge de sus cuentas a pagar, de sus importaciones, de la deuda, del patrimonio, etc. En 2017 operábamos 20 millones de dólares por año y en 2019 cerramos operaciones por un volumen de 135 millones de dólares.

Derivados de commodities: En 2019 aprobamos este nuevo instrumento financiero para que los clientes puedan cubrir, además del riesgo de cambio, el riesgo de precio de algunos activos que tienen como insumo o producto final.

Por primera vez un banco comercial en Uruguay operó derivados financieros de commodities por USD 500.000 con clientes del sector no financiero.

Sin duda es una herramienta que ayuda a la sostenibilidad de los negocios de los clientes, especialmente para los vinculados al sector agropecuario, cuya producción y rentabilidad puede verse afectada por los precios de los commodities.

Workshops: En noviembre tuvo lugar el primer workshop para clientes del equipo de Agronegocios. Se lanzó el producto y el primero de una serie de eventos que se están alineando con los contenidos del Programa de Orientación Financiera del Banco, de manera de contribuir a la educación financiera del sector.

¹Forwards se traduce al español como 'futuros' o 'contratos a plazo'. Es una práctica financiera para cubrirse ante distintos tipos de riesgos.

Valor creado para la sociedad ^{201-1, F6}

Una forma alternativa de analizar los resultados del año, es presentar el valor generado por nuestros negocios a los diversos sectores involucrados en sus actividades.

En 2019, el valor económico creado fue de \$ 11.624 millones.

Esto representa los ingresos del banco antes de distribuirlos entre sus distintos stakeholders.

De ese valor, \$ 2.906 millones fueron retenidos por el Banco y reinvertidos en el negocio.

Los restantes \$ 8.718 millones fueron distribuidos entre nuestros principales stakeholders:



\$ 1.314 millones sociedad

distribuidos a través de impuestos y aportes a la comunidad a través de donaciones



\$ 3.198 millones colaboradores

distribuidos a través de remuneraciones, beneficios e incentivos a nuestros colaboradores.



\$ 2.262 millones accionistas

distribuidos a través de dividendos a nuestro accionista



\$ 1.944 millones otros

distribuidos entre prestadores de servicios y otros sectores

Destakes ¹⁰²⁻⁷

A fines de 2019 el Banco atendía a aproximadamente 437 mil clientes, + de 15 mil clientes más que en 2018, lo que representa un crecimiento del 3,6%.

Durante 2019 tres nuevas agencias (Unión, Goes y Bulevar) se transformaron al modelo de agencias modernas sin caja, lo que llevó a seis el total en Montevideo con dicho formato. El modelo transformacional iniciado en 2017 alcanzó al cierre del año a la tercera parte de las agencias de la capital, y está prevista una nueva migración para inicios de 2020.

Los activos alcanzaron el equivalente a USD 4.678 millones, comparados con USD 4.447 millones a fines del 2018. La participación de mercado en activos en el sistema financiero privado local alcanzó 24,8%, que supera el 24,1% del cierre de 2018.

Los créditos al sector no financiero, netos de provisiones, totalizaron el equivalente a USD 2.063 millones, comparados con USD 2.022 millones a fines del año anterior, lo que implica un aumento de 2,0%. Itaú se mantuvo segundo entre los bancos privados por esta métrica, y es la única institución privada que aumentó su cartera de créditos en su equivalente en dólares.

Los depósitos medidos en dólares crecieron a USD 3.915 millones; a fines del 2018 sumaban USD 3.845 millones.

Tarjetas de crédito: durante 2019 mantuvimos el liderazgo por participación de mercado en el total de consumos con tarjetas de crédito de los sellos Visa y MasterCard.

Perspectivas 2020

Las expectativas para el futuro son seguir creciendo, potenciando la marca y brindando a los clientes nuevos productos y servicios que hagan que su experiencia con el Banco sea más ágil y sencilla. Para ello, se trabaja en entender las necesidades de los clientes y ofrecerles, cada vez más, formas de interacción con el Banco consistentes con el nuevo mundo digital.

A fines del año pasado proyectábamos crecimientos importantes en nuestros volúmenes de negocios, con variaciones estimadas por encima de la inflación para las carteras de créditos y depósitos. Estos crecimientos se darían por la ampliación de la relación con clientes existentes, pero también con la incorporación de nuevos clientes, sobre todo personas jurídicas y comercios.

Seguiríamos con inversiones en nuestra plataforma digital, principalmente con la ampliación de la Agencia Digital y desarrollos relacionados con medios de pago electrónicos. Las inversiones en mejores soluciones para los clientes vendrían acompañadas de acciones de revisión y automatización de procesos, en orden a seguir mejorando la eficiencia operacional.

A pesar de que todavía no conocemos los efectos finales de los eventos ocurridos en todo el mundo en la primera mitad del 2020, vinculados con la pandemia de COVID-19, no cambiamos nuestros objetivos de largo plazo, enfocados en la centralidad del cliente, en la experiencia de colaboradores y en el proceso acelerado de transformación digital. Los proyectos estratégicos imaginados para el año siguen al ritmo planeado, con ajustes relativos a las circunstancias.

En estos primeros meses del año se tomaron medidas adicionales de emergencia y contingencia, que refuerzan el rol de Itaú como parte de la solución de esta crisis:

- inmediata reorganización de las personas que trabajan en Itaú para el teletrabajo, para garantizar al mismo tiempo su salud y la disponibilidad de nuestros productos y servicios por canales digitales;
- acción tempestiva de diferimiento y renegociación de cuotas para aquellos clientes que lo necesitaban;
- gestión con reguladores para medidas de liquidez y nuevas líneas de crédito para el sistema;
- crecimiento de la cartera de crédito, que incluye líneas especiales con garantía del programa SIGA Emergencia para micro y pequeñas empresas.



**Compromiso
de Impacto
Positivo**

Transparencia en los informes y comunicación

En el marco de los compromisos de impacto positivo, en la Dirección de Contabilidad y Control recae la responsabilidad de la transparencia en los informes y comunicación, que consiste en reforzar la transparencia de nuestros negocios y la integridad de los resultados financieros, resaltando el valor para nuestros stakeholders de forma integral y alineada con las mejores prácticas de mercado.

Para remarcar el primer año de este compromiso público, se propuso trabajar de manera más cercana y conjunta con el Área de Sustentabilidad para:

- difundir información financiera y no financiera relevante sobre los negocios de la empresa, de manera simple, clara y objetiva, permitiendo que nuestros stakeholders tomen decisiones más eficientes;
- integrar continuamente y de manera consistente cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza que sean relevantes para el mercado en nuestras principales prestaciones de cuentas;
- coordinar la publicación de memorias y reportes para facilitar la información integrada;
- iniciar el camino de medir el impacto del Banco desde la perspectiva de la Evaluación B;
- profundizar en la comunicación interna del Reporte para seguir trabajando la cultura de sustentabilidad.

Entidades incluidas en los estados financieros consolidados

102-45



UniónCapital AFAP S. A. (en adelante UniónCapital) es una empresa administradora de fondos de ahorro previsional propiedad de Banco Itaú Uruguay S. A.

En sus estados contables individuales, el Banco contabiliza su inversión en UniónCapital en moneda nacional por su valor patrimonial proporcional. En cumplimiento de las normas contables del BCU, se presentan también los estados contables consolidados del Banco con UniónCapital.

Al cierre de 2019 contaba con 89 colaboradores y más de 311 mil afiliados, para quienes administraba ahorros por un valor equivalente a USD 2.493 millones, con participaciones de mercado de 21,6 % en afiliados y 16,5 % en fondos bajo manejo.

La Ley 19.162 estableció la división del Fondo de Ahorro Previsional en dos subfondos: de Acumulación (para afiliados hasta 54 años) y de Retiro (para afiliados de 55 años en adelante).

La rentabilidad anual del Subfondo de Acumulación de los afiliados de UniónCapital fue de + 3,37 % en unidades reajustables, mientras que la del sistema fue de + 3,95 %.

Por su parte, la rentabilidad anual del Subfondo de Retiro de los afiliados de UniónCapital fue de + 2,35 % en unidades reajustables, mientras que la del sistema fue de + 2,45 %.

Las afiliaciones voluntarias en el año fueron 15.538, lo que significa el logro de la mayor participación de mercado del sistema, con 29,9 %. El crecimiento respecto a las afiliaciones voluntarias de 2018 fue de 19 %, frente a un 1 % de la competencia. La fuerza de ventas aumentó en un asesor previsional, con lo que llegó a 43.

UniónCapital continuó siendo la AFAP privada con menor comisión global (24,06 % sobre el aporte) —es decir, incluyendo la prima de seguro colectivo de invalidez y fallecimiento— y con el mayor valor cuota del mercado. La Ley 19.590 estableció una reducción gradual de la comisión de administración de las AFAP, lo que determinó que, luego de un período de transición que culminará en abril de 2020, en ningún caso esta podrá superar en 50 % la comisión menor del sistema.

A partir de esta misma ley, continuaron registrándose desafilaciones de los denominados cincuentones. Durante el año, se desafilieron 1.151 trabajadores afiliados a UniónCapital, de un

total de 11.333 que se desafilieron de las cuatro AFAP. Las transferencias del Fondo de Ahorro Previsional de UniónCapital al fideicomiso de BPS totalizaron en 2019 \$ 2.224.240.581 (\$ 480.308.971 del Subfondo de Acumulación y \$ 1.743.931.611 del Subfondo de Retiro).

Desde 2011 la empresa certifica anualmente su Sistema de Gestión de Calidad, conforme a la norma UNIT-ISO 9001:2008. En 2019 se renovó la certificación UNIT ISO 9001:2015 y la certificación ISO 27.001:2013 (Seguridad de la Información). Asimismo, desde 2014 se certificó la accesibilidad de las áreas Comercial, Servicio al Cliente, Recepción y Sala de Reuniones de planta baja, de acuerdo a la norma UNIT 200:2013.

En 2019 continuaron las actividades de la Asociación Nacional de AFAP, ANAFAP, integrada por todas las AFAP de capital privado. Las publicaciones realizadas hasta la fecha son:

- Cambios en el mercado de fondos de pensiones en Uruguay: ¿hacia dónde se dirige y qué se podría hacer?
- Ahorro previsional voluntario: una oportunidad de mejora para el sistema previsional uruguayo.
- Esquemas de multifondos: una propuesta para Uruguay.
- Competencia en el mercado de las AFAP: impacto de las nuevas regulaciones.
- Los límites de inversión de las AFAP en activos alternativos y las buenas prácticas para el gobierno corporativo de los fideicomisos financieros en Uruguay.



Visanet Uruguay fue creada el 18 de octubre de 1996 y Banco Itaú Uruguay S. A. es uno de sus nueve accionistas. La participación de estos accionistas es reflejo de la participación de estas en los negocios realizados mediante la tarjeta VISA. La participación a diciembre de 2019 se determinó a partir del volumen de ventas entre el 1 de octubre de 2017 y el 30 de setiembre de 2018. La participación de Banco Itaú Uruguay en CUMPSA es de 30,9915 %, lo que lo ubica como el accionista con mayor participación en la empresa.

Visanet Uruguay fue constituida con el propósito de brindar servicios a las empresas relacionadas a través de la tarjeta de crédito VISA. Estos servicios se definen básicamente dentro del rol de adquirente, el cual comprende el mantenimiento de toda la relación con los comerciantes y el procesamiento de los cupones de venta.

Las actividades que realiza son las siguientes:

- afiliar en forma exclusiva a los comercios en el Uruguay al sistema VISA y promover el uso de los productos VISA en dichos

comercios;

- atender, procesar y canalizar al emisor de los productos VISA las solicitudes de autorización de transacciones formuladas por los comercios;
- procesar los comprobantes de venta VISA depositados en los comercios y resolver los posibles reclamos presentados por los comercios;
- realizar otras actividades que se estimen necesarias y convenientes para el adecuado desarrollo de los productos VISA.



La Bolsa Electrónica de Valores del Uruguay S. A. (BEVSA) fue constituida el 15 de enero de 1993. Comenzó sus operaciones el 5 de setiembre de 1994 y cuenta actualmente con 13 instituciones financieras públicas y privadas de plaza como accionistas. La participación de BIU es del 7,69%.

Su objetivo principal es proveer a sus accionistas y a terceros del soporte necesario para que puedan realizar eficazmente, y desde diferentes lugares, transacciones con valores mediante mecanismos de subasta pública y operaciones en el mercado de dinero y cambios.

- En el mercado de cambios se transan todos los instrumentos vinculados a la compraventa de moneda y billetes, mediante operaciones de contado, operaciones a término, operaciones con

liquidación diaria de diferencias y operaciones sujetas a retroversión futura, swaps de monedas.

- En el mercado de dinero se transan los préstamos interbancarios en moneda nacional y extranjera.
- En el mercado de valores se transan todos los instrumentos autorizados por el Directorio de BEVSA y autorizados por el Banco Central del Uruguay a tener oferta pública de acuerdo a la Ley 16 749 del Mercado de Valores y Obligaciones Negociables.



Rias Redbanc (Banred) es la red de cajeros automáticos más importante del país. Itaú es uno de los cuatro accionistas, con un 25% del capital, y cuenta con un total de 60 cajeros automáticos.

La compañía mantiene una plataforma tecnológica actualizada permanentemente, orientada a brindar comodidad y accesibilidad a los tarjetahabientes, haciendo de la operación de sus terminales una experiencia segura.

Además, presta servicios en el área de transferencia electrónica de valores e información de alta calidad y bajo costo para satisfacer las necesidades de las entidades financieras participantes y sus clientes.



centralidad en el cliente

102-2, 102-6, 102-7, 102-43, 103-1, 103-2, 103-3, FS4

Los clientes son la razón de ser de Itaú y su satisfacción está en el centro de nuestra propuesta de valor. Las personas ya no nos comparan solamente con empresas del sector financiero, sino con empresas líderes de distintas industrias. Por eso, el concepto de centralidad en el cliente es clave para impulsar los cambios necesarios que nos permitan superar sus expectativas.

Buscamos ofrecer soluciones y experiencias innovadoras que faciliten el día a día y los negocios de quienes nos eligen. Eso es lo que mueve a nuestros equipos y lo que nos permite construir relaciones a largo plazo, garantizando calidad, innovación y seguridad. Así impulsamos el desarrollo de nuestros clientes e incentivamos el crecimiento de la sociedad y del país.



La centralidad en el cliente se concentra en la experiencia para evolucionar los productos, los procesos y la satisfacción en torno a sus necesidades.

1. Queremos ser una empresa 100 % centrada en el cliente; actuar internamente en la transformación del comportamiento y evolucionar en la medición de net promoter score (NPS) y la retroalimentación.
2. Trabajamos en el rediseño de procesos para facilitar la vida del cliente simplificando productos y mejorando la eficiencia.
3. Buscamos la mejora continua de la experiencia del cliente en cada una de sus interacciones con el Banco.

Estamos trabajando en tres frentes estratégicos:

1. Transformar la experiencia de clientes.
2. Vivir el poder de lo digital.
3. Estimular el poder de transformación de las personas.

Banca Personas y Comercios 102-2, 102-6, FS6

Durante 2019 se registró nuevamente un crecimiento de volumen de clientes personas físicas.

Crecimiento 2019

+18mil clientes de pago de sueldos	+5mil clientes personas físicas	22mil nuevas tarjetas de crédito	519 millones de millas Volar canjeadas, 70% + que en 2018
--	---	--	--

Atendemos los segmentos de personas físicas y pequeños comercios combinando la atención presencial en sucursales con una variedad de soluciones digitales.



74%
de los clientes con cuenta utilizan canales digitales para gestionar sus operaciones.

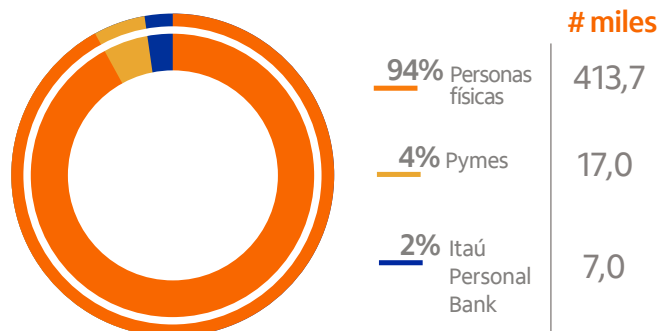
Buscamos ofrecer servicios que se ajusten a las necesidades de cada cliente, con beneficios exclusivos y atención diferenciada. Nuestra variedad de productos y servicios abarca cuentas corrientes, cajas de ahorro, tarjetas de crédito, préstamos y distintos productos para financiamiento, seguros, inversiones y una amplia gama de beneficios exclusivos para nuestros clientes. Continuamos incentivando el uso de canales digitales tanto al momento de la captación de nuevos clientes como con acciones sobre la base de clientes preexistentes.

7 principios que guían nuestra gestión:

1. Conocemos y entendemos a nuestros clientes.
2. Priorizamos a los clientes en la toma de decisiones.
3. El problema del cliente es mi problema.
4. Encantar al cliente es responsabilidad de todos.
5. Innovamos, testeamos con nuestros clientes y aprendemos rápido de nuestros errores y aciertos.
6. Comunicamos de forma clara, simple y transparente.
7. Reconocemos y recompensamos por la satisfacción de clientes.

Hoy nuestros clientes ya no nos comparan solamente con empresas del sector financiero, sino con empresas líderes en satisfacción de clientes.

Nuestros clientes



Itaú Personal Bank

El área de Itaú Personal Bank está conformada por oficiales especialistas en productos de inversión con foco en la atención personalizada. Se destaca el flujo de clientes referenciados desde sucursales a esta área del negocio.

Pymes

El área continúa su transformación de cara a potenciar, retener y rentabilizar a sus clientes mediante una atención global y especializada.

+17mil

clientes atendidos en este segmento durante 2019

+400

nuevos clientes

Plataforma Pymes Digital

En junio de 2019 se creó la nueva Plataforma Pymes Digital, con una estructura de team leader, 2 oficiales de relación y backup, y una cartera de 300 clientes pymes por oficial, lo que totaliza 600 clientes asignados. Esta estructura busca brindar al cliente una propuesta con valor agregado, tanto en atención y tiempos de respuesta como en enfoque comercial y satisfacción de clientes.

Ciclo de charlas para Pymes

Desde 2015 se lleva a cabo el ciclo de charlas para pymes Open House, en conjunto con el IEEM (Escuela de Negocios de la Universidad de Montevideo), en el marco del Programa de Orientación Financiera para Clientes. El principal objetivo de esta actividad es ofrecer a empresas del segmento clientes de Itaú herramientas que contribuyan a la gestión diaria de sus organizaciones. De esta forma se busca sumar valor y fortalecer el vínculo con nuestros clientes.

+500

clientes participaron desde 2015

+60

empresas participantes en 2019

100%

califica la iniciativa como muy buena o excelente

100%

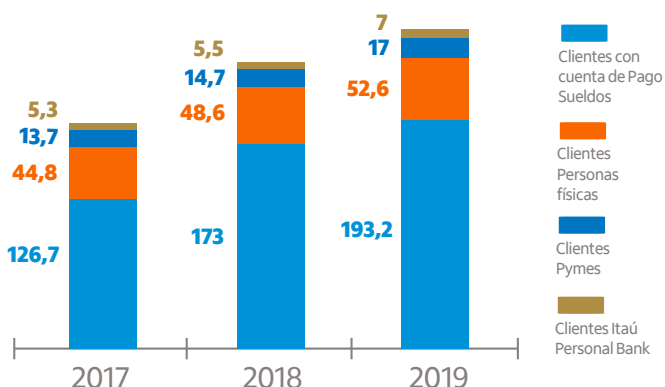
volvería a participar

Evolución del negocio

102-2, 102-7, 103-3, 201-1

La evolución del negocio en Itaú se caracteriza por seguir una estrategia de crecimiento orgánico que combina la captación de nuevos clientes y la fidelización de clientes actuales. Dicha evolución se refleja en el aumento sostenido de clientes a lo largo de los últimos años.

Evolución cantidad de clientes de los últimos tres años (en miles)



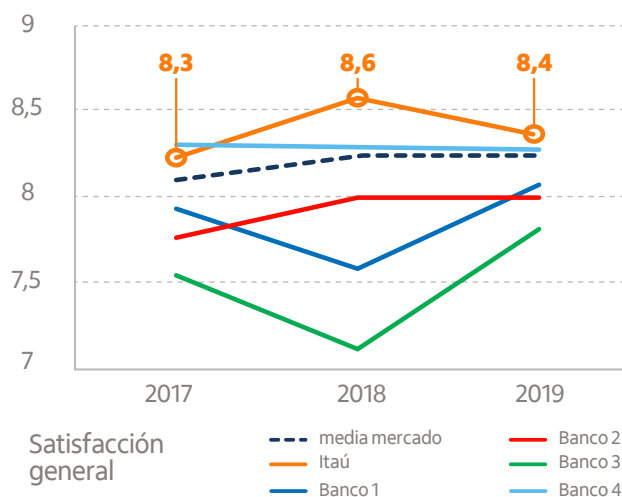
Satisfacción de clientes

102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3

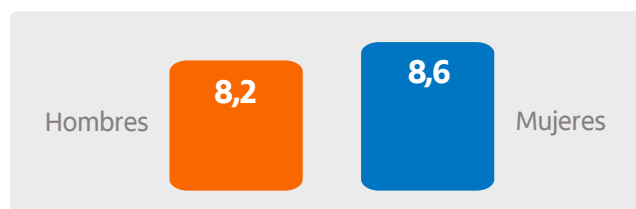
Queremos ser líderes en satisfacción de clientes y performance sustentable, con foco en la búsqueda continua de la excelencia en la atención y en la calidad del servicio.

Los resultados de las encuestas regionales y por canales digitales de los diferentes segmentos muestran resultados destacados en términos tanto de promedios de satisfacción como de NPS, los cuales incluso superaron los niveles alcanzados en encuestas previas.

Anualmente se realiza una encuesta de satisfacción para clientes personas, liderada por una empresa internacional. Durante 2019, el banco mantiene su liderazgo en Satisfacción General y de Recomendación, aunque estos indicadores bajan respecto al año anterior. Se identificó la oportunidad de abrir determinados indicadores por género y se planea profundizar más al respecto en el próximo año.



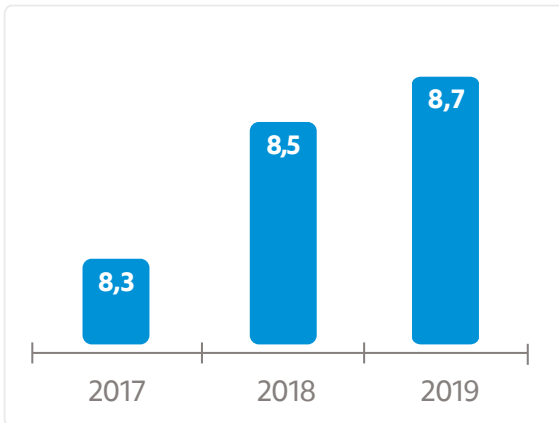
Satisfacción general por género



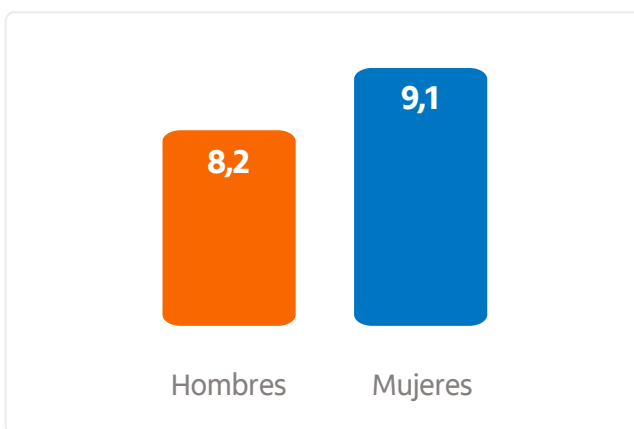
Satisfacción Itaú Personal Bank

Itaú Personal Bank muestra una mejora en la satisfacción general y ocupa el primer lugar entre los bancos uruguayos que tienen segmentos de alta renta.

Satisfacción general Itaú Personal Bank



Satisfacción general por género

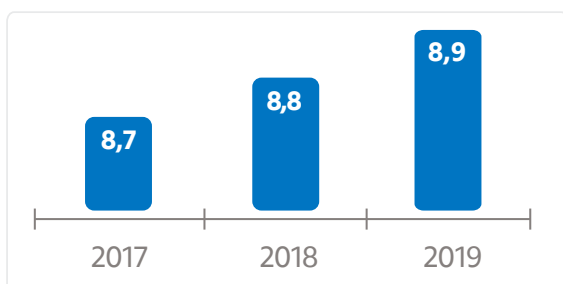


Satisfacción Pymes

La encuesta de satisfacción para clientes pymes es realizada por una investigadora de mercado nacional vía telefónica a una selección de 350 establecimientos comerciales clientes de Itaú con un mínimo de seis meses de antigüedad y con al menos una cuenta en el Banco.

En 2019 se alcanzó el mayor valor de NPS desde que se mide con un 72% de nivel de recomendación, así como el mayor nivel de satisfacción cuya nota promedio fue de 8,9.

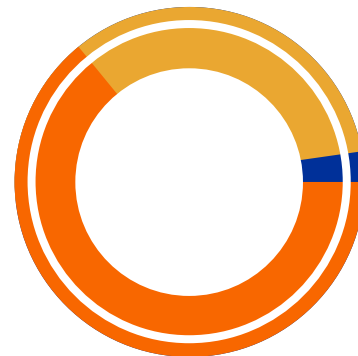
Se cuenta con un 68% de clientes encantados y se destacan como principales indicadores de satisfacción la amabilidad en el trato y la calidad y el conocimiento de quienes los atienden. Como oportunidad de mejora se identifica la atención telefónica.



Gestión de reclamos y atención al cliente

102- 43, 102-44

Los reclamos pueden ser generados por errores u omisiones de Itaú, de otros bancos y/o de clientes. En todos los casos el banco realiza la investigación correspondiente y gestiona la solución en caso de que corresponda, para dar respuesta al cliente.



Casos por tipo
Total: 18.265

463	Queja
11.331	Reclamo
6.471	Solicitud

Los principales temas de reclamos fueron:

- 1. Desconocimientos de gastos.** Compras hechas con tarjetas de crédito que el cliente indica no haber realizado. Abarca casos de fraudes, clonaciones, entre otros.
- 2. Giros enviados.** Transferencias realizadas a otros bancos. En 2019 se debió principalmente a las modificaciones en la conformación de números de cuenta de otros bancos de plaza que generaron inconsistencias en los datos de envío.
- 3. Dinero no dispensado.** Retiros de dinero en cajeros automáticos en los que no se dispensa el monto solicitado.

El foco principal del área de Calidad fue reducir las incidencias recurrentes y mejorar los tiempos de respuesta de aquellos reclamos que no requieren intervención de agentes externos al Banco. En aquellos casos en que la resolución del reclamo dependió de la gestión interna el 87,74% fue cerrado antes de los 15 días mejorando el indicador un 23% respecto año anterior.



18.265
casos atendidos



88%
se resolvieron
antes de los 15 días

Proyecto: Tracking de tarjetas

Uno de los principales puntos de mejora que surgen de nuestras encuestas de satisfacción es la entrega a domicilio de tarjetas de crédito y débito. Renovamos el sistema de tracking de tarjetas para mejorar la experiencia del cliente al momento de recibir una renovación o una tarjeta nueva.

Productos destacados durante 2019

102-2

Pago de sueldos

Se incorporaron más de 18 mil clientes de pago de sueldos. Seguimos focalizando en el segmento de pago de sueldos la oferta de Itaú Alimentación para profundizar las relaciones existentes y captación de nuevos convenios con empresas, superando la captación de más de 9 mil nuevos usuarios de dicho instrumento en casi 160 convenios acordados.

Itaú Alimentación se consolida como un diferencial en el mercado, alcanzando sus consumos casi el 12% del share del mercado de dinero electrónico de alimentación (en comparación al 7% del año previo).



Activos

Generamos ofertas de crédito que atiendan las diferentes necesidades de clientes, para que puedan desarrollar sus proyectos de manera viable.

Durante 2019 la originación de activos tuvo el segundo mejor registro de la última década, totalizando USD 116 millones en créditos otorgados en el año.

Tarjetas de crédito

El Banco mantuvo el liderazgo por participación de mercado durante 2019 en total de consumos con tarjetas de crédito de los sellos Visa y MasterCard.

Migración del procesador de MasterCard

Durante 2019 se realizó la migración del procesador de las tarjetas de crédito MasterCard a OCA, para consolidar la operativa de los dos sellos con los que opera Itaú en la Corporación.

Entre otras mejoras, la migración permite que los usuarios accedan a mayores funcionalidades y en consecuencia a un mejor servicio.

Nuevas formas de pago

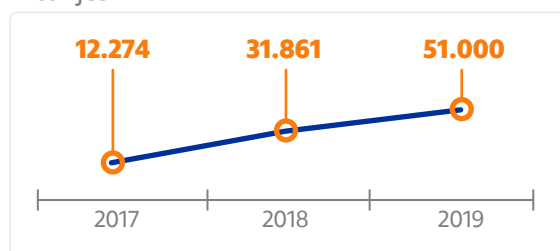
En línea con la estrategia de transformación digital y las tendencias mundiales, el banco está desarrollando nuevas aplicaciones para facilitar a los clientes la manera de realizar pagos mediante herramientas digitales.

Volar

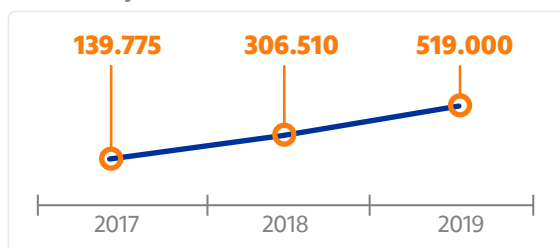
El programa de millas Volar de Itaú es uno de los pilares para la satisfacción de clientes, con un portafolio de más de 191.000 personas.

En 2019 se canjearon 519 millones de millas Volar (un 70% de incremento respecto al año previo) en más de 51 mil canjes (60% de aumento comparado con 2018).

canjes



millas canjeadas (#miles)



Seguros

Los seguros ofrecidos en Itaú se dividen en voluntarios y vinculados a créditos.

Los voluntarios cuentan con el respaldo de empresas de primera línea como Mapfre, Metlife, Porto Seguros, Sura y Universal Assistance. Las líneas de seguros ofrecidas son vida, finanzas, hogar+vehículos y viajes.

Los seguros vinculados a créditos son los que dan cobertura de vida a los titulares de tarjetas, préstamos amortizables, préstamos hipotecarios.

23.804 pólizas en 2019, año récord en venta de seguros voluntarios



Compromiso de Impacto Positivo

El área de Banca Personas y Comercios asumió el liderazgo de los compromisos Ciudadanía financiera e Inclusión y emprendedurismo. Se realizó un mapeo de los proyectos en curso y planificados para el año a fin de adaptarlos y fortalecerlos en esta línea. Dentro de Inclusión y emprendedurismo buscamos aumentar la inclusión financiera para micro y pequeños emprendedores por medio de productos y servicios, y mejorar la gestión financiera de sus negocios.

Canales de atención 102- 43



24 horas de atención telefónica.

Consultas, informaciones y servicios transaccionales

Teléfono 1784

Teléfono

Desde el exterior: (+598) 2917 0555



Sucursales



Redes sociales



Asistente Virtual



Consultas y reclamos

vía formulario en sitio web institucional

Atención telefónica

La oficina de atención telefónica a través del 1784, se encuentra en permanente transformación para adaptarse a las necesidades de los clientes y a las nuevas realidades de la banca digital.

A la tarea de atención telefónica se ha sumado la atención en redes sociales, la administración del chat bot de la página

institucional, el análisis y gestión de solicitudes de créditos automotores, hipotecarios y tarjetas de crédito solicitados por la web. Se realizan además ventas de seguros en llamadas entrantes y se gestiona la casilla de helpdesk a través del sitio web.



7,7%

llamadas perdidas

67,3%

llamadas atendidas antes de los 20 segundos

78.800

llamadas promedio por mes



30.214

casos atendidos en Help Desk

Tiques abiertos en redes:

3.478

casos atendidos

97,8%

promedio de salud de la marca



118.881

BOT conversaciones

Se vendieron en promedio 935 seguros por mes.

Se concretaron 26 préstamos automotores.

Se vendieron 4 préstamos hipotecarios.

Se concretaron 3.252 solicitudes de tarjetas de crédito.

Tecnología digital

En febrero la central telefónica migró a una tecnología más avanzada que permite aumentar la cantidad de líneas disponibles para acceder al 1784 y habilita a trabajar con Inbox, una herramienta de gestión que utiliza la Agencia Digital.

Redes sociales

Los tiempos de atención para el canal de redes sociales

establecen que la primer respuesta debe realizarse antes de los 15 minutos y resolver el caso antes de las 2h 45min. Durante el año se crearon 3478 tickets de atención en estos canales. En redes sociales se mide además la salud de marca que se calcula como el porcentaje de la suma de la cantidad comentarios positivos y neutros menos la cantidad de comentarios negativos. La salud de la marca promedio a lo largo del 2019 fue del 97,8%.

Sucursales 102- 4, 102-7

A partir de 2017 la atención en sucursales se ha ido transformando hacia un modelo de agencias modernas sin caja. Se genera una experiencia diferente, con espacios más amplios para la utilización de buzón de depósito y horario extendido hasta las 20:00 horas en el área del lobby de autoservicio. Los clientes han valorado y percibido la mejora en la agilidad de atención.

24
agencias

18
en Montevideo

6 en el interior
Salto, Paysandú, Mercedes,
Tacuarembó y Maldonado

+ 418.000 clientes

Durante 2019 tres nuevas agencias de Montevideo (Unión, Goes, Bulevar España) migraron al modelo de agencias modernas sin caja. Al cierre del año se llegó a seis de las sucursales de Montevideo con este modelo, lo cual implica la tercera parte de las agencias de la capital.

A comienzos de 2019 se cerró definitivamente el Autoservicio Lagomar y la atención de sus clientes se trasladó al Autoservicio Portal Américas y a Agencia Carrasco.

Accesibilidad 103-1, 103-2, 103-3

En las nuevas sucursales y aquellas que se reforman, siempre se busca incorporar rampas para el acceso de personas con movilidad reducida, de acuerdo con el decreto municipal que así lo establece. Durante 2019 se agregó acceso con rampa a Agencia Unión, que fue una de las tres agencias reformadas. De las dos restantes, en una la rampa no es viable por razones constructivas y en la otra se prevé incorporarla en 2020.

Banca Empresa

Queremos ser socios en el crecimiento y el desarrollo de las empresas. Nuestro segmento atiende a empresas medianas y grandes, con ventas a partir de USD 3.000.000 anuales.

Segmento	Valor de la cartera (en millones y dólares estadounidenses al cierre del año)			Valor de la cartera (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Medianas empresas	124	138	149	8%	9%	10%
Agro	205	192	183	14%	13%	12%
Gobierno y multinacionales	370	379	382	25%	25%	25%
Grandes empresas	770	826	833	52%	54%	54%
Total empresas +CIB	1.496	1.535	1.547	100%	100%	100%

Distribución de cantidad de clientes de Banca Empresa por segmento

Segmento	2018	2019
Agro	653	680
Gobierno y multinacionales	301	317
Grandes empresas	1231	1204
Medianas empresas	787	961
TOTAL	2.972	3.162

+6% de nuevos clientes en 2019.



La satisfacción general se mantuvo en 8,3.



La rentabilidad (producto bancario) por oficial se incrementó un 6% en 2019 respecto de 2018.

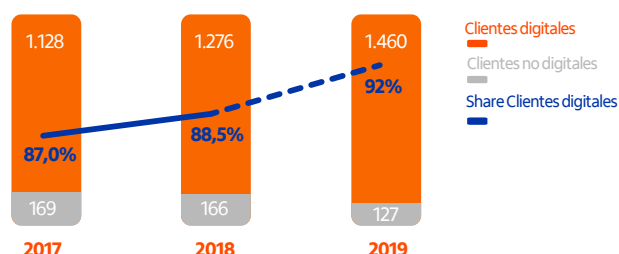


El total de créditos a empresas del sector no financiero bajó 3% en el año 2019, mientras que la participación de mercado de Itaú aumentó más de 1% en ese mismo período. Los índices de morosidad se mantuvieron en los mismos niveles en Itaú.



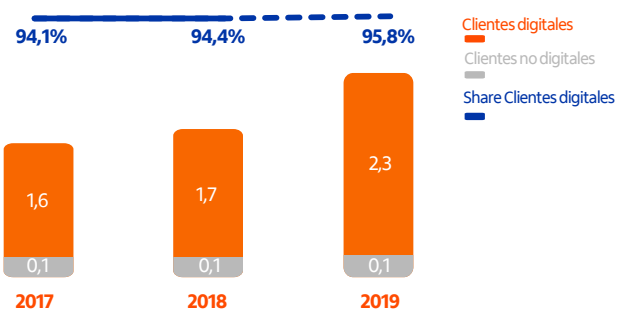
+67% de incremento en la digitalización de productos

a) Porcentaje de clientes digitales (+ del 95% de las transacciones por el canal digital)



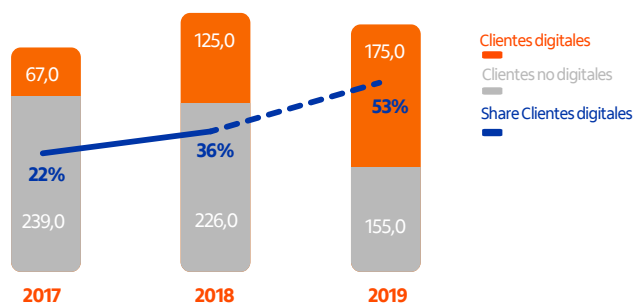
b) Cantidad de transacciones digitales (transferencias, pago de sueldos, pago proveedores, débitos directos)

Transacciones anuales (MM)



c) Cantidad de ventas digitales (préstamos a plazo fijo)

Ventas digitales (préstamos plazo fijo)



Banca Empresa generó venta cruzada con foco en productos digitales, incluyendo este punto como incentivo dentro de las metas de los oficiales de crédito.

Se establecieron metas desafiantes de incremento de cantidad de nuevos clientes, que fueron cumplidas por todos los oficiales de crédito. Se logró así un incremento de 6,4% en nuevos clientes.

Realizamos tres talleres de innovación con toda la dotación del área, para fomentar la mejora continua de productos y procesos, la eficiencia y la mejora en la atención a clientes.

Foco en atención al cliente

Se trabajó durante todo el año en un workflow de atención a clientes del segmento Empresas, que se implementará en 2020 y hará más ágil y eficiente la atención de consultas, solicitudes y reclamos de clientes.

8,3 de satisfacción general

Aumentó de:

- 8,28 a 8,81 en satisfacción con canales digitales.
- 8,71 a 8,76 en satisfacción con los oficiales de cuenta.
- 8,43 a 8,88 la satisfacción con el Área de Soporte de Banca Empresa

Se realizaron varios eventos para afianzar las relaciones con clientes: ExpoActiva, charla en ExpoPrado, cenas con clientes (casa Pujol), eventos con clientes para lanzamientos de nuevos productos (por ejemplo, derivados de commodities). En estas actividades participaron más de 250 clientes, quienes evaluaron con niveles muy buenos de satisfacción.

Se establecieron metas desafiantes a oficiales de cuenta, acompañadas de listados de prospección asertivos y herramientas de gestión de cartera acordes.

Productos destacados 102-2, 201-2

Itaú Commodities

Dado el contexto internacional actual y la volatilidad en los precios de mercado de estos bienes, ofrecemos a clientes la posibilidad de contar con una cobertura financiera, lo cual se convierte en una gran oportunidad para que las empresas vinculadas a la producción o comercialización de esos productos puedan mitigar sus riesgos.

Itaú es el primer banco privado en Uruguay que toma esta iniciativa y pone el foco en lo que es la gestión de riesgo de precios y la sostenibilidad del negocio agroindustrial.

El lanzamiento oficial del producto se realizó en Mercedes (Departamento de Soriano), con la participación de más de 60 clientes.

Nuevos productos digitales

Además de mejorar varias de las funcionalidades existentes, lanzamos la solicitud y otorgamiento digital de letras de cambio y créditos acordados. Se culminó el desarrollo de los avisos automáticos y de la solicitud de avales, productos que se instalarán en producción en los primeros meses de 2020.



**Compromiso
de Impacto
Positivo**

FS4

La meta principal para el próximo año es identificar y definir los sectores de impacto positivo locales, para identificar clientes potenciales dentro de la cartera con los que se puedan generar oportunidades de negocio. El foco principal está en la formación de los equipos para integrar criterios sociales, ambientales y de gobernanza a la hora de evaluar y ofrecer productos de inversión y financiamiento.

Gestión de marketing

103-1, 103-2, 103-3, 417-1

El Área de Marketing busca difundir los pilares de la marca y resaltar los beneficios y conveniencia de hacer negocios con Banco Itaú. Responde a la Gerencia de Marketing y Sustentabilidad y se encuentra bajo la Dirección de Banca Personas y Comercios.

En línea con la visión y el propósito del Banco, contamos con cuatro pilares estratégicos:

- 1. Banco digital.** Contribuimos al posicionamiento de Itaú como el principal banco digital de Uruguay.
- 2. Satisfacción de clientes.** Promovemos acciones, experiencias y comunicaciones que fortalezcan la visión de ser líderes en satisfacción de clientes.
- 3. Marca.** Fortalecemos y somos guardianes de la marca Itaú.
- 4. Gestión de riesgos.** Promovemos e incorporamos una cultura de gestión de riesgos.

Para desarrollar la estrategia, el desempeño del área se estructura en tres pilares de actuación:

- 1. Negocios.** El Área de Marketing da soporte en la planificación, atiende las necesidades de las áreas comerciales, produce contenidos y comunicaciones para contribuir a alcanzar los objetivos comerciales y acompaña la estrategia de posicionamiento como banco digital de Uruguay.
- 2. Institucional.** La comunicación institucional busca fortalecer la marca Itaú y alimentar el propósito hacia adentro y hacia afuera de la organización. Tiene como objetivo garantizar una buena experiencia de marca en todos los puntos de contacto con el cliente.
- 3. Estrategia.** Abarca los puntos vinculados a la gestión del área, el análisis del mercado, la estrategia de medios y la gestión de prensa.

Nuevo posicionamiento

Iniciamos un nuevo camino de comunicación a través del cual pusimos especial énfasis en escuchar a los clientes, entender sus necesidades y ofrecerles lo que están buscando. Adoptamos una postura de diálogo constante y lo resumimos en la frase “¿Y tú qué estás buscando?”, reflejando un estado de escucha activa.

En la gráfica los clientes fueron protagonistas, y en las locuciones de TV, radio y tutoriales participaron colaboradores, poniéndole voz y cara a las necesidades de los clientes.

Se trató de un cambio de posicionamiento a nivel regional, por lo que todos los países en los que Itaú opera tomaron este rumbo.

Campañas multimedios

Se realizaron seis campañas de multimedios con foco en el negocio.

1. Volar: Acumulación Millas x3 y Canjes

2. Hipotecarios

3. Supermillas

4. Vestimenta

5. Canjes Viajes

Fue el primer año en que hicimos campañas en medios masivos (incluyendo televisión) durante seis meses.

Esto colaboró a que pasáramos a tener una recordación —top of mind— de un 19 % en 2018 a un 25 % en el 2019.

Perspectiva de diversidad

103-1, 103-2, 103-3, 405





Continuamos trabajando en línea con la estrategia corporativa de diversidad e incorporamos el enfoque de género en los briefs de campañas.

En el marco del Programa Ganar-Ganar de ONU Mujeres, se realizó un taller para incorporar la perspectiva de género a la comunicación externa e interna del Banco, en el que participaron los equipos de Marketing, Comunicación Interna y Sustentabilidad. En este taller se identificó la oportunidad de generar un diagnóstico a partir del análisis de una selección de piezas de comunicación interna y externa en distintos formatos, para encontrar oportunidades de mejora desde la mirada de género. Se planea continuar trabajando y profundizando esta línea durante 2020.

Redes sociales

Continuamos con nuestra estrategia en redes sociales con foco en los temas institucionales. El objetivo es construir imagen de marca y lo hacemos basándonos en cuatro pilares: educación, cultura, deporte y movilidad urbana.

En el marco del nuevo posicionamiento tuvimos mucha más presencia de campañas de negocio. Fue así que las grandes campañas del año tuvieron una fuerte presencia en redes sociales para poner al cliente en el centro.

Crecimiento	2017	2018	2019	var
	56.500	85.100	91.533	7,5%
	15.300	24.700	24.466	-0,09%
	2.000	12.600	16.700	32,5%
	-	-	2.551	-

Linkedin

En agosto 2019 lanzamos nuestro perfil en la red social LinkedIn y nos planteamos tres objetivos:

1. Posicionar la marca a nivel profesional.
2. Fortalecer la marca, a nivel institucional y como empleadora.
3. Estar en la conversación: involucramiento en temáticas propias de esta red.



De agosto a diciembre captamos de forma orgánica 2.551 seguidores y nos posicionamos como el banco en Uruguay con más seguidores.

Los principales temas definidos para esta red son: cultura interna, posicionamiento institucional, digital, negocio y sustentabilidad.

Estrategia de prensa

Promovemos relaciones e interacciones con públicos de interés para tratar los temas prioritarios de la organización a efectos de generar una exposición positiva y proteger y fortalecer su imagen y reputación.

	2018	2019
menciones en prensa	697	979
notas destacadas	135	178

Press Trip: Participamos activamente del encuentro con periodistas que organiza la entidad controlante en San Pablo, para el que se invita a periodistas locales. El principal foco es ofrecer a los periodistas información calificada para contribuir a elevar la calidad de las coberturas en lo que refiere a economía y finanzas.



Cultura digital

103-1, 103-2, 103-3

Para brindar a clientes una experiencia ágil y sencilla que facilite su día a día, trabajamos para ofrecerles nuevos productos y servicios acordes con el nuevo mundo digital.

Las mejores soluciones digitales son aquellas deseadas por el cliente, técnicamente factibles y económicamente viables. Por eso nos capacitamos y adquirimos nuevas habilidades para seguir impulsando el desarrollo de la banca digital.

Incorporamos las metodologías de trabajo ágiles para la gestión de proyectos, haciendo colaborativa la relación entre clientes y equipos de desarrollo, para obtener productos de mayor calidad con un fin muy específico: maximizar la confianza y la relación a largo plazo.



Los objetivos del Banco apuntan al crecimiento, a potenciar la marca y a brindar a clientes nuevos productos y servicios que hagan que la experiencia con Itaú sea más ágil y sencilla. Por eso trabajamos para ofrecer nuevos productos y formas de interacción, acordes con el nuevo mundo digital. Así reafirmamos nuestro camino de desarrollo e implementación de un plan estratégico que haga hincapié en el desarrollo de la banca digital.

Durante 2019 se continuó con la mejora de la plataforma de medios de pago en un mercado que sigue procesando muchos cambios. Siguen surgiendo actores y clientes cada vez más exigentes con los productos y la innovación. Por eso la especialización y el desarrollo permanente, así como el trabajo en equipo con proveedores, son aspectos clave para lograr los resultados digitales que nos proponemos.

Trabajamos centrados en el cliente. Esta estrategia tiene como objetivo alinear la gestión de demanda y la implementación de soluciones, con las necesidades de los clientes, con un fin muy específico: maximizar la confianza y la relación a largo plazo. Continuamos incorporando colaboradores a trabajar con metodologías ágiles para la gestión de proyectos, haciendo colaborativa la relación entre clientes y equipo de desarrollo, para obtener productos de mayor calidad y ofreciendo beneficios mutuos en la mitigación de riesgos que surgen durante el desarrollo del software.



87.460

horas invertidas en desarrollo de software



USD5.044M

invertidos en 2019



USD880M

invertidos en hardware



USD4.164M

invertidos en software

Durante el año se continuó profundizando en la incorporación de buenas prácticas y cultura de DevOps* lo cual permite seguir automatizando el ciclo de vida de nuestros aplicativos ampliando la cantidad de sistemas y ambientes soportados.

Se implementaron nuevos segmentos de atención en la plataforma de Agencia Digital para Itaú Personal Bank y el call

center, que nos permiten mejorar la experiencia de clientes a través de una solución de atención omnicanal.

Se han incorporado nuevas soluciones de almacenamiento masivo de información (storage), tanto para nuestros sistemas core como para la plataforma de workflow, con nuevas tecnologías basadas en discos flash, las cuales nos permiten mejorar sustancialmente su performance y bajar radicalmente el consumo eléctrico de la solución.

Se implantó una nueva solución que virtualiza el sistema de respaldo, tanto para la plataforma del core bancario como para los servicios de plataforma baja, reemplazando los respaldos directos a cintas magnéticas. Esto permite reducir significativamente las ventanas de mantenimiento.

* acrónimo inglés de *development* (desarrollo) y *operations* (operaciones) que se refiere a una metodología de desarrollo de software que se centra en la comunicación, colaboración e integración entre desarrolladores de software y los profesionales de sistemas en las tecnologías de la información.

Seguridad de la información

102-15, 103-1, 103-2, 103-3, 418-1

El riesgo asociado a tecnología se considera creciente debido al proceso de digitalización de las operaciones bancarias. En este sentido la estrategia del Banco es trabajar en conjunto con el área de Seguridad de la Información.

Seguridad de la Información recibe apoyo de la entidad controlante para la realización de controles de seguridad como escaneo de vulnerabilidades y penetration tests. El área de tecnología prioriza la corrección de los puntos detectados en estos trabajos.

Entre los procedimientos de seguridad es importante destacar la existencia de un Risk Assessment que es revisado y aprobado anualmente en el comité de Riesgos. También en este comité se revisan mensualmente una serie de indicadores de la gestión haciendo foco en aquellos que demuestren desvíos a los umbrales acordados.

Aplicamos principios que permiten mantener y controlar los accesos de los usuarios de una manera segura:

- Listado de dueños de usuarios y perfiles. Estas personas

trabajan con un nivel de supervisión que se encarga de aprobar los accesos de un usuario antes de que la oficina de Administración de Accesos se los aplique.

- Principio de “Uno hace, otro autoriza” en todas las operaciones que impliquen modificación de la información en producción. Según este principio, cada actividad realizada por un operador queda pendiente hasta que es aprobada por el supervisor correspondiente.
- Cada usuario cuenta con un solo User ID en un sistema determinado. De esa manera es muy sencillo determinar qué tipo de acceso tiene cada usuario y no se genera contraposición de funciones.

Tenemos un fuerte foco en los controles para evitar la fuga de información. Todas las iniciativas en este sentido son englobadas en un proyecto llamado Data loss prevention. Incorporamos diferentes herramientas que permiten realizar controles preventivos y detectar diferentes acciones o actividades que pueden ser un riesgo para el resguardo de la información de clientes.



El Departamento de Seguridad de la Información trabaja en relación muy estrecha con la Superintendencia de Seguridad de la Información (SSI) que depende de la Dirección de Seguridad Corporativa (DSC) de Banco Itaú en Brasil.

Personal de la SSI realiza trabajos de control sobre diferentes puntos relativos a seguridad de la información que incluyen escaneos de seguridad internos y externos. Para los puntos de mejora encontrados en estos escaneos se definen planes de acción y se realiza un seguimiento mensual mediante un informe enviado a la entidad controlante.

Todos los colaboradores reciben materiales del Área de Seguridad de la Información para repasar los aspectos más importantes del tema y resaltar la importancia de la actitud y el compromiso para el éxito de este proceso.

Transformación digital 102-2, 102-43



Las mejores soluciones digitales son aquellas deseadas por el cliente, técnicamente factibles y económicamente viables.

Desarrollamos habilidades para estar en constante transformación con base en un profundo conocimiento del cliente y una mayor velocidad para ampliar una oferta digital que se ajuste a sus necesidades.

Para construir un banco cada vez más digital se creó la aceleradora digital regional que busca viabilizar la celeridad de los negocios digitales, incrementando la rentabilidad y generando ventaja competitiva para las operaciones locales de cada uno de los países de América Latina en los que se encuentra Itaú.

En Uruguay, el Área de Banca Digital continuó con el desarrollo de la estrategia digital en cuatro pilares fundamentales:

Agencia Digital

Células de operaciones digitales

Jornadas end to end (E2E) digitales

Análisis de datos

Se continúa con una estrategia consistente de inversión tecnológica, en el marco de una estrategia global de direccionamiento hacia el liderazgo absoluto en banca digital.

Agencia Digital

Se consolidó el desempeño de la agencia digital, siendo el único banco de plaza que tiene este modelo de atención diferencial para clientes.

9,4

de satisfacción de clientes



Itaú tiene en Uruguay la primera Agencia Digital fuera de Brasil y esta experiencia está siendo capitalizada por los países de la región. En este contexto, el gerente de Agencia Digital fue invitado por el equipo de Argentina para conversar e intercambiar aprendizajes y buenas prácticas.

Células de operaciones digitales

Las células de operaciones digitales trabajan con metodologías ágiles y desarrollan diversas acciones tanto para el logro de los objetivos en la venta de productos y servicios a través de los canales digitales como en el incremento de la digitalización de los clientes.

Durante 2019 se dividió en dos la célula de operaciones digitales, una con foco en ventas y la otra en digitalización y adquisición de clientes a través de la plataforma Abrecuentas.

74,5%

de los clientes con cuentas utilizan canales digitales mensualmente.

42%

de las ventas de tarjetas de crédito se efectúan por canales digitales.

83%

de los préstamos se tramitan por canales digitales.

37%

de inversiones se contratan a través de los canales digitales.

Open digital

Durante el segundo semestre de 2019 se realizaron las charlas del ciclo Open Digital con el equipo de la Célula de Operaciones Digitales, para entender cómo funciona su trabajo, escuchar de primera mano en qué están trabajando y compartir los resultados alcanzados. Estas instancias son abiertas a colaboradores de las distintas áreas para generar espacios de diálogo, escuchar ideas, opiniones y ver cómo juntos podemos seguir trabajando sobre la experiencia digital de clientes.



Jornadas E2E digitales

A fines de 2018 se lanzó una funcionalidad para la apertura de nuevos clientes de forma 100% digital, y durante 2019 el 19% de las cuentas de Personas Físicas fueron abiertas por esta plataforma, algo innovador para la plaza local. Durante 2019 se agregó la posibilidad de que empresas unipersonales puedan realizar la apertura de cuentas de manera digital.

Análisis de datos

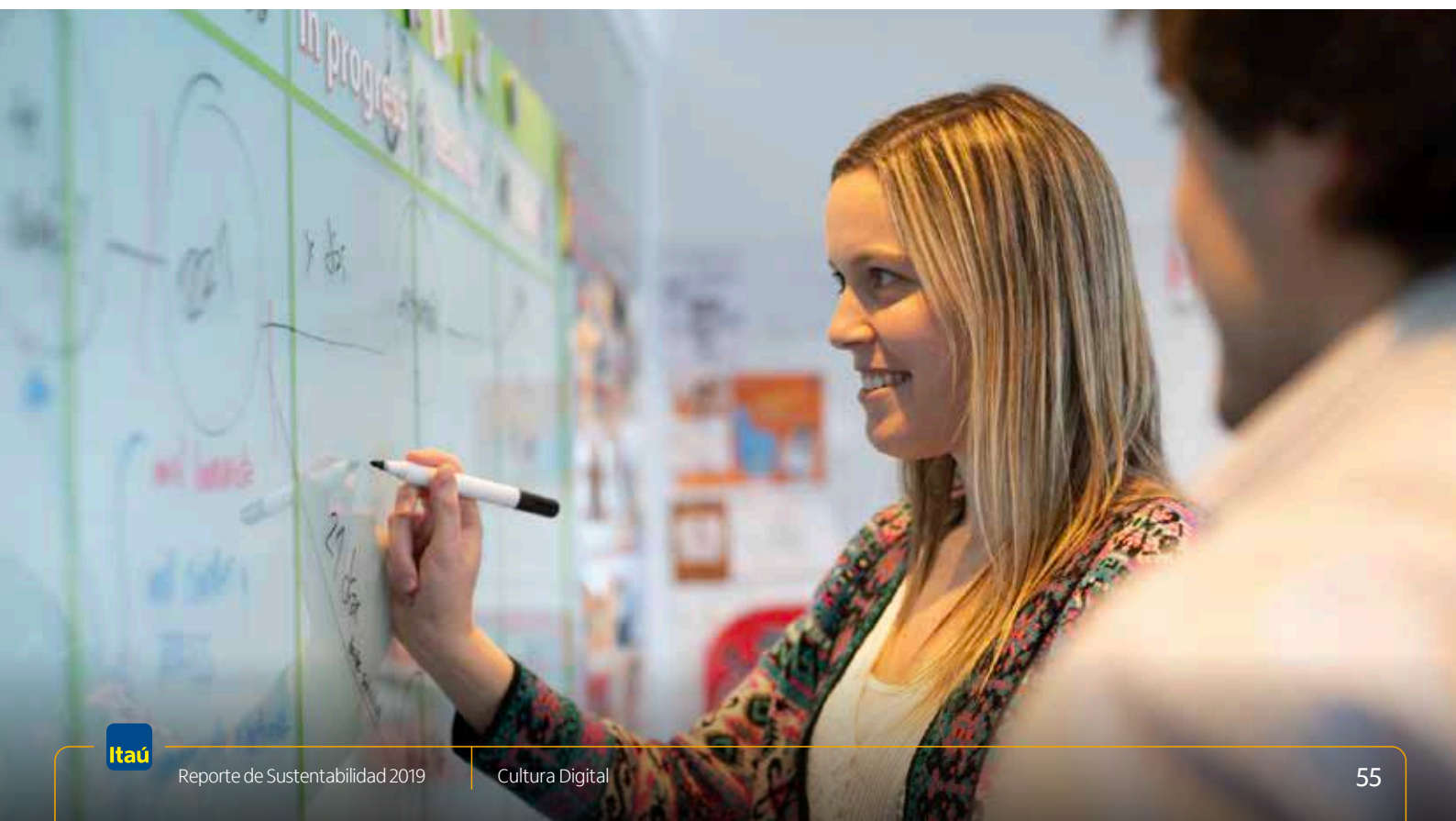
Data Analytics

A fin de dar soporte a las iniciativas digitales y de negocios se implementaron herramientas para el desarrollo de Data Analytics y el desarrollo de modelos de Advanced Analytics. El objetivo es entender mejor las necesidades de clientes y brindar mejores ofertas de productos y servicios.

Batalla de datos

Se realizó en Brasil la Batalla de datos, en la que participaron colaboradores de Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay y Colombia. Se dividieron en varios equipos a los que les plantearon el desafío de proponer soluciones disruptivas para aumentar la

eficiencia de las áreas de tarjetas de crédito en Argentina y Uruguay. Los equipos con las mejores ideas fueron premiados, aunque lo más enriquecedor fue el intercambio.



Servicios digitales destacados

Se introdujeron nuevas funcionalidades tanto en el sitio transaccional como en las aplicaciones para equipos móviles con sistemas operativos iOS y Android.

Itaú sigue liderando las encuestas de satisfacción de los canales digitales y tiene el primer puesto entre las instituciones financieras en los ratings de las apps.



App Itaú

Sobre fines de 2019 se lanzó una nueva versión de nuestra App usando una nueva plataforma tecnológica, con un diseño innovador y simplificando la usabilidad para clientes, lo que permite continuar agregando nuevas funcionalidades de forma más rápida.



Plataforma digital para apertura de cuentas

La implementación de la nueva plataforma permitió a clientes, tanto personas físicas como unipersonales, realizar la apertura de cuentas de manera remota y en cualquier horario.



Itaú/Link Empresa

Se incrementó el uso de Itaú/Link Empresa, con lo que aumentó el porcentaje de clientes de Banca Empresa que utilizan la banca digital. Se sigue consolidando el otorgamiento de préstamos online al segmento Empresas, con una penetración del producto superior al 50%.



PagoCuentas

Se mantuvo el incremento en el uso de PagoCuentas, que superó el millón de pagos durante el año.



Workflow

Workflow es una herramienta de automatización de procesos de negocios que nos permite aumentar la eficiencia y mejorar los análisis y reportes, lo cual impacta positivamente en la satisfacción de clientes y evita el uso de papel. Esta herramienta es transversal a todas las áreas del Banco. Se utiliza para los análisis de créditos, refinanciaciones, atención al cliente, archivo digital, apertura de cuentas, seguridad de la información, mantenimiento, y gestión de procesos vinculados al Área de Personas, como solicitudes de licencia y seguimiento de los procesos de feedback.



Las personas son todo para Itaú

102-7, 102-8, 103-1, 103-2, 405-1

Tenemos un propósito: estimular el poder de transformación de las personas. Por eso, asumimos el compromiso de mejorar la experiencia de quienes trabajan en Itaú, promoviendo un entorno diverso, inclusivo, saludable y con propósito.

Brindamos las herramientas de formación necesarias para ser aliados en el desarrollo de las personas y potenciar sus capacidades de liderazgo; fomentamos el trabajo en equipo basado en integridad y honestidad; valoramos la diversidad y el crecimiento con amplitud de criterios y puntos de vista; y fomentamos las relaciones interpersonales que se promueven a través de una política de comunicación abierta.

Cuidamos y fomentamos un clima de trabajo franco y colaborativo, buscando mantener un diálogo sincero y constructivo, con el fin de generar un excelente lugar para trabajar y contar con personas con orgullo de pertenecer.





575 colaboradores



46%
mujeres



54%
hombres



94%
Montevideo



6%
Interior



0,3%
personas con discapacidad



76%
contratos tiempo completo

24%
contratos 6,5 horas



edades

53% entre 30 y 50

23% menores de 30

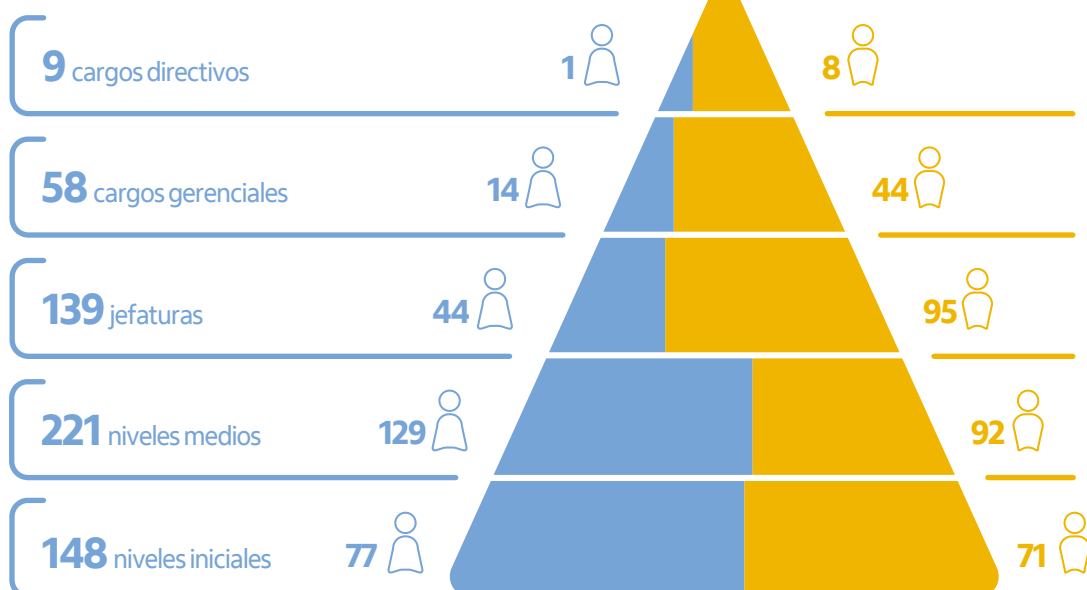
24% mayores de 50



Antigüedad promedio en Itaú

14 años

Nivel jerárquico



Área de Personas

103-1, 103-2, 103-3, 405-1

Visión: queremos ser un aliado en el desarrollo de las personas y promotores de la transformación.

Ejes principales:



Desarrollo de personas

Aseguramos un desarrollo próspero y saludable en todas las etapas de la carrera en la organización. Brindamos herramientas de capacitación, potenciamos capacidades de liderazgo, fomentamos el trabajo en equipo en busca de integridad y honestidad, valoramos la diversidad y el crecimiento con amplitud de criterios y puntos de vista y fomentamos las actividades de colaboradores.



Interconexión

Tenemos una política de comunicación abierta. Incentivamos la comunicación fluida tanto horizontal como vertical, para asegurar la expansión del conocimiento entre todo el Banco.



Innovación

Sabemos que tenemos que estar preparados para el cambio y atender las nuevas relaciones que se están desarrollando:

- entre personas, buscando diversidad de opinión, cultural, de género, de raza, de religión, social;
- con el consumo, que implica consumidores más informados y exigentes;
- con el trabajo, porque ya no basta con que nos guste lo que hacemos; necesitamos un propósito, proyectos que causen impacto en la vida de las personas.



Relaciones cercanas, confiables y responsables

Confiamos en quienes trabajan en Itaú, en su capacidad como profesionales, pero sobre todo como personas.

Apoyamos la igualdad de oportunidades y rechazamos cualquier tipo de discriminación por razones de raza, color, género, religión, origen, orientación sexual, discapacidad, estado civil o edad. El acoso, en cualquiera de sus manifestaciones, está sujeto a sanciones de la más alta severidad y sin perjuicio de las acciones legales que fueran pertinentes.

Motivamos las relaciones interpersonales entre colaboradores basadas en el respeto, la confianza y la empatía.

Diversidad

103-1, 103-2, 103-3, 405-1

En 2019 definimos profundizar en la inclusión de personas con discapacidad y en la equidad de género. Por primera vez se realizó una encuesta corporativa sobre diversidad, para conocer la percepción de colaboradores, lo que nos permitió contar con un primer diagnóstico interno.

Equidad de género:

Contribuimos en la aceleración de cambios sociales para alcanzar una realidad cada vez más equitativa entre hombres y mujeres. Realizamos:

- Ajustes en políticas internas de mérito y ascenso para incorporar criterios de género.
- Comunicaciones internas específicas sobre género.
- Taller para incorporar la perspectiva de género en la comunicación.
- Taller de sesgos inconscientes en el que participaron 25 colaboradores.
- Participación en foros y grupos de trabajo.
- Indicadores de gestión de personas desglosadas por sexo que se informan periódicamente al Comité Gerencial.

Inclusión de personas con discapacidad

Realizamos un taller de sensibilización sobre inclusión de personas con discapacidad con el objetivo de identificar las barreras emocionales.

Desarrollamos un programa de inducción para personas con discapacidad en alianza con Entrust, y la Fundación Bensadoun Laurent que contempla las siguientes etapas:

- Visita de un especialista para identificar la necesidad de implementar ajustes.
- Charla de sensibilización y concientización sobre el trabajo con personas con discapacidad dirigida al equipo antes del ingreso del colaborador.
- Acompañamiento por tres meses a partir de la fecha de ingreso.

En 2019 ingresó una persona en situación de discapacidad, que fue la primera en formar parte de este nuevo programa de inducción.



Compromiso
de Impacto
Positivo

Gestión inclusiva

Desde el Área de Personas asumimos el compromiso de mejorar la experiencia de quienes trabajan en Itaú, promoviendo un entorno diverso, inclusivo, saludable y con propósito.

Gestión del clima laboral

102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3

Buscamos ser aliados en el desarrollo de las personas, promoviendo el cambio hacia una empresa con colaboradores que sean protagonistas de su carrera.

Tenemos un propósito:

“Estimular el poder de transformación de las personas.

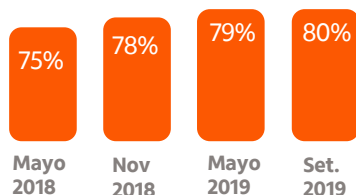
Somos personas que mueven personas.”

Queremos generar un excelente lugar para trabajar y por eso diseñamos experiencias para cada momento importante de la vida, a través de varios programas. La gestión del clima laboral es una tarea diaria y es responsabilidad de todos.

La encuesta Pulso se realiza dos veces al año, y mide aspectos relevantes tales como la relación entre pares, con gestores, el feedback como herramienta de crecimiento, la percepción de contribución a los logros del sector.

Desde la implementación de esta encuesta ha habido una notoria evolución tanto del porcentaje de participación como del nivel de satisfacción registrado.

Índice de satisfacción



Home Office

El objetivo de este programa es ofrecer mayor flexibilidad en la jornada de trabajo, fortaleciendo el mindset de confianza y responsabilidad.

En el tercer trimestre de 2019 comenzó un piloto con un grupo inicial de 40 personas de distintas direcciones del Banco. Se hicieron encuestas a los participantes y gestores, así como charlas de evaluación y asesoramiento para los involucrados. La iniciativa tuvo un alto grado de satisfacción entre sus participantes.

Orgullo de Pertenecer

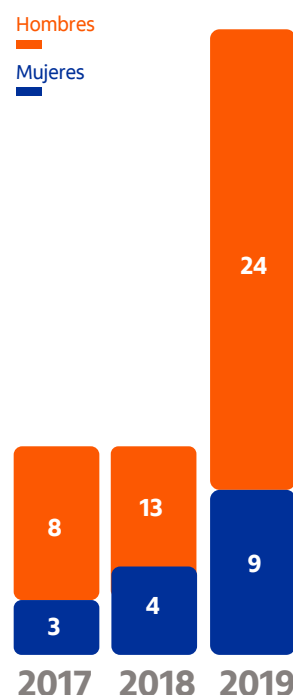
Este programa reúne en San Pablo a representantes de todos los países, quienes durante una semana pasan por un proceso de inmersión en nuestra cultura, con charlas con los principales cargos ejecutivos de Brasil y visitas a diferentes locaciones.

En Itaú Uruguay, la elección de quienes participan en el programa está basada en la meritocracia. En 2019 se llevó a cabo la quinta edición del programa y participaron ocho personas.

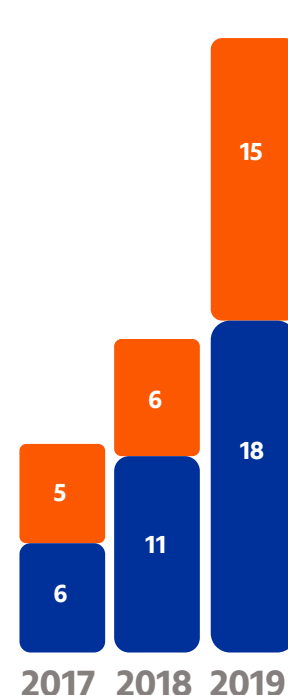
Mentoring

Se basa en encuentros periódicos entre un líder con experiencia (mentor/a) y un colaborador (mentoreado/a), en los que se definen temas a abordar con el objetivo de ayudar en el desarrollo profesional, de visión estratégica y de dinámica organizacional, y apoyar las discusiones de carrera. El proceso dura seis meses, con un encuentro de dos horas cada tres semanas.

Mentores



Mentoreados



Comunicación interna

102-43, 103-1, 103-2, 103-3

Objetivos del área

- Generar comunicación relevante y útil que fortalezca una visión compartida del negocio.
- Mantener informados a los colaboradores, para que su jornada sea más simple y cercana.
- Inspirar y generar orgullo de pertenecer.
- Ser transparente en la gestión.

Canales de comunicación

103-1, 103-2, 103-3

Durante 2019 incorporamos un nuevo canal de comunicación interna: Instagram (@somos_itaú), con el propósito de mostrar las actividades extra laborales de quienes trabajan en Itaú. Nos unimos a esta red social con la adhesión de casi el 60 % de los colaboradores.



Campañas de comunicación interna

Destacamos como buena práctica de comunicación interna el involucramiento y la participación de colaboradores en las campañas. Creemos de que para que las cosas sucedan los colaboradores tienen que ser protagonistas.

Posicionamiento de marca

Se trabajó para posicionar al Banco como una empresa que ofrece soluciones simples a las necesidades de sus clientes.

1. Mailing lanzamiento: Se hizo un *casting* interno y se seleccionó un colaborador de BIU que viajó a Brasil para grabar el *mailing* de lanzamiento institucional.

2. Casting de voces: A través de un llamado interno, invitamos a participar en un *casting* de voces. Se presentaron más de 90 colaboradores y 8 fueron las voces seleccionadas para la campaña de comunicación externa.

3. Tutoriales en redes sociales: Participaron colaboradores explicando los distintos productos.

4. Intervenciones: colocamos afiches, ploteos en comedor y ascensores, se cambiaron los fondos de pantalla.

Cultura de Riesgo

Se formó un grupo de trabajo que estableció en un cronograma distintas acciones a lo largo del año: instancias de capacitación y charlas, notas en la revista mensual y en los distintos canales. Se trabajó con foco en *Apetito de Riesgo* y *Cyberseguridad*. Uno de los puntos fuertes del programa fueron las campañas de comunicación, y los cursos en formato e-learning. Esto se reflejó en una comunicación periódica de marzo a diciembre.

Centralidad del cliente

Durante el año tuvimos campañas de comunicación interna a través de mails y el portal interno, en las que se recordaron los siete principios para ser una empresa 100 % centrada en el cliente y cómo debemos actuar para conseguirlo.

Somos

Se mostraron hobbies y actividades favoritas de colaboradores en una serie de videos que fueron publicados durante nueve semanas continuas. Nueve videos con nueve colaboradores, que contemplaron todas las direcciones del Banco, todos los rangos etarios y géneros (cinco mujeres y cuatro hombres).

Otras acciones de comunicación interna

- Video de cierre del encuentro anual
- Video de la Semana de Acción Voluntaria Global
- Campaña Día de la Madre
- Campaña Día del Padre
- Día D (Destacados)
- Seguros
- Saludo de fin de año

Reclutamiento y selección 401-1, 103-1, 103-2; 103-3

En el 2019, se definió junto con la entidad controlante, el nuevo perfil de colaboradores y colaboradoras de Itaú:

Personas siempre conectadas a nuevos conceptos, que logren adaptarse a distintos contextos y situaciones, con la mente abierta a la innovación y con buen equilibrio emocional.

Principales competencias que buscamos:

- Creatividad
- Autodidaxia
- Pensamiento tecnológico
- Inteligencia emocional
- Flexibilidad
- Visión sistémica

Rotación, ingresos y desvinculaciones

Los índices de rotación son bajos en el sistema bancario y estos últimos años se han mantenido estables para Itaú*.

	mujeres	hombres	Total
Rotación	3,40%	2,60%	2,95%
Ingresos	20	20	40
Egresos	22	20	42

*No incluye jubilaciones

Formación y capacitación 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, FS4

Trabajamos para motivar altos niveles de satisfacción, compromiso y excelencia profesional en el logro de los resultados planeados para incrementar el liderazgo competitivo y sustentable de la organización.

Cada año el Área de Capacitación coordina las necesidades con directores y gerentes para el desarrollo de sus equipos. Evaluamos las capacitaciones transversales y con ambos insumos generamos un plan anual.



11.293 horas de capacitación en 2019
4.852 horas de entrenamiento para el Plan Digital

Con el objetivo de potenciar el desarrollo de nuestros colaboradores, los principales programas de capacitación de 2019 incluyeron:

- Programa de Liderazgo
- Programa Open*
- International experience
- Intercambio entre oficinas
- Programa de becas y patrocinios para cursos de posgrado
- Potenciate
- Mentoring
- Cursos Coursera*

Programa Open

El Programa Open ofrece herramientas de coaching y liderazgo dirigida a backups, con el fin de dar herramientas prácticas para desempeñar mejor su función y a la vez preparar a la siguiente generación de gestores y líderes.

25

participantes

800

horas de entrenamiento

4,7/5

satisfacción general

Programa de Oportunidad de Carrera (POC)

El programa POC de retención y motivación, busca flexibilizar y facilitar el acceso a las oportunidades de desarrollo horizontal. El objetivo de este programa es estimular a colaboradores para que aprovechen las oportunidades internas de movilidad lateral y a la vez proporcionar un instrumento eficaz para cubrir internamente las vacantes.

6 procesos POC en 2019: 3 mujeres / 3 hombres seleccionados.

Gestión de desempeño 103-3, 404-3

Se basa en el concepto de meritocracia, entendido como el hábito de reconocer a las personas en función de su desempeño relativo y promover los reconocimientos y ascensos fundamentados en resultados concretos.

Las evaluaciones de desempeño se realizan anualmente y son una herramienta fundamental para el desarrollo profesional y personal del equipo.

El 100% de los colaboradores participa en evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional y recibe feedback de su gestor.

El proceso de evaluación se basa en instancias de retroalimentación que constituyen una oportunidad de crecimiento y desarrollo.

Plan de desarrollo

Con base en los resultados de la evaluación, el Área de Capacitación y Desarrollo planifica, junto con líderes y colaboradores, oportunidades de formación sobre asuntos técnicos y comportamentales que se alineen con la cultura y la estrategia de la organización y que se ajusten a las necesidades identificadas por las distintas áreas.

Promociones

La política de méritos y ascensos describe en detalle el proceso de promociones y méritos. A lo largo del año hay dos momentos de revisión salarial en los cuales cada líder plantea las propuestas de ajuste de sus equipos, que son analizados en cada Gerencia y Dirección, y cuya aprobación final depende de la Gerencia General.

	Mujeres	Hombres	Total
Destacados y diferenciados	86	85	171
Promociones y aumentos 2019	51	47	98

Remuneraciones y beneficios 103-1, 103-2, 103-3, 201-3, 405-2

Remuneración fija y variable

Contamos con un programa de remuneración variable que considera el cumplimiento de objetivos globales e individuales. El resultado se asocia directamente con el plan variable. Además, el Banco participa anualmente en encuestas de remuneración del mercado bancario y se rige por los convenios colectivos que proponen ciertos ajustes y promociones por antigüedad.

\$ 3.198.128.846

Inversión en remuneraciones, beneficios, incentivos y cargas sociales

\$ 1.247.270.250 en mujeres

\$ 1.950.858.596 en hombres



La relación porcentual de salarios promedio por cargo entre hombres y mujeres, se calcula tomando como base el sueldo promedio percibido por los hombres del cargo en cuestión. El salario promedio percibido por una mujer en comparación con el salario promedio percibido por un hombre para un mismo cargo equivale al porcentaje indicado en la siguiente tabla.

Cargos directivos	81%
Cargos gerenciales	99%
Cargos jefatura	91%
Niveles medios	97%
Niveles iniciales	111%

Beneficios y compensaciones 201-3, 401-2

Ofrecemos compensaciones y beneficios atendiendo las necesidades de nuestros colaboradores y considerando los lineamientos del convenio colectivo



Compensaciones

- Salarios ajustados por consejo de salarios y por convenio colectivo
- Prima por antigüedad
- Subsidio familiar
- Salario vacacional superior al legal
- Remuneración variable por desempeño
- Aguinaldo graciable
- Partida Alimentación
- Viáticos por horario nocturno
- Viáticos por trabajo en zona balnearia
- Partida jubilatoria
- Seguro de desempleo



Licencias

- Estudio
- Matrimonio
- Maternal
- Paternal
- Por fallecimiento
- Premio por 25 años
- Enfermedad familiar
- Medio horario maternal
- Días por trabajo en Turismo
- Sábados y feriados no se cuentan para la licencia legal



Salud

- Chequeo médico - carné de salud
- Cobertura médica por encima de Fonasa
- Cobertura médica del núcleo familiar
- Emergencia móvil
- Reintegro de costo de lentes
- Reintegro de órdenes y tiques
- Seguro de vida
- Seguro de vida para el cónyuge
- Seguro de vida por viaje laboral



Capacitaciones

- Becas para posgrado y máster
- Descuento en universidades para cursos de grado y posgrado del colaborador
- Descuento en universidades para cursos de grado de familiares
- Descuento en institutos de enseñanza de idiomas para colaboradores y sus familiares



Productos

- Chequeras gratis
- Compraventa de dólares a tipo de cambio preferencial
- Crédito hipotecario por el 80 % del valor de tasación
- Crédito sin gastos administrativos
- Cuentas gratis y sin límite de movimientos
- Préstamo Casa
- Tarjetas de crédito sin costo anual
- Tarjetas de crédito sin costo de consumos en el exterior
- Tasa de interés diferencial en créditos
- Tasación para hipoteca gratis



Otros

- Programa Summer Jobs
- Espacio Mamá
- Fruta en la oficina
- Estacionamiento para bicis
- Partida escolar
- Comedor
- Vestimenta casual
- Actividades de integración, fiestas, eventos
- Club de colaboradores
- Descuentos y beneficios de Mundo Itaú Unibanco



Programas de ayuda a la transición

404-2

Implica la planificación de la jubilación y formación continua para quienes tengan previsto seguir trabajando. Existen acuerdos voluntarios de salida que el Banco negocia caso a caso y que se planifican en conjunto. Contamos con una partida jubilatoria que se recibe al momento de la jubilación.



Calidad de vida e Integración

Priorizamos la calidad de vida de colaboradores y el equilibrio entre su vida personal y profesional.

Promovemos la participación de experiencias culturales y sociales como forma de crecimiento personal y la vinculación de las personas, más allá de lo laboral.

Salud y seguridad en el trabajo

103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-4, 416-1

Desde 2009 existe una Comisión de Salud conformada por personas de diferentes áreas, que trabajan en conjunto. La comisión se reúne de forma periódica y atiende casos particulares, planteos de colaboradores, nuevas reglamentaciones, etc.

El 100 % de los colaboradores están representados en la Comisión de Salud.

En línea con esta acción, se promueven hábitos saludables a través de la alimentación y el deporte. Todos los días se pone a disposición fruta, agua y café en todas las oficinas y se fomenta la actividad física apoyando la organización de campeonatos deportivos.

Fomentamos y brindamos entrenamiento en materia de seguridad física. Hacemos talleres de Primeros Auxilios y Reanimación Cardiopulmonar, el entrenamiento que reciben colaboradores de la red de sucursales sobre seguridad en el lugar de trabajo, así como capacitación específica sobre los procesos de evacuación.



333

horas de capacitación en cursos de primeros auxilios
(incluye curso de bomberos, primeros auxilios y evacuación)



Licencias por enfermedad

Mujeres: 1.090 días
Hombres: 1.083 días

Total:
2.173 días



Tasa de ausentismo

Mujeres: 1,66%
Hombres: 1,41%

Total:
1,52%

Cobertura médica

El Banco ofrece cobertura de salud total para colaboradores y sus familias.

Asumimos los costos del chequeo médico (carné de salud), ponemos a disposición un centro de vacunación acompañando las campañas nacionales y cubrimos un seguro de vida con beneficios adicionales para colaboradores de Itaú.

Cubrimos las licencias por enfermedad y ofrecemos apoyo para la recuperación de colaboradores en casos requeridos.

La Asociación Solidaria de Donantes de Sangre de Banco Itaú, en convenio con el Fondo Nacional de Sangre, realiza jornadas anuales de extracción de sangre entre colaboradores.

Libertad de asociación

102-41, 103-1, 103-2, 103-3

Las personas que trabajan en instituciones bancarias forman parte de la Asociación de Empleados Bancarios del Uruguay (AEBU), y AEBU forma parte del Plenario Intersindical de Trabajadores - Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT).

La afiliación al sindicato es voluntaria. Las personas afiliadas nombran periódicamente una comisión representativa; actualmente tenemos cinco representantes. La relación con el sindicato es de mutuo respeto y se genera un diálogo abierto y permanente.

En julio de 2018 se produjo una nueva ronda del consejo de salarios grupo 14, subgrupo 1, al cual pertenecemos los Bancos.

Las negociaciones tripartitas se realizaron en un clima de respeto. A modo de resumen, se acordó la vigencia y oportunidad de los ajustes salariales para el período comprendido entre el 1.º de enero de 2018 y el 30 de junio de 2020, con los siguientes ajustes: 4,05 % en enero de 2018 (coeficiente que comparado con

el correctivo final de la ronda anterior implica que los salarios se mantuvieron); 3,8 % en julio de 2018; 3,68 % el 1.º de enero de 2019 y 3,68 % el 1.º de enero de 2020.

Durante el año mantuvimos la cercanía y la comunicación abierta con el sindicato, analizando cada uno de sus planteos.

El 100 % de los colaboradores están cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva.

Voluntariado 103-1, 103-2, 103-3, 413-1

Tenemos el objetivo de desarrollar acciones que apunten al crecimiento de la comunidad en la que operamos, estimulando el poder de transformación de colaboradores.

Los focos de trabajo son educación y aprendizaje y mejora en las condiciones de vida.

Durante 2019 voluntarios de Itaú participaron en las siguientes actividades:

- Lecturas y actividades del Programa *Leé para un Niño* (25 voluntarios)
- Liceo Ánima, práctica formativa.
- Programa Anfitriones de la Fundación Salir Adelante (5 voluntarios)
- Más Emprendedoras (3 voluntarios)
- Desafío Educación 2.0 (7 voluntarios)
- Uso Consciente del Dinero: charlas de educación financiera para adultos y jóvenes (11 voluntarios)
- Construcción (25 voluntarios) y colecta de techo (11 voluntarios)
- Actividad deportiva con jóvenes (7 voluntarios)
- Donación de útiles escolares (90 mochilas)
- Cajas de Navidad

Semana de Acción Voluntaria Global

Durante la semana del 7 al 14 de setiembre colaboradores de Itaú en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay, Reino Unido y Uruguay participaron en simultáneo en distintas acciones de voluntariado. Las acciones se englobaron dentro del pilar de educación.

En Uruguay se generaron cinco actividades, en las que participaron 51 voluntarios.





Empresas proveedoras que acompañan nuestro camino

102-9, 103-1, 103-2

El vínculo con las empresas proveedoras es un aspecto estratégico para el desarrollo sostenible de Itaú. Trabajamos para desarrollar relaciones de largo plazo que generen valor compartido para ambas partes.

Compartir nuestros principios en temas de centralidad en el cliente, ética y sustentabilidad con quienes integran la cadena de suministro es fundamental para garantizar la calidad en los servicios y productos que ofrecemos a nuestros clientes.

Con el fin de generar impacto positivo a lo largo de toda la cadena de valor comenzamos a fomentar progresivamente la contratación de empresas con impacto social o ambiental.



Vínculo con proveedores

103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 204-1, 308-1

El vínculo con las empresas proveedoras se rige por políticas y procedimientos que aseguran interacciones éticas y transparentes.

Basamos nuestra gestión en los principios establecidos en el Código de Ética:

- Adoptamos criterios objetivos, transparentes y justos de selección y contratación.
- Apoyamos el desarrollo sustentable de proveedores, la promoción del trabajo digno y el cumplimiento de los requisitos legales, laborales, ambientales, sanitarios y de seguridad, con especial énfasis en la lucha contra actos ilícitos o criminales.

Definimos como inaceptable:

- Tolerar cualquier forma de trabajo degradante (infantil, forzoso y otros) o condiciones de trabajo peligrosas para la salud, además de abusos físicos y psicológicos, con el objeto de no apoyar la economía informal ni poner nuestra imagen en entredicho.
- Mantener vínculos comerciales y personales que puedan influir en la toma de decisiones y comprometer nuestra exención.

En Itaú la gestión de proveedores está descentralizada y a cargo de las distintas áreas de negociación especializadas (ANE). Si bien

esta modalidad permite ganar en cercanía y agilidad, también genera algunos desafíos a la hora de unificar criterios en la relación con este grupo de interés.

Desde 2017 las áreas de Sustentabilidad, Compras y Seguridad y Activos Fijos vienen trabajando en conjunto con el objetivo de generar acercamientos e intercambio de prácticas que permitan al Banco mejorar su gestión e impacto. El proceso de elaboración de los reportes de sustentabilidad ha permitido profundizar en aspectos positivos ya incorporados en la gestión de proveedores.



Compromiso de Impacto Positivo

Desde el Área de Operaciones y Sistemas se asumió el compromiso de mejorar el desempeño ambiental de nuestras operaciones y promover prácticas sostenibles en nuestra cadena de proveedores. Se propusieron metas de mediano plazo para promover prácticas de gestión responsable a proveedores, promover la contratación de proveedores con impacto social, encuestar periódicamente, reducir el plazo de pago de facturas a 7 días para 2021, y mejorar la calidad de la información y los indicadores vinculados a la gestión de proveedores.

Clasificación de proveedores 204-1

997

proveedores activos

\$1.531

millones de inversión en proveedores

94%

de proveedores nacionales

6%

de proveedores de origen internacional

Clasificación por tipo de servicio 103-1, 103-2, 103-3

1,7%

Seguros

15,1%

Marketing

17,3%

Sistemas

11,2%

Instalaciones

6,8%

Honorarios

17,2%

Vigilancia y transporte

6,1%

Comunicaciones y franqueo

18,6%

Servicios

5,9%

Otros

Durante 2019 se trabajó para automatizar el proceso de pagos a fin de disminuir el tiempo de pago a proveedores, minimizar errores, sistematizar y mejorar la calidad de la información.

Política Conozca a su Proveedor

La política Conozca a su Proveedor tiene como objetivo generar un marco de relación y conocimiento de proveedores y minimizar los riesgos. En ella se plantea que los sectores responsables de evaluar, recomendar, aprobar y gerenciar el proceso de adquisición de proveedores son las áreas de negociación especializadas (ANE).

Política general de compras y pagos

103-1, 103-2, 103-3

Esta política constituye el principal instrumento para administrar eficientemente los procesos de:

- pedidos y gestión de compras
- recepción de bienes y servicios
- gestión de pagos a proveedores

Los lineamientos de esta política están dirigidos a fomentar la aplicación de mejores prácticas en la gestión de compras y pagos, y garantizar que los procesos sean realizados de manera eficiente y ética.



Encuesta de satisfacción a proveedores 102-43, 102-44

Por primera vez se realizó una encuesta para evaluar la satisfacción de proveedores con Itaú. Los objetivos específicos fueron:

- Evaluar los niveles de satisfacción con las diferentes áreas de negociación especializadas con las que tienen contacto.
- Analizar la satisfacción en los diferentes procesos (amabilidad, velocidad de resolución de problemas, procesos de pagos, etc.)
- Estudiar la satisfacción de atributos y evaluar en qué medida los niveles de satisfacción contribuyen en la explicación del nivel de satisfacción global con la empresa.
- Conocer las diferencias en la satisfacción de acuerdo a variables de análisis: tamaño, rubro, antigüedad de trabajo con el Banco, antigüedad de la empresa, entre otras.

La encuesta se hizo vía email. Se logró una base de correos de 304 empresas proveedoras, con una tasa de respuesta del 24%.

Del análisis surge que:

- El 68 % de los proveedores de Itaú tienen más de 5 empleados.
- 3 de cada 4 proveedores de Itaú son del sector servicios, y el sector más pequeño con relación al total de las empresas es el de Comercios.
- El 39% de las empresas proveedoras tienen un porcentaje de mujeres socias, dueñas o directoras igual o mayor al 50 %.
- El 93% es de capital local.

93% de proveedores satisfechos **▶ 67%** muy satisfechos

Los indicadores del proceso de pagos, si bien no tienen malos resultados, son los que tienen una media de satisfacción más baja y los que es prioritario mejorar.

Compras con impacto social o ambiental 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 413-1, 414-1

Se trabajó en promover que las distintas áreas (Compras, Área de personas, Marketing, Calidad) incorporaran el ejercicio de considerar empresas con impacto siempre que se presentara la ocasión.



Se contrataron servicios de catering a una empresa que incluye a personas con discapacidad.



Se entregaron bolsas de tela reutilizables a colaboradores, especialmente diseñadas y confeccionadas por CEPRODIH, una organización que capacita y promueve la inserción laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad. Este fue el valor agregado y destacado de nuestras comunicaciones internas por el mes del medio ambiente, con el objetivo de que las personas que trabajan en Itaú hicieran tangible el impacto social y ambiental de usar las bolsas.

Acordamos con CEPRODIH una compra de bolsas nuevas para el correo interno de 2020, incorporando así la perspectiva de compras con impacto a este insumo.

Con el objetivo de revalorizar los residuos generados en las sucursales de Montevideo y en las oficinas de Ciudad Vieja, se contactó a la Organización San Vicente para desarrollar un plan de trabajo conjunto que nos hiciera posible realizar una segunda clasificación y asegurar la trazabilidad y la revalorización de los residuos. Trabajar con una cooperativa de clasificadores permite no sólo mejorar nuestro impacto ambiental, sino también generar valor económico y social para quienes trabajan en ella. Se visitaron las instalaciones, se conversó con sus integrantes y se está trabajando en conjunto para asegurar las condiciones laborales y de sanidad pertinentes que permitan a todas las partes operar de manera digna y responsable.



Siguiendo las recomendaciones de la empresa proveedora de papelería, a mediados de 2019 incorporamos papel fabricado con fibras celulósicas alternativas provenientes de fibra virgen de caña de azúcar.

Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro

308-2



Auditorías laborales

102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 407-1, 408-1, 413-2, 414-1, 414-2, 419-1

En el marco de la Ley de Tercerización Laboral de Servicios, se realizan auditorías laborales que verifican el cumplimiento de la normativa laboral por empresas proveedoras.

La ley regula la relación entre la empresa y sus colaboradores, garantizando que se cumpla con todos los derechos vigentes, incluida la libertad de asociación y negociación colectiva, así como la normativa relacionada con trabajo decente y la prohibición de trabajo infantil.

Visitamos a las empresas proveedoras en sus instalaciones, donde se recaba la información relacionada con la solvencia técnica y patrimonial, el plan de continuidad de negocio frente a posibles contingencias para el mantenimiento del servicio, así como el cumplimiento de la Ley de Tercerizaciones.

En caso de que se presenten incumplimientos de las obligaciones acordadas, se evalúa la situación y, si esa práctica persiste, se procede a prescindir de sus servicios. Durante 2019 no se detectaron incumplimientos en las revisiones de proveedores críticos.

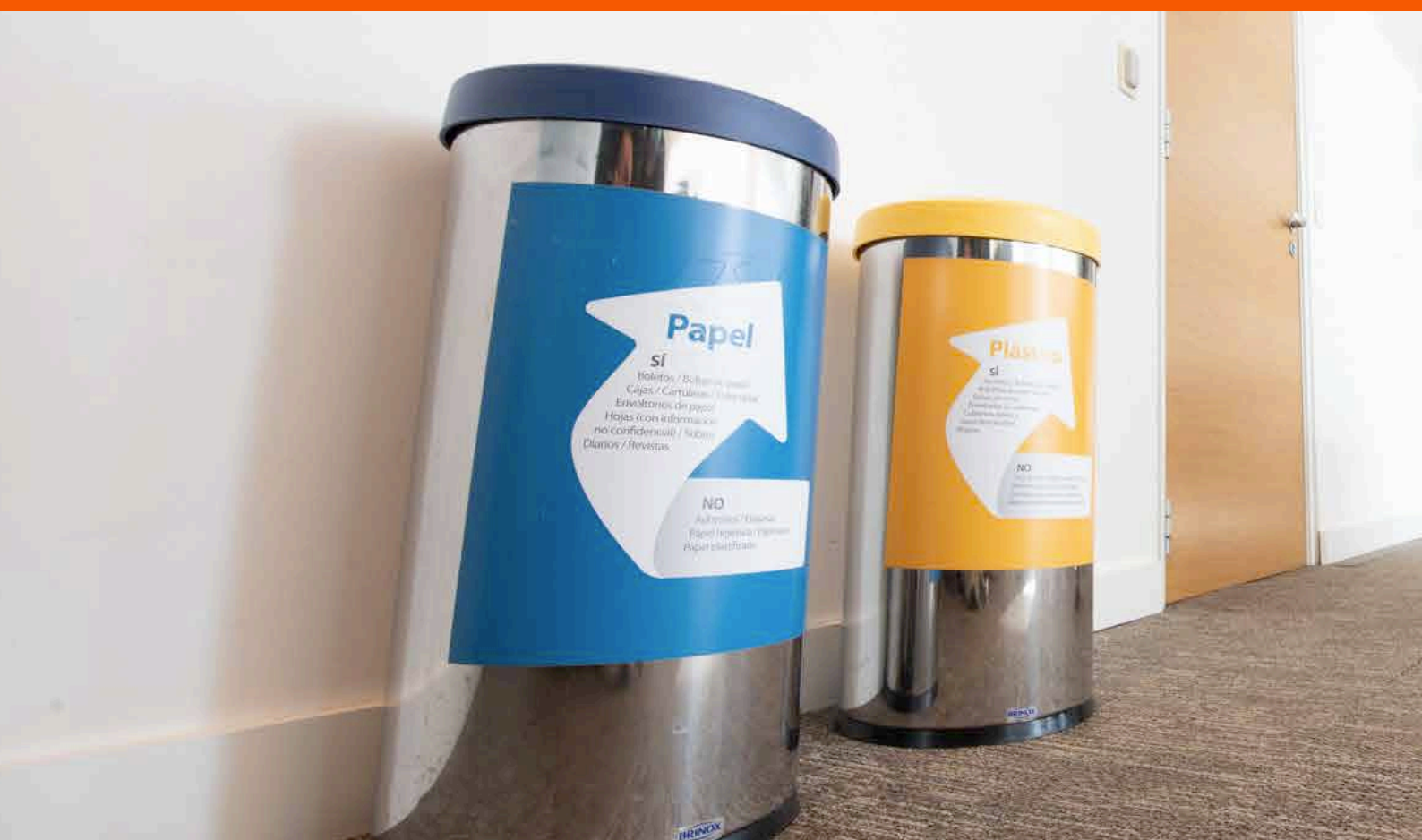
Objetivos y desafíos en la gestión con proveedores

- Aumentar la eficiencia e identificar oportunidades de reducción de costos par promover órdenes de compra más responsables por parte de las oficinas.
- Que todas las ANE implementen correctamente la política Know Your Vendor (KYV), especialmente para aquellos rubros considerados de riesgo alto o crítico.
- Incorporar criterios de sustentabilidad en la relación y en la evaluación de proveedores.



Gestión ambiental responsable

El cuidado ambiental es indispensable para lograr una gestión responsable y eficiente de los recursos. Cada año buscamos mejorar la medición y sistematización de los aspectos ambientales de nuestras operaciones, sensibilizar a colaboradores y empresas proveedoras, y generar nuevas alianzas para reducir la generación de residuos, aumentar la eficiencia energética e incorporar criterios ambientales de evaluación en la cadena de valor.



Gestión ambiental 103-1, 103-2, 103-3, 414-1

Para seguir avanzando en nuestro compromiso con el medio ambiente, hemos desarrollado una gestión basada en la medición, la sistematización y el seguimiento de los aspectos ambientales de nuestras operaciones; sensibilizar y capacitar a quienes trabajan en Itaú para que adopten prácticas amigables con el medio ambiente; desarrollar un sistema de gestión de residuos que minimice los que se destinan a disposición final; mejorar progresivamente la infraestructura para aumentar la eficiencia energética; generar alianzas con organizaciones referentes en la temática; e incorporar paulatinamente criterios ambientales en la evaluación y contratación de proveedores.

Asumimos el compromiso de mejorar el desempeño ambiental de las operaciones y promover prácticas sostenibles en nuestra cadena de empresas proveedoras.

Avances destacados



Identificación, sistematización y medición de aspectos ambientales.

Se realizó un mapeo para identificar los procesos internos y externos que generan impactos ambientales, con el objetivo de fortalecer la medición de indicadores ambientales y de ecoeficiencia. A partir de este diagnóstico se pudo distinguir aquellos aspectos ambientales para los que se deben desarrollar procesos de monitoreo y construcción de indicadores.



Mejorar la gestión de residuos.

Durante 2019 se trabajó en mejorar la clasificación en origen y en generar oportunidades que permitieran darles un destino responsable a nuestros residuos para minimizar los enviados a disposición final.

- Visitamos el Depósito Pederal, para conocer sus procesos, sus políticas y asegurar una gestión de residuos responsable a lo largo de la cadena de valor.
- Concretamos la alianza con Repapel para generar impacto social y ambiental positivo en la gestión de uno de nuestros principales residuos, como lo es el papel.
- Generamos un acercamiento con WTC y otras empresas del predio, para impulsar un trabajo conjunto de identificación de mejoras y de intercambio de buenas prácticas.
- Acompañamos el desarrollo de una empresa proveedora de gestión de residuos que pueda generar una segunda clasificación para revalorizarlos y minimizar la cantidad que se destina a relleno sanitario.



Incorporar empresas proveedoras con impacto positivo

Trabajamos para promover que algunas áreas de negociación estratégicas (Compras, Personas, Marketing, Calidad) incorporen criterios sociales o ambientales para la contratación de empresas proveedoras.



Sumar oficinas que incluyan aspectos de eficiencia ambiental

Priorizamos incorporar tecnología e infraestructura amigable con el medio ambiente como luminarias LED y aires acondicionados. Inverter en las reformas y nuevas agencias.



Sensibilizar

Trabajamos con el Área de Personas para encontrar oportunidades de comunicación interna y capacitación, para concientizar y sensibilizar sobre temas de impacto ambiental. Se publicaron comunicaciones específicas en cinco de los boletines mensuales compartiendo indicadores de clasificación de residuos y recomendaciones para mejorar la clasificación. Se generó una capacitación con Repapel.



Alianza con Repapel

En mayo de 2019 concretamos la alianza con Repapel, una organización civil dedicada a la educación ambiental para el desarrollo sustentable desde hace más de 16 años.

Este acuerdo nos permite revalorizar el papel confidencial que se envía a destruir de las sucursales de Montevideo y de las oficinas de Ciudad Vieja y compartir trimestralmente la cantidad de papel donado, su impacto en programas de educación ambiental y cuadernos donados derivados de nuestro aporte.

Con Repapel realizamos el primer Taller de Sensibilización Ambiental, donde se abordó el ciclo de vida de los residuos y consejos para mejorar la clasificación. Participaron 20 personas y fue la actividad mejor evaluada dentro del Plan de Capacitación de Sustentabilidad, con un nivel de satisfacción de 4,93 sobre 5.



Mes del Medio Ambiente

En el marco del Mes del Medio Ambiente y ante la Ley de Bolsas Plásticas, se resolvió entregar a quienes trabajan en Itaú una bolsa de tela reutilizable, diseñada y confeccionada por CEPRODIH.

Este fue el valor agregado y destacado de nuestras comunicaciones internas, con el objetivo de hacer tangible el impacto social y ambiental de la acción.










Aspectos ambientales

103-1, 103-2, 103-3, 308-2

Durante 2019 evaluamos los aspectos ambientales para identificar aquellos que pueden provocar impactos significativos. Se mapearon los principales procesos internos y externos, y se cruzaron con las principales categorías de aspectos ambientales según la ISO 14001:2015. Luego se determinó la significatividad de los aspectos ambientales de acuerdo a la existencia de un marco legal aplicable a esos aspectos y a su potencial en la generación de impactos ambientales.

De los 34 aspectos ambientales identificados en la actualidad se miden periódicamente 16. Para los aspectos ambientales que aún no se están midiendo se generó un plan a implementar en 2020 para de obtener la información necesaria y comenzar a sistematizarlos.

Aspectos ambientales generales	Aspectos ambientales directos	Aspectos ambientales indirectos	Requisitos legales aplicables	Requisitos corporativo	Potencial de impactos	Significatividad	Se mide actualmente
 Emisiones atmosféricas (gases, CO ₂ , etc)	X		No	Medir	Bajo	Si	Si
		X	No	No	Bajo	Si	No
 Efluentes líquidos	X		Si	No	Bajo	No	No
 Residuos sólidos	X		Si	Medir y reducir	Medio	Si	Si
		X	Si	No	Medio	Si	No
 Consumo de agua	X		No	Medir	Bajo	No	Si
 Consumo de electricidad	X		No	Medir y reducir	Medio	Si	Si
 Consumo de combustible	X		No	Medir	Medio	No	Si
 Consumo de papel	X		No	Medir y reducir	Medio	Si	Si

Gestión de residuos

103-1, 103-2, 103-3, 301-1, 301-2, 301-3, 306-2

Desde fines de 2017 se viene trabajando en un Plan de Gestión de Residuos basado en su clasificación y valorización. A nivel general se han establecido tres categorías definidas según la norma UNIT 1239:

- Papel – Azul
- Plásticos – Amarillo
- Residuos mezclados – Gris.

Hay además otras categorías generadas en oficinas, como papel confidencial y residuos electrónicos que siguen otros canales de

gestión para su correcta disposición.

En cuanto a la gestión de los residuos en materia de clasificación y destino final, aún existen diferencias entre las oficinas.

Disposición de los residuos

Los residuos orgánicos se envían a disposición final en el Vertedero Municipal Felipe Cardozo. Durante 2019 se generaron 48.880 kg de residuos orgánicos y mezclados.

102

toneladas de residuos totales generados

47%

de residuos valorizados

53%

de residuos enviados a vertedero

47%

de los residuos generados son papel

90%

del papel se recicla

\$2.638.568

invertidos en temas ambientales

Papel

Mejoras en la revalorización del papel

En mayo de 2019 concretamos la alianza con Repapel, lo que permitió revalorizar el papel y destinar los fondos generados por reciclaje a una organización que genera valor agregado para la comunidad.

De junio a diciembre 2019, 26.930 kg de papel se destinaron al Programa de Reciclaje de Repapel para que más niños y niñas puedan aprender sobre educación ambiental.

Durante 2019 las solicitudes de resmas para oficinas bajaron un 17%.

Mejoras en el consumo y monitoreo del papel

Solicitamos a la empresa proveedora de servicios de impresión y digitalización el envío de reportes mensuales con cantidad de impresiones en blanco y negro y a color por oficina. Esto permite afinar el indicador de cantidad de papel consumido que hasta 2018 se medía en función de la compra de resmas. Además, ayuda a identificar las oficinas que generan mayor cantidad de impresiones, llevar un monitoreo mensual, identificar desvíos e introducir los ajustes necesarios. Por lo tanto, a partir de 2020 se contabilizará el consumo de papel a partir de los reportes de impresiones por oficina.



50.600 kg
de papel utilizados
en 2019:

1.200.000
sobres de estados
de cuenta enviados

6.850.000
hojas impresas

2.500.000
hojas de resumen
de estado de cuenta

Otros materiales

Plástico para tarjetas de crédito y débito

Para la impresión de tarjetas de crédito y débito se utiliza pvc. Aún no se recuperan las tarjetas que por algún motivo deban ser reemplazadas, pero se destruyen aquellas que son impresas con errores o que no son retiradas por el cliente.

Bolsas reutilizables para correspondencia interna

Desde hace varios años transportamos la correspondencia interna en bolsas de tela reutilizables. Sobre fines de año contactamos a CEPRODIH, una organización con impacto ambiental y social, para encargarle un mínimo de 20 bolsas nuevas para usar en 2020.

Residuos electrónicos

Los residuos electrónicos se envían para su destrucción a una empresa especializada en el reciclaje de sus componentes. Por requerimientos de seguridad de la información, la gran mayoría de los equipos se destruye.

Durante 2019 se utilizaron:

- 305 rollos térmicos • 230 unidades de tóner
- 78 unidades de fotoconductores

En cada cambio de insumo la empresa proveedora retira el cartucho de tóner, lo almacena en su depósito y cada dos meses la empresa Lexmark los retira para incluirlos en el Programa de Devolución de Cartuchos (LCCP por sus siglas en inglés) que tiene a nivel mundial desde 1991. Esta iniciativa ha reducido el número de cartuchos de tóner que son arrojados a los vertederos mundialmente. **230 cartuchos de tóner fueron devueltos para ser reutilizados.**



En 2019 se reciclaron 18 kg de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)

Consumo de energía y agua

103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3, 302-4, 302-5, 303-1, 303-3

A raíz de la transformación de las sucursales Goes y Unión en agencias modernas sin caja, se incorporaron equipos de aire acondicionado más eficientes (AA invertir) y luminarias LED. Estas reformas permitieron una reducción significativa en los consumos mensuales de energía eléctrica.

A las transformaciones de Goes y Unión, se sumaron los cambios a luminarias LED de las oficinas de Ciudad Vieja y de las agencias 18 de Julio, Pocitos, Entrevero, y los cierres de los autoservicios de Lagomar y Oh La Barra, que se tradujeron en una reducción del 9% del consumo de electricidad.



Consumo eléctrico (en millones de kw/h)

	2018	2019
Toda la organización	3,0	2,73 ▼
Edificios centrales	1,56	1,52 ▼
Sucursales	1,44	1,21 ▼

- 9% en el consumo eléctrico durante 2019

Consumo de agua

El agua es 100 % potable de la red, y las acciones vinculadas al uso responsable del agua son las cisternas de doble descarga en las oficinas de WTC Torre IV y la instalación de canillas automáticas tanto en las oficinas de WTC Torre IV como en las sucursales, donde se incorporan a medida que estas se reforman.



Consumo de agua

(en miles de m3)

	2018	2019
Toda la organización	6,7	6,2 ▼
Edificios centrales	2,8	2,8 =
Sucursales	3,9	3,5 ▼



Otros consumos

(combustibles, refrigerantes, etc)

	2018	2019
Combustible	714	688 ▼
refrigeración R-410	29	32 ▲
refrigeración R-22	13,7	32 ▲
recarga extintores	573,5	571 ▼

Emisiones de alcance 1

Son aquellas derivadas del uso de combustible para generadores, recarga de gases refrigerantes para aires acondicionados y recarga de extintores. **151 t de CO2**

Emisiones de alcance 2

Son aquellas derivadas del consumo de electricidad de nuestras oficinas. **68 t de CO2**

Emisiones de alcance 3

Los medios de transporte de quienes trabajan en Itaú son de su propiedad y actualmente no se registran datos de movilidad.

Emisiones 102-48, 103-1, 103-2, 103-3, 305-1, 305-2, 305-3

Durante el 2018 las mediciones tuvieron como base 16.800 m² entre edificios propios y alquilados: 2 edificios centrales (CV y WTC), 22 agencias, Agencia Digital y Fuerza de Ventas). En 2019 hubo cambios en el alcance del relevamiento, por sucursales que cerraron o se modificaron: Oh La Barra (55 m²), Lagomar (350 m²), Oficina de Pagos (143 m²) y oficinas nuevas, WTC piso 4 nuevo (425 m²), con lo cual el alcance del relevamiento durante 2019 es de 16.677 m². Hasta 2018 la medición de la huella ambiental era realizada por nuestra entidad controlante. En 2019 se detectó una inconsistencia derivada de los coeficientes utilizados para calcularla, por lo que se optó por medir la huella ambiental de manera local.

Consumo energético fuera de la organización 302-2

La empresa proveedora de transporte de valores tiene una flota fabricada y certificada bajo la norma para motores Diesel Euro III y Euro V. Cuenta con 29 unidades con tecnología Euro III y 6 unidades con tecnología EURO V. Sus vehículos son sometidos anualmente a una prueba de contaminación por legislación local; se realiza en la Inspección Técnica Vehicular por la empresa APPLUS, que otorga un certificado de aprobación. Dicha empresa efectúa una medición del coeficiente de absorción K (opacidad del humo de escape). La empresa proveedora de servicio de cadetería y mensajería, generó un primer relevamiento sobre la distancia de los trayectos derivados de la operativa de Itaú que equivalen a 9.300 km aproximadamente. Se está trabajando para sistematizar esta medición y contar con información más certera.



Transformar la comunidad a través de la educación y la cultura

103-1, 103-2, 103-3, 413-1

Desde Fundación Itaú se promueven, facilitan y difunden proyectos vinculados con la cultura y la transformación social en Uruguay. Se busca incidir en la agenda pública a través del apoyo a estrategias que integren la dimensión artístico-cultural y la socioeducativa en una perspectiva de ejercicio de ciudadanía.

Desde los programas Cultural y Social, y del Centro de Capacitación se impulsan prácticas promotoras de la equidad, la diversidad y el desarrollo integral de las personas, y se apunta a profesionalizar la gestión de proyectos con estándares de calidad que se alineen a la mejora continua, gestión de aprendizajes, evaluación y rendición de cuentas.



Fundación Itaú tiene como finalidad promover, facilitar y difundir proyectos vinculados con la cultura y la transformación social en Uruguay y tiene como objetivos:

- Fomentar estrategias innovadoras y prácticas que promuevan la equidad, cuiden la diversidad y apuesten al desarrollo integral de las personas.
- Promover y apoyar estrategias que integren la dimensión

artístico-cultural y la socioeducativa, en una perspectiva de ejercicio de ciudadanía.

- Apoyar a niños, niñas y jóvenes en contextos críticos con propuestas culturales que fortalezcan su desarrollo integral.
- Profesionalizar la gestión de los proyectos y sus contenidos con estándares de calidad: mejora continua, gestión de aprendizajes, evaluación y rendición de cuentas.
- Incidir en la agenda pública.

Gestión de proyectos

Estamos desarrollando una metodología de monitoreo y evaluación de proyectos acorde a las necesidades, experiencias y desafíos que se plantean desde las realidades de sus programas.

La información para la presentación de proyectos está disponible en www.fundacionitau.com.uy/convocatoria/

Proyectos postulados en 2019



Resultados de postulaciones 2019



Incorporación de la perspectiva de género

103-1, 103-2, 103-3



Fundación Itaú fomenta una participación activa de las mujeres como líderes de proyectos y estimula la equidad de género promoviendo proyectos que ponen el tema en agenda.

En la convocatoria a proyectos, se definió la incorporación de la perspectiva de género como uno de los criterios transversales en la definición de los objetivos, actividades y estrategias a promover.



Programa Cultural

103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 203-1, 203-2, 413-1

El Programa Cultural tiene como objetivo viabilizar y profesionalizar la obra de artistas nacionales para contribuir a la valorización y democratización de la cultura en la sociedad uruguaya; generar accesibilidad a la cultura y el desarrollo de nuevas audiencias.

Conocimiento

Proveer recursos para la producción de conocimiento en el desarrollo de la cultura.

Formación

Ofrecer formación en temas relevantes para el desarrollo y la profesionalización de la cultura en Uruguay.
Desarrollar y sensibilizar audiencias.

Evaluación

Generar valor a través de la disposición de una metodología de evaluación de impacto de proyectos culturales.

Recursos

Brindar apoyo económico y/o técnico para el desarrollo de las producciones nacionales de cine, teatro, danza, arte, música, artes visuales, audiovisual, publicaciones.

Actividades y proyectos apoyados 203-1, 203-2, 413-1

El programa cultural apoya con acciones de gestión y patrocinio en el ámbito de las artes visuales, las artes escénicas, la producción audiovisual y la producción editorial y de publicaciones.

Mes	Actividad	Lugar	Descripción	Categoría
Feb	<i>Moderna para siempre</i> , la colección de Itaú Cultural Brasil de fotografía brasileña	Centro de Exposiciones SUBTE	Muestra de fotografía modernista que contiene 103 obras de integrantes del movimiento brasileño Foto Cine Clube Bandeirante. La exposición, perteneciente a la Colección Itaú Cultural, reúne las obras de 22 fotógrafos.	Artes Visuales
Mar	Exposición aniversario del Taller Cebollati	Espacio de ideas MEC	Muestra de carácter colectivo donde se presentaron la obras gráficas de los artistas que han participado del taller a lo largo de la última década.	Artes Visuales
	Exposición <i>El objeto del tango</i> , de Virginia Patrone	Museo Blanes	Muestra acompañada de un conjunto de actividades sobre la reflexión de la presencia de la mujer en el imaginario del tango como manifestación popular.	Artes Visuales
	Exposición <i>Picasso en Uruguay</i> , del MNAV	MNAV	Un hito en la vida cultural de Montevideo, visitada por miles de niños y jóvenes estudiantes para lo cuales se desarrollo un programa de visita y actividades, especialmente diseñado con el apoyo de Fundación Itaú.	Artes Visuales
	Quinteto de tango La Mufa	Sala Zavala Muniz	Repertorio sobre la obra de Eusebio Gobbi y la actuación especial del actor Pepe Vázquez	Música
Abr	<i>Sinapsis</i> , de Andrea Arobba	Sala Hugo Balzo. SODRE	Se trata de un "work in progress" de tres años, de su directora. En cada temporada se presenta con nuevos integrantes y diferentes líneas de investigación.	Artes Escénicas
	<i>Rosa Luxemburgo. Un cuerpo junto al río Spree</i> , de María Doderá	Sala Zavala Muniz	Vida y obra de Rosa Luxemburgo desde una perspectiva humana y política, a 100 años de su muerte. Dirigida por María Doderá y protagonizada por Gabriela Iribarren	Artes Escénicas
	Intervención por parte del colectivo de artistas CasaMario	Centro de Exposiciones SUBTE	Muestra acompañada de un conjunto de actividades académicas y diversas prácticas artísticas que involucraron a artistas, curadores, performers y docentes, uruguayos y extranjeros	Artes Visuales
May	<i>La esfera: concierto para Orquesta y electrónica</i> , con dirección y orquestación de Jaques Morenbaum	Teatro Solís	Luciano Supervielle presenta un espectáculo en el que interpreta algunos clásicos con arreglos electrónicos, con artistas invitados	Música
May Jun	<i>Solsticio de invierno</i> , de Jorge Denevi	Teatro del Anglo	La obra reflexiona sobre el nazismo a partir de sus manifestaciones más actuales o aquellas que se apartan de las imágenes que tradicionalmente asociamos con la ideología	Artes Escénicas
	<i>Conejo blanco, conejo rojo</i> , de Roberto Andrade	Sala Delmira Agustini	Diversas figuras de la escena nacional rotan en el rol principal para interpretar el texto por primera vez, sin conocerlo hasta que se les entrega frente al público	Artes Escénicas
Jun	<i>Maldito</i> , de Mónica Navarro	Teatro Solís	En su quinto material discográfico, Navarro inclina su balanza musical hacia el rock, pero arropada con canciones del folclore latinoamericano que dejaron huellas, sentido y construyeron su sensibilidad como cantante	Música
	Exposición <i>El mundo entero es una Bauhaus</i>	Museo Blanes	Muestra acompañada por un ciclo de conferencias que dieron cuenta de la historia y el papel relevante que jugó el movimiento, creado desde la escuela que creó gran impacto en la vida cotidiana de las personas a lo largo del mundo en el siglo XX	Artes Visuales
	Exposición <i>Estar igual que el resto</i> , de Paula Delgado	MNAV	La muestra es el resultado de una serie de conversaciones con personas ciegas de nacimiento en distintas ciudades del mundo (Montevideo, Lima, La Habana, Santiago, Buenos Aires, Hereford, Asunción, Berna). El trabajo explora cómo se construyen las identidades, en particular las sexuales y de género, cuando las imágenes están ausentes	Artes Visuales
Jun a Dic	<i>Ciclo Montevideo Danza</i>	Sala Zavala Muniz	Seis obras de bailarines y coreógrafos contemporáneos: <i>Negar lo todo</i> , <i>Peso</i> , <i>No espectáculo</i> , <i>Concreto</i> , <i>Serie canibal</i> , <i>Dispositivo en 4</i> , <i>Las Manos</i> .	Artes Escénicas
Jul	Exposición <i>Discurso bienal</i> , de Monitor Plástico	Museo Zorrilla	Basada en el Archivo Digital del Monitor Plástico, la muestra culminó con una publicación que abre puertas a una investigación aún más profunda sobre los envíos nacionales a la Bienal de Venecia, el evento expositivo más prestigioso del mundo	Artes Visuales
	Muestra del artista visual Alfredo Ghierra	MNAV	Muestra de diversos trabajos a lápiz, tinta, ready mades, videos y modelados 3D realizados en los últimos años por el artista, que describen, detallan, investigan y conforman un universo personal donde la formalización tiene cara de ciudades y el espíritu se mueve al ritmo de las elucubraciones sobre el tiempo	Artes Visuales
Ago	III Edición del Festival Internacional de Teatro (FIDAE)		Fundación Itaú participó brindando apoyo para las obras de directores y elencos nacionales que se presentaron dentro de su programación. Este evento se organizó con funciones en casi todas las salas teatrales y espacios escénicos de Montevideo y algunos teatros del interior del país.	Artes Escénicas



Mes	Actividad	Lugar	Descripción	Categoría
Ago	<i>Cuando pases sobre mi tumba, de Sergio Blanco</i>	Sala Zavala Muniz	Una obra que relata los últimos días de vida del autor luego de haber decidido organizar su suicidio asistido en una clínica de lujo en Ginebra	Artes Visuales
	<i>Epifanía, de Andrea Arobba</i>	Espacio GEN	Obras "work in progress" por parte de su directora Andre Arobba, creando para esta nueva temporada un ámbito escénico diferente al haber tenido lugar en el espacio GEN.	Artes Escénicas
Oct	<i>Quinto, de Maia Castro</i>	Teatro Solís	Presentación del nuevo álbum de Maia Castro con parte del repertorio que la acompaña siempre. Allí se mezclan composiciones propias, clásicos reversionados con una mirada actual y canciones provenientes de otros estilos llevadas hacia el tango, la milonga y la música folclórica	Música
	<i>Laura Canoura, 40 años de música</i>	Teatro Solís	Concierto de Laura Canoura con un conjunto de artistas en conmemoración a sus 40 años de música	
Oct Nov	<i>Ciclo Solos al Mediodía</i>	Sala Delmira Agustini	Con curaduría a cargo de Andrea Arobba y producido por GEN, Centro de Artes y Ciencias, el ciclo reúne las obras de bailarines y coreógrafos en formato solo, con presencia de invitados internacionales	Artes Escénicas
	<i>Concurso Jóvenes Creadores</i>	Escuela de Danza Contemporánea Casarrodante	Fue organizado por la Escuela de Danza Contemporánea Casarrodante. Participaron jóvenes bailarines y coreógrafos, todos ellos considerados artistas emergentes	Artes Escénicas
Dic	<i>Actividades de la Fundación Atchugarry</i>	Fund. Pablo Atchugarry	La muestra supone una invitación a sumergirse en el universo de uno de los artistas más significativos de nuestro país. Nombre de culto del arte uruguayo en la escena internacional, sus pequeños personajes, escenarios desolados y objetos modestos son imágenes que ya forman parte de la memoria e iconografía de nuestro tiempo	Artes Visuales
	<i>Exposición El mundo como escenario, de Ignacio Iturria</i>	Fund. Pablo Atchugarry		Artes Visuales

Durante 2019 se presentaron conciertos del ciclo "Cuerdas", de importantes músicos y compositores en la sala Hugo Balzo del Auditorio del SODRE.

Se llevó a cabo la novena edición del Festival Música de la Tierra para la que se realizó una edición de Invierno en el Auditorio del SODRE. Se brindaron talleres organizados en los espacios cedidos por el Auditorio y se contó con el flujo de público, escuelas y centros educativos que pautan su visita durante el año para participar en las actividades que brinda el repertorio de proyectos que se alojan en el SODRE.

Fundación Itaú presenta cada año el Festival de Música de la Tierra, que produce en conjunto con Dúo Producciones. Este festival promueve las distintas manifestaciones que intentan recuperar el valor patrimonial del folklore en sus diversas acepciones. Durante el festival se brindan talleres con temáticas vinculadas a la tierra: gastronómicos, lúdicos, de investigación, etc.

Literatura / Publicaciones

En abril se presentaron las cuatro ediciones anuales de la revista especializada en artes visuales uruguayas La Pupila, única en su rubro y de aparición trimestral. También la Revista Sinfónica, dedicada a la información sobre la actividad lírica y de la música académica en nuestro país.

Se apoyó el Mundial Poético 2019, bajo la dirección del escritor y poeta Martín Barea. Este proyecto supone la presentación performática y de lectura de los trabajos de poetas nacionales y extranjeros que visitan nuestro país invitados por el evento.

A lo largo del 2019 se organizó, conjuntamente con las Fundaciones Itaú de Argentina y Paraguay, el Concurso de Cuento Digital en su edición 2019. Para dos categorías de participantes: escritores sin límite de edad y sub-20. Se presentaron 3144 cuentos en 2019.

Desarrollo de audiencias

Este programa permite a instituciones educativas públicas y privadas participar con sus estudiantes en funciones teatrales de danza o en proyectos audiovisuales, acompañados por sus docentes. Se los provee de materiales didácticos, especialmente diseñados por el programa Desarrollo de Audiencias, relacionados con los contenidos artísticos de las obras, para que sirvan de preparación y como guía de trabajo de profundización y sensibilización en el aula. Al final de cada función se abre una instancia de intercambio de una hora para compartir las inquietudes de los estudiantes con el elenco y el cuerpo técnico de la obra. Se procura especialmente desarrollar nuevas audiencias y fortalecer las ya existentes, con la convicción de que estos proyectos tienen gran poder de transformación en la construcción de una nueva ciudadanía.

Durante 2019 participaron: Liceo Jubilar, Liceo Obra Banneux, Proyecto de apoyo liceal de la Fundación Niños con Alas, Liceo Impulso, Centro Educativo Providencia, Liceo Francisco de Paysandú y ÁNIMA.

Producción audiovisual

Durante 2019 apoyamos la presentación en el canal nacional de la serie de programas del "Monitor Plástico", dedicados a la vida y obra de distintos artistas uruguayos contemporáneos.

Programa Cultural 2019 201-1, 203-1, 203-2

6

disciplinas: artes visuales, música, danza, teatro, audiovisual y publicaciones

32

proyecto apoyados

\$ 2.804.030

de inversión directa

\$ 6.068.200

(neto) de inversión FIC

Artes visuales

9

proyectos apoyados

+163

artistas y técnicos involucrados

+83.910

asistentes

\$ 1.675.000

de inversión directa

\$ 200.000

de inversión FIC

Montevideo
Territorio

Articulación público/privada: Museo Nacional de Artes Visuales (MNAV), Ministerio de Educación y Cultura (MEC) y Dirección Nacional de Cultura (DNC), Universidad de la República, Intendencia de Montevideo.

Artes escénicas

10

proyectos apoyados

+814

artistas y técnicos involucrados

+8.168

espectadores

\$ 320.000

inversión directa

\$ 1.780.000

inversión FIC

Montevideo e interior del país
Territorio

Articulación público/privada: Instituto de Artes Escénicas (INAE), Teatro Solís, SODRE

Desarrollo de audiencia / Polinización cruzada

1

proyecto apoyado

+133

artistas y técnicos involucrados

\$ 140.000

de inversión directa

+517

espectadores

Montevideo
Territorio

Articulación público/privada:
Teatro Solís

Producción audiovisual

1

proyecto apoyado

+47

artistas y técnicos involucrados

+40.000

espectadores

Sin

inversión directa

\$ 450.000

de inversión FIC

Montevideo e interior del país
Territorio

Articulación público/privada: Televisión Nacional Uruguay (TNU)

Música

7

proyectos apoyados

+259

artistas y técnicos involucrados

+4.350

espectadores

\$ 360.000

de inversión directa

\$ 3.538.200

de inversión FIC

Articulación público/privada:
Teatro Solís, SODRE

Literatura / Publicaciones

4

proyectos apoyados

+290

artistas y técnicos involucrados

+12.500

destinatarios

\$ 309.030

de inversión directa

\$ 100.000

de inversión FIC

Montevideo e interior del país
Territorio

Programa Social 413-1, 103-1, 103-2, 103-3

El Programa Social tiene como objetivo contribuir a la mejora del sistema educativo en Uruguay, ofreciendo formación técnica, herramientas para la evaluación y recursos para el desarrollo de proyectos socioeducativos.

Conocimiento

Proveer recursos para la producción de conocimiento en materia de educación.

Formación

Ofrecer formación en temas relevantes en educación.

Evaluación

Generar valor a través de la disposición de una metodología de evaluación de impacto de proyectos sociales.

Recursos

Brindar apoyo económico para proyectos que apunten a la Innovación en educación.

Este programa tiene dos líneas de trabajo:

- Apoyo a instituciones socioeducativas orientadas a niñas y niños, adolescentes y jóvenes en situación de vulnerabilidad social, que cursan enseñanza inicial, primaria, secundaria básica o bachillerato.
- Apoyo a programas o iniciativas que apunten a la generación de cambios o soluciones a la problemática de la educación en nuestro país.

Trabajamos con instituciones que ofrezcan una solución a un problema de educación en una zona de contexto vulnerable y que cuenten con el aval y la legitimación del Estado.

Trabajamos con diez instituciones socioeducativas: Liceo Impulso, Liceo Francisco de Paysandú, Centro Educativo Los Pinos, ÁNIMA - Bachillerato Tecnológico, Centro Educativo Providencia, Programa Salir Adelante de la B'nai B'rith, Programa Camino TIC de Universidad ORT, Liceo Jubilar Juan Pablo II, Fundación Niños con Alas, y Fe y Alegría Uruguay.

En lo que respecta a los programas relacionados con la educación, apoyamos a Eduy21, think tank o movimiento de la sociedad civil plural e inclusivo que aboga por el cambio educativo integrando instituciones y actores de dentro y fuera de sistema educativo nacional.

Apoyamos un ciclo de ocho conferencias, seminarios y talleres en diferentes ciudades del interior, dirigidos a docentes, educadores y gestores de centro educativos, así como a la comunidad en general.

La innovación este año consistió en desarrollar una única temática y un mismo speaker, bajo el título "La educación en el mundo", buscando contribuir a la formación, difusión y discusión sobre temas actuales de la educación. Las ciudades visitadas fueron Maldonado, Salto, Paysandú, Colonia, Rivera,

Tacuarembó, San José y Montevideo.

Se apostó nuevamente al Desafío Educación de Socialab, en su tercera edición. Se trata de una plataforma de innovación educativa que fomenta la postulación de emprendimientos que mediante ideas innovadoras den soluciones concretas a problemáticas de la educación. Los ganadores obtuvieron un capital semilla, además de capacitación y los contactos necesarios para desarrollar lo mejor posible su proyecto.

Leé para un niño

Este programa busca contribuir a que niñas y niños de primera infancia accedan a una educación de calidad a través de la promoción de la lectura.

Se hizo foco en visibilizar la herramienta de la lectura como un insumo necesario para el desarrollo emocional y cognitivo en la primera infancia, basado en que la lectura de adulto a niñas y niños es un pilar tanto para su proceso de socialización como para sus futuros aprendizajes.

Se definieron cuatro líneas de trabajo: mediación de lectura, donación de libros, sensibilización/capacitación y alianzas estratégicas para fortalecer y hacer crecer el programa.

- **102 mediaciones de lectura y 520 libros donados.**

- **Dos talleres de lectura para niños de 0 a 2 años, con presencia de voluntarios corporativos Itaú, del MIDES y agentes de UCC, en las ciudades de Salto y Tacuarembó.**

- **Dos alianzas estratégicas, Uruguay Crece Contigo del MIDES y Plan Nacional de Lectura de la Dirección Educación del MEC.**

520
libros
donados

+500
niñas y niños
impactados

102
mediaciones
de lectura

\$ 382.414
de inversión directa

37
voluntarios

3 centros en Montevideo
3 centros en el Interior
8 capacitaciones a voluntarios y educadores
2 alianzas estratégicas generadas

Programa Social 2019

2

proyectos
apoyados

10

instituciones
educativas
apoyadas

36

proyectos
beneficiados

\$ 1.080.000

de inversión directa

\$ 8.170.440

(neto) de inversión Ley de
Donaciones Especiales

+2.708

niños y niñas
impactados

Polinización Cruzada

La Polinización Cruzada resulta del cruce del programa social y cultural. La metodología de trabajo crea una sinergia positiva en

cuanto a su impacto social y la eficiencia en el manejo de recursos. En 2019 continuamos con el apoyo al programa Desarrollo de Audiencias del Teatro Solís con 33 funciones, 29 de ellas con intercambios entre elencos y estudiantes.

Centro de Capacitación

El Centro de Capacitación ha operado siempre como incubadora para nuevos emprendimientos y proyectos en la gestión de la cultura.

Brindamos formación desde hace 24 años en temas relacionados con la gestión de la cultura.

- **Diploma en Gestión Cultural** (1 año)
- **Gestión de la Producción Artística** (56 horas)
- **Periodismo Cultural** (68 horas)

2017

34 alumnos

21 docentes

2018

41 alumnos

21 docentes

2019

67 alumnos

21 docentes



Índice de contenidos GRI

102-55
Serie GRI 102
Contenidos Generales 2016

Estándar GRI	Número de página / Comentarios	Omisiones	Principios del Pacto Global Vinculados
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
102-1 Nombre de la organización	Banco Itaú S.A.		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Pág. 41,42,43,45,49,53,54,55,56,		
102-3 Ubicación de la sede	Dr. Luis Bonavita 1266 Torre IV Piso 10. Montevideo, Uruguay		
102-4 Ubicación de las operaciones	Pág. 10, 47		
102-5 Propiedad y forma jurídica	Banco Itaú Uruguay S.A. es una sociedad anónima y pertenece a Itaú Unibanco Holding S.A.		
102-6 Mercados servidos	Pág.10, 41,42,43,		
102-7 Tamaño de la organización	Pág. 10,32, 37, 47,57,58		
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Pág. 58		Principio 6
102-9 Cadena de suministro - Descripción incluidos los elementos principales relacionados con las actividades principales	Pág. 67,68,69,70		
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No se registraron cambios significativos en el período.		
102-11 Principio o enfoque de precaución	Pág. 11,12,27,73		
102-12 Iniciativas externas	Pág. 11,15,16		
102-13 Afiliación a asociaciones	Pág. 11,15,16		
ESTRATEGIA			
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Pág.4		Compromiso con los Principios de Pacto Global
102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales	Pág. 10,11,25,26,27,52		
ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Pág. 22,23,		Principio 10
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pág. 22,23		Principio 10
GOBERNANZA			
102-18 Estructura de gobernanza	Pag. 18,19,20,21,22		
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
102-40 Lista de grupos de interés	Pág. 13,16,		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Pág. 65,66		Principio 3
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Pág 7,8,13,16,		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág.7,8,13,16,41,43,44,46,53,61,69		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág. 8,27,28,43,44,69		
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Pág. 39,40		
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Pág.7, 8		
102-47 Lista de temas materiales	Pág.7, 8		
102-48 Reexpresión de la información	Pág. 75		
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios significativos.		
102-50 Período objeto del informe	Pág. 7		
102-51 Fecha del último informe	Este es el tercer reporte de Banco Itaú Uruguay SA. El reporte correspondiente a la gestión 2019 está publicado en el sitio web de la organización: https://www.ita.com.uy/inst/reportesustentabilidad2018.html		
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Pág. 7		
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pág. 7		
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Pág. 7		
102-55 Índice de contenidos GRI	Pág. 83		
102-56 Verificación externa	El presente reporte no cuenta con verificación externa de la información. Los datos que se exponen están respaldados por la empresa.		

Referencias: Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Serie GRI 200 ECONÓMICOS

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
201- Desempeño económico				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 10, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,38		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 10, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,38		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 5,6,31,32,33,34,35,36,37,38		
201- Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 32, 37,43, 80,81		
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	No se registraron consecuencias significativas financieras en los gastos bajo nuestra gestión derivadas del cambio climático. Nuevas tecnologías (LED y aires acondicionados) han mejorado la eficiencia energética en los nuevos proyectos y reformas realizadas, sin ser significativas en el total del gasto.		Principio 6
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pág. 64,65		
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	No se recibió asistencia financiera por parte del gobierno.		
202- Presencia en el mercado				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 5, 6, 10,32,41,42		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 10,32,41,42		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 10,32,41,42		
202 - Presencia en el mercado	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Todos los salarios de Banco Itaú Uruguay S.A. se encuentran por encima del salario mínimo legal. Frente al salario mínimo legal la organización establece un salario mínimo tres veces mayor. El salario base para cada categoría es igual en hombres y mujeres.		Principio 6
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	El 90% de los directores y el 100% de los gerentes de la organización son uruguayos.		Principio 6
203 -Impactos económicos indirectos				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pag. 14		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 14, 78,79		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 14		
203- Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pág. 14, 78,79,80,82		
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Pág. 14, 78,79,80,82		
GRI 204- Prácticas de Adquisición				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 67,68,70		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 67,68,70		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 67,68,70		
204 - Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 68		
205- Anticorrupción				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 27,28,29,		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 27, 28,29		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 27, 28,29		
205- Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág.22, 29		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 28,29		Principio 10
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se registraron casos en el período de este reporte.		Principio 10
206- Competencia desleal				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	El Código de Ética establece que el banco y su personal deben actuar en conformidad con los preceptos de la libre competencia y respetar la reputación y las opiniones de nuestros oponentes. Banco Itaú Uruguay S.A. forma parte de asociaciones empresariales con el espíritu de cooperación y con el único objetivo de perfeccionar los sectores de la economía en los que actúa. Se respeta la propiedad intelectual y no utiliza información de la competencia sin su autorización expresa. Para conocer más: https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.com.pdf		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Se promueve la competencia leal y honesta. En consecuencia, cualquier práctica que procure ilegalmente debilitar la competencia está prohibida. Es inaceptable: -Promover prácticas de espionaje empresarial y obtener planes y acciones de la competencia por medio de métodos turbios. -Hacer comentarios que puedan afectar la imagen o contribuir a divulgar rumores sobre nuestra competencia. - Tratar con los competidores asuntos delicados que constituyan aspectos distintivos estratégicos, tales como estrategias de aspectos distintivos estratégicos, tales como estrategias de negocio, ventajas competitivas, política de precios, términos de contrato, costos, encuestas de mercado, resultados contables y de gestión, desarrollo de nuevos productos, servicios y tecnologías. Para conocer más: https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.com.pdf		

Serie GRI 200 ECONÓMICOS

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	La organización capacita a sus colaboradores en el Código de Ética y cuenta con canales para recepcionar inquietudes que surjan respecto al mismo.		
206 - Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No hubo acciones jurídicas relacionadas con los temas expuestos durante 2019.		

Referencias:

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Serie GRI 300: AMBIENTALES

301: Materiales e insumos

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 72- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 72- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 72- 75		
301 - Materiales e insumos	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 73 - 74		Principios 7 y 8
	301-2 Insumos reciclados utilizados	Pág. 73 - 74		Principios 7 y 8
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 73 - 74		Principio 8

302 -Energía

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 74		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 74		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 74		
302 - Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Pág. 74		
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	Pág. 75		
	302-3 Intensidad energética	Pág. 74		Principio 8
	302-4 Reducción del consumo energético	Pág. 74		Principio 8 y 9
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 74		Principio 7

303- Agua

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 74- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 74- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 74- 75		
303 - Agua	303-1 Extracción de agua por fuente	Pág. 74- 75		Principio 7 y 8
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	No aplica por el tipo de actividad de la empresa.		
	303-3 Agua reciclada y reutilizada	Pág. 74- 75		

GRI 305- Emisiones

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 75		Principio 8
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 75		
305 - Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 75		Principio 7 y 8
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pág. 75		Principio 7 y 8
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Pág. 75		Principio 7 y 8
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	0,016 Toneladas de CO2 por m2		Principio 8
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Al haber modificado la metodología de medición, no es posible comparar las emisiones respecto al año anterior para saber si hubo reducción.		Principio 8 y 9
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	No resulta material por el tipo de actividad de la empresa.		
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	No resulta material por el tipo de actividad de la empresa.		

306 -Efluentes y residuos

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 74 - 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 74 - 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 74 - 75		
306 - Efluentes y residuos	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Todos los edificios y sucursales de Banco Itaú Uruguay S.A. se encuentran en zonas urbanas y los efluentes generados son tratados por el servicio sanitario público. Las aguas residuales (grises y negras) del uso de oficinas reciben el tratamiento correspondiente a los sistemas disponibles en las ciudades en que se encuentran las mismas.		
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	Pág. 73 - 74		Principio 8
	306-3 Derrames significativos	No aplica por el tipo de actividad de la empresa.		

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
306 - Efluentes y residuos	306-4 Transporte de residuos peligrosos	No aplica por el tipo de actividad de la empresa.		
	306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía	No existen fuentes de agua afectados por nuestras operaciones.		
307 - Cumplimiento ambiental				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 72- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 72- 75		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 72- 75		
307 - Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Los organismos reguladores son la Dinama (Dirección Nacional de Medio Ambiente) y la IMM (Intendencia Municipal de Montevideo). Hasta la fecha no se han recibido multas por incumplimiento de la normativa ambiental.		Principio 8
308 - Evaluación ambiental de proveedores				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág.69		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág.69		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág.69		
308 - Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Pág.69		
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág.70		

Referencias:

Principio 7: Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.

Principio 8: Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

GRI-Standard 400 SOCIALES

401: Empleo

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 57,58,59		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 57,58,58,60,61,62,63		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 57,58,58,60,61,62,63		
401 Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas	Pág. 62		Principio 6
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	No hay diferencias entre los beneficios para empleados de tiempo completo y empleados temporales o de tiempo parcial.		
	401-3 Permiso parental	Durante 2019, 40 colaboradores (27 mujeres y 13 hombres) accedieron a licencia por maternidad y paternidad. El 100% regresó a su puesto de trabajo y mantuvo su empleo después de 12 meses de regresar al trabajo luego su licencia.		

402- Relaciones trabajador - empresa

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 60,61,62,63		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 60,61,62,63		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 60,61,62,63		
402 Relaciones trabajador - empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	El convenio colectivo no plantea que sea necesario el brindar avisos previos por cambios operacionales en la organización. En la práctica el banco apunta a que los cambios sean voluntarios y previamente acordados entre colaboradores y gestores. No se realizan traslados al interior del país sin la voluntad expresa del colaborador.		Principio 3

403 - Salud y Seguridad en el trabajo

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 65		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 65		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 65		
403 - Salud y Seguridad en el trabajo	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad	Pág. 56		
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	Pág. 65		
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	No se han identificado puestos de trabajo que impliquen una alta incidencia o alto riesgo de enfermedades.		Principio 6
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	Pág. 65		

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
404 Formación y enseñanza				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 62,63		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 62,63		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 62,63		
404 Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Pág. 62,63		Principio 6
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 62,63, 65		
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Pág. 63		Principio 6
405 - Diversidad e igualdad de oportunidades				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 50,57,59,63,77		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 50,57,59,63,77		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 57,59		
405 - Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pág. 57, 59		Principio 6
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Pág. 63		Principio 6
406 - No discriminación				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 47,57,59		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 47,57,59		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 57,59		
406 - No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida	No se han registrado casos relacionados con este punto en 2019.		Principio 6
407 - Libertad de asociación y negociación colectiva				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 65		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 65		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 65		
407 - Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Pág. 70 La libertad de asociación y negociación colectiva es regulada por el Poder Ejecutivo a través de la Ley de Tercerizaciones y Consejos de Salarios antes mencionados. No hemos identificado casos donde esta situación corra peligro.		Principio 3
408 - Trabajo infantil				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 70		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 70		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 70		
408 - Trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Banco Itaú Uruguay S.A. cumple con la legislación laboral en todas sus operaciones. No se ha detectado trabajo infantil en ninguno de los proveedores. Se entiende que no representa un riesgo significativo en el mercado local ni en la industria financiera.		Principio 5
409 - Trabajo forzoso u obligatorio				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	En el Código de Ética se explicita el respeto por los derechos humanos, promover y adoptar políticas y prácticas de prevención y combate a todo tipo de discriminación, acoso, prejuicio y condiciones de trabajo indignas (como el trabajo infantil o forzoso). Para conocer más: https://www.itaubank.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_itaubank.pdf		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Las políticas de la organización están orientadas por la Declaración de Derechos Humanos de Naciones Unidas, los Principios de Pacto Global, las directrices de OIT y la Legislación Laboral Uruguaya. Se cumple con la legislación laboral en todas las operaciones de la organización.		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	En el Código de Ética se explicita bajo el Principio de Interdependencia donde se determina que es inaceptable tolerar cualquier forma de trabajo degradante (infantil, forzoso y otros). Para conocer más: https://www.itaubank.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_itaubank.pdf		
409 - Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han detectado proveedores en los que este riesgo esté presente. En el marco de la Ley de Tercerización Laboral de servicios, se realizan auditorías laborales que implican la verificación en el cumplimiento de la normativa en materia laboral y la no explotación del trabajo infantil por parte de nuestros proveedores.		Principio 4
410 - Prácticas en materia de seguridad				
103-1 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	El servicio de seguridad se encuentra tercerizado en una empresa líder de mercado en materia de seguridad. Dado la sensibilidad del servicio prestado, se trabaja con la misma empresa desde hace varios años. El control de servicio se realiza desde el área de Seguridad y Activos Fijos.		
103-2 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	En función de la sensibilidad y confidencialidad requerida del servicio de seguridad por parte de la industria financiera, la organización no realiza licitaciones periódicas para la contratación de empresas de seguridad.		

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
103-3 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	El control de calidad del servicio está regido por la Política de Conozca a su Proveedor y la Política General de Compras. Se realizan visitas anuales a la empresa.		
410 - Prácticas en materia de seguridad	410 -1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	El servicio de seguridad del banco está tercerizado. La empresa de seguridad cuenta con una Política Integrada de gestión de la calidad, seguridad y salud ocupacional y medio ambiente. Además, busca asegurar el bienestar de sus empleados y familias, brindando talleres para mejorar la seguridad, la autoprotección, las finanzas y combatir la violencia en los hogares y la sociedad.		Principio 1
412 - Evaluación de los derechos humanos				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Los derechos humanos son considerados un tema transversal en cada acción realizada por Banco Itaú Uruguay S.A. Para conocer más: https://www.itaubank.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_itaubank.pdf		Principio 2
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	La organización no realiza capacitaciones específicas en derechos humanos, pero estos temas están implícitos en cada curso o taller que se lleva a cabo. Todos los nuevos gestores participan del programa Bienvenido Gestor y todos los gestores del Programa de Liderazgo, en donde se tratan temas de derechos laborales, de igualdad, de libertad de asociación, etc. Los cursos sobre seguridad de la información y seguridad física también incorporan temas relacionados al derecho a la privacidad y seguridad. Capacitaciones como la de Integridad y Ética incluyen temas de derechos humanos.		Principio 2
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	La empresa establece instancias de diálogo con los colaboradores, así como canales para que puedan expresar cualquier inquietud respecto a este asunto o denunciar su incumplimiento.		
412 - Evaluación de los derechos humanos	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	No hubo operaciones sometidas a revisiones por este tema en 2019.		
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		En el transcurso del período no se han registrado la cantidad de participantes y horas impartidas en formación específica sobre derechos humanos.	Principio 2
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	No se registraron acuerdos con cláusulas sobre derechos humanos en 2018.		
413 - Comunidades locales				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 11,13,66,69,76,77,81,82		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 11,13,66,69,76,77,81,82		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 11,13,66,69,76,77,81,82		
413 - Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pág. 13,66,69,70, 78,79,80,81,82		Principio 1
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Pág.27		Principio 1
414 - Evaluación social de proveedores				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 69		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69		
414 - Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pág. 72		
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 70		Principio 2
415 - Política Pública				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Las relaciones y los contactos que mantenidos con agentes públicos, independientemente de cargo o jerarquía, exigen una gran transparencia y rigurosa rendición de cuentas de nuestra parte. Banco Itaú Uruguay S.A. establece en el Código de Ética que los recursos donados deberán constar en los documentos contables y darse a conocer según la legislación vigente en los países en que opera; respetar la manifestación de opiniones y la participación política de los administradores y colaboradores en carácter estrictamente personal, siempre y cuando tales prácticas no representen explícitamente la posición de Itaú ni constituyan una forma velada de apoyo institucional. Está vedada la contribución por empresas del conglomerado para candidatos a cargos públicos y partidos políticos.		

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	De manera de cumplir con altos estándares de transparencia se establece en el Código de Ética: •Mantener las decisiones corporativas libres de preferencias partidarias o ideológicas para no comprometer la exención de Itaú; •Relacionarse teniendo siempre en cuenta el conflicto aparente de intereses, o la percepción que otros puedan tener de nuestra conducta, para no poner en tela de juicio la integridad de Itaú; •Limitar las alianzas y contribuciones (patrocinios, donaciones y otros) al beneficio de la colectividad y con la finalidad de perfeccionar el servicio público como forma activa de ejercer nuestra ciudadanía corporativa; •Condicionar eventuales contribuciones a partidos o a candidatos políticos a las determinaciones de las legislaciones locales y a la conformidad con nuestras directrices de perfeccionamiento de la ciudadanía y de la sociedad. El banco ha establecido que en Uruguay está vedada la contribución por empresas del conglomerado para candidatos a cargos públicos y partidos políticos. Para conocer más: https://www.itaú.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_itaú.pdf		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	En el Código de Ética se establece que los recursos donados deberán constar en los documentos contables y darse a conocer según la legislación vigente en los países en que se opera.		
415 - Política Pública	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	No se realizaron contribuciones a partidos y/o representantes políticos. El banco ha establecido que está vedada la contribución por empresas del conglomerado para candidatos a cargos públicos y partidos políticos.		Principio 10
416 - Salud y Seguridad de los clientes				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Las medidas de seguridad adoptadas en sucursales se rigen por el Reglamento General de Requisitos de Seguridad para Instituciones de Intermediación Financiera (decreto 213/011)		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Las medidas efectivamente implementadas por Banco Itaú exceden los requisitos mínimos.		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Se realizan simulacros de evacuación y comunicados internos para informar y recordar cómo proceder en caso de evacuación.		
416 - Salud y seguridad en los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Anualmente se realizan capacitaciones para los equipos de las sucursales obre primeros auxilios, o cómo actuar en caso de asalto.		
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No se registraron casos de incumplimiento en el período		
417 - Marketing y Etiquetado				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 49,50		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 49,50		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 49,50		
417 - Marketing y Etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Todas las comunicaciones de Marketing están regidas a nivel regional por un Manual de Marca. El compromiso con la transparencia en la relación con el cliente garantiza que la información sobre productos y servicios sea clara y posibilite un entendimiento suficiente sobre las condiciones y funcionamiento al momento de tener que tomar una decisión de compra de un servicio bancario. Además, se dispone de canales de comunicación con el banco en caso de requerir información adicional.		
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se han registrado casos relacionados con este punto		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No se han registrado casos relacionados con este punto		
418 - Privacidad del cliente				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 27, 52, 53		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 27, 52, 53		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 27, 52, 53		
418 - Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Existen mecanismos de control interno que hacen que a los datos del cliente solo accedan aquellos colaboradores que tienen directa relación o necesidad, independientemente de estar regulados por la Ley de Secreto Bancario (artículo 25 del decreto ley 15322). Se cuenta con ambientes de procesamiento de datos y de desarrollo de sistemas totalmente segregados. Los proveedores, tanto locales como internacionales están sujetos a estas normas. Es obligatoria la firma de un acuerdo de confidencialidad (ADC), acuerdo de no divulgación (en inglés non-disclosure agreement o NDA), también referidos como contratos o convenios de confidencialidad. De la oferta de aplicaciones disponibles que nuestros clientes tienen para realizar transacciones, se incorpora a nuestros desarrollos las mejores experiencias de usuario. Asimismo, la utilización de elementos de seguridad acordes a los tiempos que corren brinda el marco adecuado de confiabilidad cuando se utilizan nuestros sitios web y aplicaciones. Además se generan campañas de comunicación interna periódicas que abordan temas de seguridad de la información, así como capacitaciones para todo el personal. No se han registrado casos de violaciones de la privacidad o pérdida de datos de cliente.		

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
419 - Cumplimiento socioeconómico				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Banco Itaú cumple con todas las obligaciones legales en cualquier país donde desarrolle su actividad.		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Nos mantenemos informados de las leyes que conforman el marco legal en el que operamos sin incurrir en violación alguna. Este principio aplica a todas las áreas de negocio sin excepción.		
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Nos regimos por las leyes vigentes en Uruguay.		
419 - Cumplimiento socioeconómico	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No hay incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico. No se envían informes a la SEC (Securities and Exchange Comission) En relación a la Ley Sabarnes – Oxley de EEUU, tanto nuestra entidad controlante como la consultora externa PwC entendieron que no era necesario realizar dichos controles en nuestra unidad.		
Referencias:		Principio 4: Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio Principio 5: Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil. Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.		
Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.				
Principio 2: Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.				
Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.				
Indicadores del Sector Financiero				
Cartera de Productos	FS1- Políticas con componentes específicos ambientales y sociales aplicados a productos y servicios.	Pág.14		
	FS2-Procedimientos para analizar y evaluar riesgos ambientales y sociales de productos y servicios.	Pág. 25,27. No hubo proyectos que requirieran de evaluación según los Principios de Ecuador durante 2019.		
	FS3-Procesos para monitorear el "cumplimiento" e implementación por parte de los clientes de los aspectos ambientales y sociales incluidos en productos y servicios específicos.	La organización cuenta con un Manual de Políticas y Procedimientos de créditos donde se establece la prohibición de préstamos que contravengan normas de protección ambiental, bosques, reservas naturales o plantaciones, excepto que existan bosques, reservas naturales o plantaciones, excepto que existan dictámenes de auditores independientes y autorizaciones gubernamentales expresas que permitan la realización de los proyectos a financiar y que estén en línea con la Política para Riesgo Socio-Ambiental. Se implementó el flujo de aprobación previsto en los Principios de Ecuador. Durante 2019 no se presentaron propuestas de financiación de proyectos que requirieran ser evaluados por el flujo de aprobación previsto en los Principios de Ecuador.		
	FS4-Proceso (s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y los procesos medio ambientales y sociales aplicados a las líneas del negocio.	Pág. 27,28,29,41,49,62		
	FS5-Interacciones con clientes/sociedades participadas/ socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades ambientales y sociales.	La organización cuenta con un Manual de Políticas y Procedimientos de créditos donde se establece la prohibición de préstamos que contravengan normas de protección ambiental, bosques, reservas naturales o plantaciones, excepto que existan dictámenes de auditores independientes y autorizaciones gubernamentales expresas que permitan la realización de los proyectos a financiar y que estén en línea con la Política para Riesgo Socio-Ambiental. Se implementó el flujo de aprobación previsto en los Principios de Ecuador.		
	FS6-Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según región (e. individuos, microempresas/PYMES grandes) y sector de actividad.	Pág. 42,43		
	FS7-Valor monetario de productos y servicios designados para proveer un específico beneficio social por cada línea de negocio y por propósito.	No se cuenta aún con este tipo de productos y servicios.		
	FS8- Valor monetario de productos y servicios designados para proveer un específico beneficio ambiental por cada línea de negocio y por propósito.	No se cuenta aún con este tipo de productos y servicios.		
	FS9-Extensión y frecuencia de las auditorías para analizar la implementación de políticas ambientales y sociales y procedimiento de análisis de riesgo.	Pág. 19,20,22		
	FS10- Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se haya interactuado en temas ambientales y sociales incluidos en el reporte.	Durante 2019 se evaluó y se aprobó el financiamiento del recambio de flota de unidades de transporte colectivo con tecnología EURO 5. A los efectos de su aprobación se ponderó de forma relevante el impacto positivo de las mismas respecto a las unidades que se encuentran circulando en la actualidad.		
Activismo Societario	FS11-Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.	No se cuenta con activos sujetos a control ambiental y social positivo y negativo.		
	FS12-Política o políticas de voto aplicadas a aspectos ambientales o sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho a voto o recomendación de voto.	No contamos con políticas formales de voto o recomendación en aspectos ambientales y/o sociales.		