



Cápsula Clientes

2025

Banco Itaú Uruguay S.A

Un Banco con foco en el cliente

GRI |3-3, 2-6 |

“Hay una escucha muy atenta al cliente que impacta en la forma que operamos. Escuchar al cliente es parte de nuestra cultura y nos permite seguir evolucionando.”

Agustín Tafernaberry
CEO Itaú Uruguay

Nuestra estrategia se basa en la centralidad en el cliente, impulsada por una escucha activa que orienta nuestro día a día y nos permite responder de manera cada vez más precisa a sus necesidades. Trabajamos para estar más cerca, acompañar a nuestros clientes en cada etapa de su recorrido y contribuir al crecimiento de las personas, empresas y corporaciones.

En este contexto, evolucionamos nuestro modelo de atención y la experiencia del cliente. Pasamos de Pymes a Itaú Empresas y nació Itaú Corporate. Dos marcas que reflejan el nivel de desarrollo, sofisticación y necesidades específicas de cada cliente.

Centralidad en el cliente, siempre

GRI |3-3; 2-29 |

Queremos ser la empresa financiera con mayor foco en el cliente del mundo.

Alcanzamos:
698.304 clientes minoristas
5.554 clientes mayoristas.

Comunidad de experiencia del cliente

Consolidamos el modelo de comunidades: una forma de trabajo que potencia la colaboración entre equipos interdisciplinarios, acelera la entrega de valor al cliente y promueve una cultura de aprendizaje continuo con un marco de trabajo ágil. Alineamos pensamiento, decisión y creación de productos, colocando al cliente en el centro. Esto genera equipos más alineados, procesos más eficientes y productos más valiosos.

A su vez, profundizamos el conocimiento del cliente mediante herramientas de analítica y voz del cliente, apoyadas en innovación tecnológica, que permiten decisiones más ágiles y basadas en datos.

Comunidades de experiencias de clientes			
Personas Físicas (Personas)		Personas Jurídicas (Empresas y Corporaciones)	
Inicio de la relación	Día a día		
Beneficios y Lealtad	Desarrollo		

Entregas destacadas

Paquete Full: lanzado para complementar la propuesta de valor para clientes personas físicas. Tras el lanzamiento del paquete Personal Bank en 2024, orientado al segmento de alta renta, se incorporó una solución integral de productos y servicios pensada para clientes de ingresos medios-altos, que facilita su operatoria diaria con mayor conveniencia.

Header y Cuentas en SuperApp: para el nuevo diseño de home, se revisó la propuesta para la sección de cuentas, manteniendo lo que funciona del diseño actual y trayendo al frente las funciones que los clientes buscan con mayor frecuencia para que queden de fácil acceso.

Centro de seguridad: se unificó la experiencia de seguridad en un botón de rápido acceso para facilitar las acciones de bloqueo, cambio de contraseña y gestión de límites.

Prevención de fraudes: se consolidó la información referida a este tema para facilitar al cliente el acceso a las medidas de seguridad y prevenir que sea objeto de fraude.

Mi Itaú: evolución de la sección, incorporando el acceso a la información sobre el ahorro por beneficios además de acceso directo al contacto con el ejecutivo de cuentas en Personal Bank.

Pagos: lanzamiento nueva sección pagos con evolución en la experiencia de pagos de servicios.

Experiencia Inversiones en la App: Se incorporaron nuevas opciones de inversión en pesos desde la App, como Itaú Liquidez Pesos y Letras de Regulación Monetaria.

Préstamos: se lanzó un nuevo diseño de home de préstamos en la App.



Vínculo cercano e interacción, ante todo

Fortalecimos nuestro ecosistema de herramientas digitales para gestionar la comunicación con clientes de forma integrada y consistente, combinando canales, plataformas y soluciones basadas en datos. Promovemos una comunicación cercana e inclusiva, que priorice la atención personalizada.

Consolidamos una herramienta de gestión, que nos permite tener una visión integral de las interacciones y una mayor coordinación entre áreas.

En este marco, avanzamos en la digitalización de la experiencia, consolidando la SuperApp como principal canal de interacción con clientes, centralizando comunicaciones y optimizando funcionalidades para una experiencia más ágil y personalizada.

Soluciones digitales para la inclusión financiera

Como Grupo Itaú, impulsamos soluciones digitales innovadoras que fortalecen la inclusión financiera y amplían el acceso de personas, comercios y empresas a herramientas de cobro, pago y financiamiento. En este marco, consolidamos un ecosistema integrado de medios de pago que combina cercanía, simplicidad y nuevas oportunidades de negocio.

Handy acerca a micro y pequeñas empresas — especialmente del interior y con menor acceso bancario— una solución integral para gestionar cobros, pagos, créditos y datos, facilitando su crecimiento cotidiano.

Plexo brinda a empresas locales una plataforma de pagos y cobros digitales para e-commerce, simple y segura, que les permite expandir ventas tanto en el mercado local como hacia el exterior.

Paigo promueve una bancarización más inclusiva mediante medios de pago flexibles e innovadores, incorporando alternativas de financiación accesibles aún sin tarjeta de crédito.

Prex: acceso a productos y servicios financieros en LATAM a través de una cuenta digital vinculada a una tarjeta internacional y APP para celulares.

Principalidad y fidelidad

Lideramos el ranking de NPS¹ competitivo en los tres segmentos, lo que muestra la fidelización de nuestros clientes:



Transparencia y cuidado de las relaciones

GRI | 3-3; 416-1; 417-1 |

Brindamos información sobre nuestros productos de forma clara, veraz y accesible, alineada a las normativas y las buenas prácticas.

Cuidamos a nuestros clientes y sus datos, con medidas de ciberseguridad y prevención de fraudes. Fortalecimos la inversión en innovación tecnológica y creamos un equipo dedicado a la concientización y mejora de la experiencia del cliente, con foco en la reducción de pérdidas.

Las nuevas tecnologías, sumadas a acciones de comunicación, educación financiera y mejora en la claridad de los mensajes contribuyeron con la disminución de los clientes afectados.

¹ El NPS es un índice de satisfacción de clientes que expresa su voluntad de recomendación. Net Promoter Score (NPS) la principal métrica de seguimiento de negocios y jornadas.

Banca Minorista

GRI | 2-6 |

La nueva segmentación y paquetes de productos y servicios lanzados en el año llevaron al crecimiento de toda la cartera de clientes minoristas.

Los segmentos que más crecieron fueron Itaú Personal Bank en un 69%, U25 en un 15% y Empresas (antes Pymes) en un 11%

698.304 clientes minoristas totales en 2025

+31.960 (vs. 2024)
5% de crecimiento anual
83% son de Montevideo
50% son mujeres

Tipo de Clientes	2024	2025	Variación 24/25	Distribución por tipo de clientes en 2025
Personas físicas	640.505	669.537	4,50%	96%
Empresas	25.839	28.767	11,30%	4%
TOTAL	666.344	698.304	4,80%	100%

Productos

- Cuentas
- Depósitos
- Créditos
- Tarjetas
- Seguros

- La cartera de crédito creció un 20,7% en términos nominales.
- La cartera de tarjetas de crédito y débito, crecieron 22% y 16% respectivamente respecto al año anterior.
- La cartera de Inversiones y depósitos: creció un 22,6% en montos y un 36% en cantidad de clientes con inversiones.
- Nos posicionamos como la institución privada de mayor crecimiento y volumen en el segmento familias, con un 22% de crecimiento de inversiones y saldos a la vista.
- El volumen de pago de facturas a través de canales digitales aumentó en un 19%



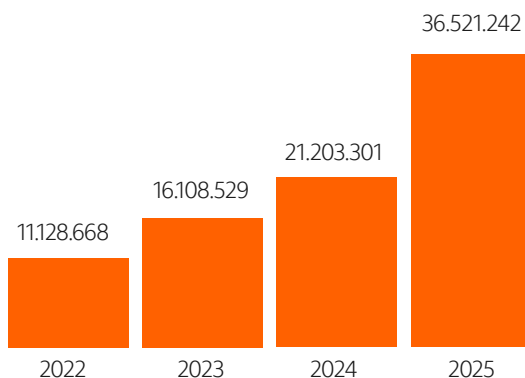
Inversiones ESG

Integramos la sostenibilidad en nuestro modelo de negocio, promoviendo inversiones con criterios ESG.

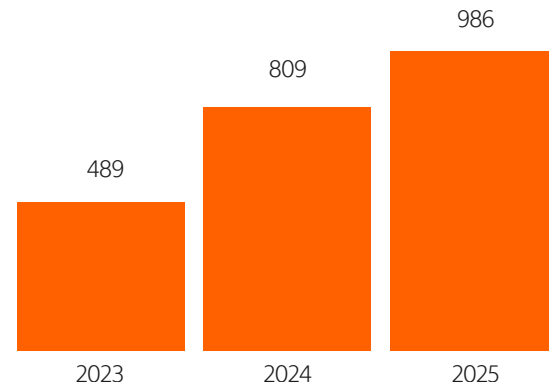
72%
crecieron los montos invertidos
con respecto al año anterior.

23%
creció la cantidad de clientes
que eligió estas inversiones
consolidando el interés
por soluciones financieras
sustentables.

Inversiones con criterio ESG en USD



Cantidad de Clientes que los eligieron



Itaú Empresas

Evolucionamos de un enfoque de pymes hacia un modelo centrado en empresas, con una propuesta de valor basada en la cercanía, la satisfacción y la principalidad.

Avanzamos hacia una segmentación más personalizada, que permite diseñar modelos de atención a medida, incorporando especialistas en sucursales y esquemas de carterización que fortalecen la relación integral con cada cliente y potencian los resultados.

Esta transformación implicó profundizar el entendimiento de las necesidades de las empresas y desarrollar propuestas a medida y modelos de atención especializada para acompañar a sectores estratégicos con propuestas adaptadas a sus necesidades de desarrollo, financiamiento y crecimiento.

28.767 clientes
(vs. 25.839 en 2024)

+ 2.828 nuevas empresas
(+11% vs 2024)

Núcleo Tech

Consolidó una atención diferencial para empresas tecnológicas y startups, con equipos especializados, soluciones crediticias flexibles y acompañamiento financiero acorde a cada etapa de maduración, fortaleciendo además la articulación con el ecosistema emprendedor para impulsar innovación abierta y nuevas oportunidades de negocio.

Agro

Avanzó como programa piloto orientado a pequeños productores, con una propuesta de atención y financiamiento ajustada a la dinámica productiva del sector, ampliando el acceso a soluciones más flexibles tanto en canales digitales como presenciales.

Itaú Corporate

Cuando el entorno cambia y nuestros clientes evolucionan, nosotros también lo hacemos.

Lanzamos **Itaú Corporate** como nueva marca, alineada a la evolución y sofisticación de las grandes y medianas empresas.

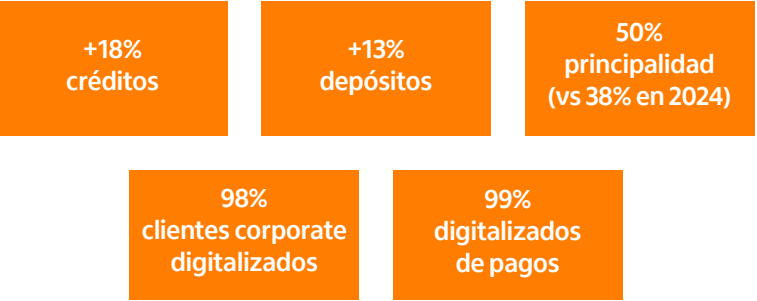
Fortalecimos la **principalidad** como eje estratégico, incrementando su índice del **38% al 50%**, mediante una visión integral del cliente, comités de account planning y una gestión basada en métricas específicas.

A su vez, avanzamos en un enfoque regional de Banca Mayorista, en toda Latinoamérica, incluido Brasil, identificando **450 oportunidades de negocio**, y optimizamos el modelo operativo a través de la redefinición organizacional, incorporación de nuevas capacidades y mejoras en eficiencia.

Tipo de Clientes	2024	2025	Variación 25 vs 24
Agro	1.342	1.371	2%
Gobierno, Multinacionales y Empresas Regionales (CIB)	985	1.043	6%
Grandes (Large) Empresas	1.281	1.385	8%
Empresas Medianas (Middle)	1.664	1.734	4%
Grandes Empresas no Residentes ⁽¹⁾	15	21	40%
Total	5.287	5.554	5%

(1) Grandes Empresas no Residentes: En 2025 se hicieron cambios en la metabase de datos lo que llevó a ajustar la cantidad de clientes de este segmento para 2024.

Avanzamos en la implementación de **Corporate Open Banking**, fortaleciendo integraciones seguras y eficientes con clientes corporativos. Este enfoque, basado en la centralidad en el cliente y la mejora continua, fue clave para potenciar los resultados.



Índice Diario de Actividad (IDAT)

GRI | 203-2 |

Un indicador para entender cómo se mueve el consumo en el país.

Lanzamos el Índice Diario de Actividad (IDAT), una herramienta que mide el consumo en tiempo casi real a partir de transacciones con tarjetas, brindando información sobre 17 sectores y diferenciando entre bienes y servicios.

Basado en la experiencia regional, el IDAT se consolida como una fuente clave para anticipar tendencias y refuerza nuestro compromiso con la innovación tecnológica y el desarrollo económico.

Con esta iniciativa, Uruguay se suma a la experiencia desarrollada en Brasil, donde el indicador se convirtió en una referencia para anticipar tendencias y analizar el impacto de la actividad económica.

Es una nueva fuente de información para analistas, empresas y medios, que contribuye a entender mejor la economía local y fortalece el compromiso de Itaú con la innovación y desarrollo del país.

El indicador se comparte mensualmente, aportando datos actualizados para el análisis económico del país.



