



2021

Reporte de
Sustentabilidad

Índice 2021



Contexto

3

Carta del gerente general

4

Contexto

6

Contexto macroeconómico

7

Sobre Itaú

11

Estrategia de sustentabilidad



Gobernanza

17

Gobierno corporativo

19

Ética y transparencia

21

Gestión y cultura de riesgos

26

Desempeño económico



Clientes

34

Centralidad en el cliente

46

Cultura digital



Colaboradores

53

Diversidad

54

Seguridad financiera, salud y bienestar

56

Capacitación y desarrollo

59

Satisfacción y compromiso



Comunidad

62

Compromiso cívico

63

Fundación Itaú

66

Gestión de proveedores



Medio ambiente

69

Aspectos ambientales

69

Gestión de residuos

71

Agua, energía y emisiones



Carta del gerente general

102-14

En mi primer año de gestión al frente de Itaú Uruguay, ha sido un honor trabajar con un equipo de gran valor humano, dedicado, eficiente, y que lo ha hecho con un enfoque total en el cliente. Sin duda, esto ha sido clave para el éxito del Banco.

El 2021 ha sido un año de importante transformación y grandes logros, en el que acompañamos la recuperación del país con crecimiento en todos los frentes del negocio. Convencidos y guiados por nuestra estrategia de sustentabilidad, trabajamos con el fin de generar valor compartido para accionistas, colaboradores, clientes y sociedad, garantizando la perennidad de los negocios. Para Itaú el valor va más allá del resultado financiero, presupone una relación equilibrada, beneficiosa para todos sus públicos. Esto nos permite tener la sustentabilidad conectada al corazón del negocio. La estrategia ESG de Itaú está compuesta por los compromisos de impacto positivo, que orientan las acciones del Banco para contribuir al desarrollo del país, generar impacto positivo por medio de los negocios, rendir cuentas de manera eficiente y transparente, y acompañar la manera de hacer.

Seguimos enfocados en construir un banco cercano, ágil, innovador, eficiente y diverso, donde las personas son protagonistas. Profundizamos nuestra estrategia de diversidad e inclusión para que Itaú sea, cada vez más, un lugar seguro y de respeto. Confiamos en el impulso que nos ha traído hasta acá para continuar en este camino de transformación y contribuir a una sociedad más justa e inclusiva.

Continuamos posicionando a Itaú como un banco digital con la comodidad del servicio físico, con el objetivo de crecer y brindar a los clientes nuevos productos y servicios que hagan más ágil y sencilla la experiencia con el Banco. Incorporamos metodologías ágiles para la gestión de proyectos, haciendo que la relación entre clientes y equipos de desarrollo sea colaborativa, a fin de obtener productos de mayor calidad con un propósito muy específico: maximizar la confianza y las relaciones a largo plazo.

Quiero agradecer a todo el equipo de Itaú Uruguay por haberme recibido con tanta calidez y compromiso. Nos motiva seguir generando valor sustentable para nuestros públicos de interés, con ética, transparencia, eficiencia, y siempre con el cliente en el centro de nuestra propuesta de valor. Nuestro desafío es preparar al Banco para su transformación y estar a la vanguardia en el desarrollo del mercado financiero uruguayo.

Es un orgullo presentarles nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad, un reflejo de nuestro compromiso con la rendición de cuentas, en el que compartimos nuestro desempeño económico, social y ambiental del 2021.

Buena lectura.



André Gailey

Gerente general





1. Contexto

Contexto

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

Este es el quinto Reporte de Sustentabilidad de Banco Itaú Uruguay y refleja la gestión del período comprendido entre el 1.º de enero y el 31 de diciembre de 2021. Es también la quinta comunicación para el progreso (COP) en la que rendimos cuenta de los avances vinculados a los principios del Pacto Global.

Para su elaboración se han utilizado los estándares Global Reporting Initiative (GRI) actualizados a la fecha del Reporte en su modalidad esencial. 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.

Para integrar la perspectiva de género en la redacción del documento se procura emplear —siempre que es 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 de Banco Itaú y con el apoyo de una consultora externa. La validez de esta información se limita a la fecha en que fue emitido este documento; el Banco no asume obligación alguna de actualizarla o de revisarla más tarde, ni tampoco asegura que no haya cambios posteriores que puedan afectarla, modificarla o restringirla.

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, para cumplir 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.



Queremos conocer tu opinión
Comparte tus comentarios o consultas en sustentabilidad@itau.com.uy

A partir del contenido de este Reporte, elaboramos nuestro segundo Resumen de impacto, en el que compartimos los principales hitos de la gestión 2021 y el recorrido que venimos transitando para potenciar nuestro impacto positivo. Gracias al Resumen de impacto podemos hacer más amigable la lectura y facilitar el acceso a la información para nuestros grupos de interés. La información y los indicadores seleccionados para la elaboración del Resumen de impacto fueron priorizados con relación a nuestros compromisos de impacto positivo y su cruce con indicadores clave de los estándares GRI y B Impact Assessment.

Materialidad

102-21, 102-44, 102-47

En 2017 se resolvió junto con el equipo de sustentabilidad actualizar la matriz de materialidad de manera bienal. La primera consulta se realizó en 2017 a directores, colaboradores, clientes, proveedores para validar y priorizar los temas que el Banco entendía impactaban en forma directa en su gestión sustentable. De allí surgió la matriz de materialidad que dio estructura en sus Reportes 2017 y 2018. En 2019 se realizó la segunda consulta, cuya matriz fue el marco de los Reportes 2019 y 2020.

En el transcurso de los dos últimos años se dieron transformaciones importantes; por un lado a nivel global con relación al impacto de la pandemia por COVID-19 y nuevas formas de entender las relaciones laborales y comerciales, sumado a los estímulos de alianzas internacionales a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, criterios ESG,* entre otros. A nivel regional, los impulsos de la entidad controlante a través de los compromisos de impacto positivo, los reportes específicos vinculados a temas de ESG, los principios UNEP-FI,** entre otros. A nivel local, la agenda país, el desarrollo y posicionamiento del Banco en temas de sustentabilidad, las alianzas, los negocios vinculados a temas de impacto, la gestión y los proyectos en curso en el marco de los compromisos de impacto positivo.

En este contexto, se vuelve a validar la materialidad con el fin de integrar los nuevos temas que el Banco entiende fundamentales para su gestión.

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

Sobre la misma base de los temas materiales que se identificaron, se enviaron cuestionarios al Directorio, al Comité Ejecutivo, a colaboradores, clientes, proveedores e instituciones aliadas (entre ellas empresas del Pacto Global y el Consejo Empresarial B).

*Los criterios ESG (Environmental, Social y Governance, por sus siglas en inglés) refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo que se tienen en cuenta a la hora de invertir en una empresa.

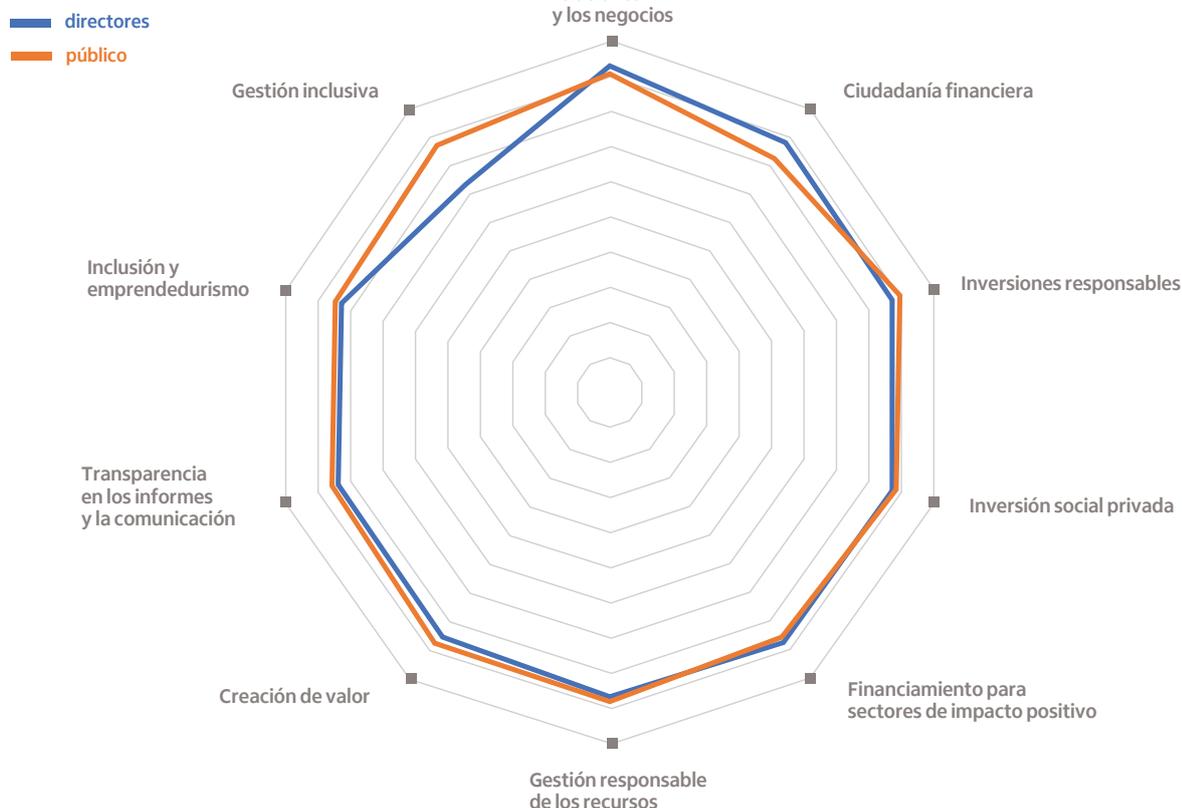
**La Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente es una asociación global establecida entre el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el sector financiero.

Temas materiales 2021

01. Ética en las relaciones y los negocios
02. Gestión inclusiva
03. Gestión responsable de los recursos
04. Inversión social privada
05. Ciudadanía financiera
06. Financiamiento para sectores de impacto positivo
07. Inclusión y emprendedurismo
08. Creación de valor
09. Inversiones responsables
10. Transparencia en los informes y la comunicación



Matriz de la materialidad



Contexto macroeconómico

103-1, 103-2, 103-3

Uruguay y el Banco operaron durante 2021 en un contexto internacional más favorable, pero que continuó con los impactos negativos derivados de la pandemia originada por la COVID-19. Las políticas monetarias y fiscales expansivas de los países desarrollados y el avance de la vacunación en los principales socios comerciales y en los países de mayor desarrollo relativo han disminuido los problemas en la logística de las cadenas productivas observados en 2020. Las tasas de interés reales en los países desarrollados y en Uruguay se han mantenido negativas. A pesar de los valores de las tasas de interés de la Reserva Federal de los Estados Unidos, las economías sudamericanas verificaron una depreciación en sus monedas; los casos más salientes fueron los de Argentina (22,1%), Brasil (7,3%) y Uruguay (5,6%).

El producto bruto interno (PBI) en el año 2021 aumentó 4,4%. La evolución del nivel de actividad en el 2021 mostró un crecimen-

to generalizado. A excepción de las actividades de la administración pública, todos los sectores presentaron variaciones positivas. Salud, educación, actividades inmobiliarias y otros servicios, y energía eléctrica, gas y agua presentaron los menores aumentos, 1,9% y 3,5%, respectivamente. Por su parte, comercio e industria manufacturera presentaron las mayores variaciones, 7% y 6,7%, respectivamente. El resto de los sectores presentaron crecimientos superiores al 4%. El aumento del nivel de actividad ha repercutido en el mercado de trabajo, donde la tasa de desempleo en el 2021 disminuyó de 10,6% a 7% y la tasa de empleo de la población en edad de trabajar aumentó de 54,8% al cierre del 2020 a 57,7% al cierre de 2021. En el año 2021, el resultado del gobierno central – Banco de Previsión Social (GC – BPS) se ubicó en -3,9% del PBI. El resultado fiscal del GC – BPS depurado del ingreso de fondos al Fideicomiso de la Seguridad Social (0,5% del PBI) fue de -4,4% del PBI.

La inflación en 2021 fue de 7,96%, por encima del techo del rango meta fijado por el Banco Central del Uruguay (BCU) (3%-7%) y 145 puntos básicos (PB) inferior al cierre de 2020. El peso se depreció 5,6% respecto al dólar en el último año. La TPM (tasa de política monetaria) culminó el 2021 en 5,75%, 125 puntos básicos por encima de la TPM al cierre del 2020, pero por debajo de los niveles de inflación del año y de los niveles de inflación esperados para el 2022, manteniendo el sesgo expansivo de la política monetaria.

A diciembre del año 2021, las expectativas de los agentes para el 2022 publicadas por el Banco Central del Uruguay preveían un crecimiento de 3,3%, un déficit fiscal del 3,6% del PBI y una inflación de 6,9%.

A pesar del marco de mayor incertidumbre derivada de la situación geopolítica internacional y del mantenimiento de la pandemia, el Banco se mantiene con solvencia y liquidez holgadas, lo cual le permitirá ser un apoyo para el crecimiento esperado de la economía en el 2022.

Existe un fuerte compromiso de Itaú de 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, a lo que se suma un fuerte compromiso con los resultados. Las expectativas para el futuro son de seguir creciendo, potenciando la marca y brindando a los clientes nuevos productos y servicios que hagan que la experiencia del cliente con el Banco sea más ágil y sencilla.

Sobre Itaú en el mundo

102-4, 102-6, 102-7

Con casi un siglo de historia, Itaú Unibanco es el mayor banco privado de Brasil, la mayor institución financiera de América Latina y uno de los mayores del mundo en valor de mercado.

Ofrecemos productos y servicios financieros para diferentes sectores de la economía y somos líderes en los diversos segmentos en los que actuamos, ya sea en soluciones para

personas físicas, para pequeñas y medianas empresas o para grandes corporaciones. Esa amplia oferta de productos y servicios refleja nuestros continuos esfuerzos por atender plenamente las necesidades de cada cliente y proporcionar la mejor experiencia, tanto digital como presencial, siempre teniendo en vista valores éticos.

Sobre Itaú Uruguay

102-4, 102-16

Nuestra historia

La historia de Itaú en Uruguay empieza en 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. 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.

Cultura, valores y propósito

Creemos que una institución financiera debe ayudar a realizar sueños e invertir en grandes ideales que traigan

retornos positivos no solo para nuestros negocios, sino para la sociedad. Somos un banco que incentiva a las personas a crecer y a las empresas a progresar.

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

Se basa en 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

Alianzas de impacto positivo

102-12, 102-13

Compromisos voluntarios internacionales

- Principios de Banca Responsable de United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI)  Nuestra entidad controlante firmó este compromiso para alinear al banco con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París.
- Principios de Empoderamiento de las Mujeres 
- Principios de Ecuador 
- Normas de Conducta de Naciones Unidas para empresas con relación a las personas LGBTI 

Membresías

- ADM: Asociación de Dirigentes de Marketing 
- Cámara de Anunciantes 
- Consejo Empresarial de Sistema B 
- DERES (Red de Empresas para el Desarrollo Sostenible) 
- Red de Empresas Inclusivas Uruguay 
- Red Pacto Global de las Naciones Unidas de Uruguay 

Somos la primera empresa uruguaya en firmar las 5 Normas de Conducta de Naciones Unidas para empresas con relación a las personas LGBTI. Esto ratifica nuestro compromiso con la implementación de políticas destinadas a fomentar la diversidad, la inclusión y la igualdad de género dentro de la organización.

Nos sumamos a la Red de Empresas Inclusivas Uruguay, que reúne a empresas y organizaciones comprometidas con la inclusión laboral de personas con discapacidad en Uruguay.

Participamos en el lanzamiento de la red Pacto Global de las Naciones Unidas de Uruguay, la mayor iniciativa empresarial de sostenibilidad a nivel mundial y que tiene como objetivo movilizar al sector empresarial y otros grupos de interés hacia el compromiso con los 10 principios universales de las Naciones Unidas y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible Agenda 2030.

Nos involucramos en la conformación de la primera mesa de finanzas sostenibles impulsada por BCU, que contó con autoridades del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del Sistema de Naciones Unidas para impulsar las finanzas sostenibles en Uruguay.

Participación en directorios

Aparte de UniónCapital AFAP SA, subsidiaria de Banco Itaú, el Banco participa en el consejo directivo de las siguientes organizaciones:

- ABPU 
- BANRED 
- VisaNet Uruguay 
- Bolsa Electrónica de Valores SA 

Comunicación corporativa

102-40, 102-42, 102-44

Para promover las relaciones e interacciones con los públicos de interés para tratar los temas prioritarios de la organización y generar una exposición positiva a fin de fortalecer la imagen y reputación del Banco, se creó el área de Comunicación Corporativa. De esta manera se consolidó el trabajo que venía haciendo el área de Marketing.

Los focos de actuación del área son prensa, gestión de contenidos, gestión de crisis, reputación y premios. En prensa, buscamos posicionar y visibilizar la gestión del Banco en diversos temas, con el apoyo de una agencia. Tenemos una estrategia proactiva y receptiva para con los medios, que nos posicionó en 2021 como el segundo banco privado en *share* de prensa.

Utilizamos LinkedIn para llegar a nuestros públicos internos y externos, ya que nos permite brindar información sobre nuestras acciones, productos y servicios de una manera más cercana. En 2021, llegamos de forma orgánica a 23.500 seguidores.

Generamos instancias de capacitación a directores en el uso de LinkedIn y una capacitación abierta a todas las personas que trabajan en el Banco para compartir nuestra estrategia en LinkedIn e incentivarlas a ser multiplicadoras de los valores y mensajes. Brindamos consejos para usar correctamente la red como herramienta de desarrollo, *networking* y marca personal.

Tenemos el objetivo de dar mayor visibilidad a la gestión integral del Banco y relevamos oportunidades para áreas específicas en postulaciones a premios y reconocimientos.

Grupos de interés y canales de comunicación

Mantener un contacto fluido con nuestros grupos de interés y contar con canales adecuados para hacerlo es clave para conocer sus expectativas y percepciones acerca de nuestra actuación. Trabajamos en fortalecer y desarrollar canales y espacios de comunicación y participación.

Grupos de interés/ canales de comunicación	Reuniones	Mailings internos	Canales de denuncia de desvíos éticos	Portal del colaborador	Mailings externos	App	Sito web	Eventos	Redes sociales	Reportes de sustentabilidad	Sucursales
Colaboradores	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Clientes	●		●		●	●	●	●	●	●	●
Accionistas	●		●				●	●	●	●	●
Aliados y socios comerciales	●		●		●		●	●	●	●	●
Empresas proveedoras	●		●		●		●	●	●	●	●
Sociedad/Estado	●		●			●	●	●	●	●	●
Medios de comunicación	●						●	●	●	●	●

Premios y reconocimientos

LatinFinance y Euromoney Banks of the year Awards 2021: Mejor banco del año en Uruguay

Por tercer año consecutivo, fuimos distinguidos por las revistas financieras *LatinFinance* y *Euromoney* como el mejor banco del país. Son varios los aspectos que destacan de la gestión de Itaú Uruguay a lo largo del 2021. Entre ellos, la capacidad de reacción durante la pandemia para acompañar a nuestros clientes, los resultados financieros, la gestión de riesgos, la innovación digital, nuestra estrategia de sustentabilidad e impacto positivo alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y, sobre todo, nuestra centralidad en el cliente.

DERES: Reconocimiento a las buenas prácticas alineadas con los ODS

En el marco de la Conferencia DERES ODS 2021, obtuvimos reconocimientos en cinco prácticas: 3 por Fundación Itaú y 2 por el Banco.

Por segunda vez, el proceso de Reporte de Sustentabilidad bajo estándares GRI fue reconocido, pero esta vez en la categoría de cumplimiento avanzado y obtuvo adicionalmente el reconocimiento de práctica inspiradora.

Además, obtuvimos nuevamente el distintivo especial "reacción en tiempos de pandemia" por la gestión sostenida durante la pandemia que tuvo como eje cuidar la salud de colaboradores para continuar brindando soluciones que alivianen las preocupaciones financieras de los clientes, trabajar codo a codo con proveedores y socios comerciales y colaborar con organizaciones de la sociedad civil en beneficio de las comunidades necesitadas.

Fundación Itaú obtuvo un nuevo reconocimiento para el programa Leé para un Niño en la categoría de cumplimiento avanzado, y obtuvo un distintivo adicional como práctica inspiradora. Asimismo, el Sistema de Información, Monitoreo y Evaluación de Proyectos Sociales y Culturales fue reconocido en la categoría de cumplimiento y como práctica inspiradora. Dentro de la categoría Compromiso, se reconoció una vez más al Centro de Capacitación y el ciclo de seminarios en producción cultural.

Effie Awards Uruguay: reconocimientos a campañas de marketing

Bajo la consigna de premiar "ideas que funcionan", la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (AUDAP) reconoce a las campañas de marketing que hayan proporcionado resultados altos a los objetivos para los que fueron diseñadas. Los reconocimientos para Itaú Uruguay fueron:

- Effie de Plata para U25 en la categoría Industria de productos y servicios bancarios y financieros.
- Effie para "Volar es hogar" en categoría especial de respuesta a la crisis. Esta categoría premió a las marcas que adaptaron de manera efectiva sus programas de marketing o actividades comerciales en respuesta a cambios estructurales o culturales significativos como COVID-19.

Employers for Youth (EFY)

Fuimos elegidos como una de las 10 mejores empresas para trabajar para jóvenes profesionales.

Estrategia de sustentabilidad

102-15, 102-18, 103-1, 103-2, 103-3

Incorporamos la sustentabilidad como forma de gestión para desarrollar una estrategia de negocios sostenibles que genere impacto positivo en todas las partes con las que nos vinculamos. Contribuimos al desarrollo de economías sostenibles integrando en la gestión las cuestiones económicas, sociales y ambientales relacionadas con nuestros negocios.

Nuestra estrategia ESG está compuesta por compromisos de impacto positivo alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que orientan la búsqueda de una *performance* más sustentable en las temáticas sociales, ambientales y de gobernanza, relevantes para el negocio y para nuestros públicos de interés. Los compromisos orientan nuestras acciones para contribuir al desarrollo del país, generar impacto positivo por medio de los negocios, rendir cuentas de manera eficiente y transparente y acompañar nuestra manera de hacer. Nuestra estrategia ESG estuvo compuesta por 88 proyectos de corto, mediano y largo plazo que direccionan nuestras acciones en busca de negocios sostenibles.

Buscamos evolucionar desde una estrategia de sustentabilidad para el negocio hacia una estrategia de negocios sostenibles.

Nuestros compromisos para impacto positivo son:

1. Financiamiento para sectores de impacto positivo - Banca Mayorista
2. Inversión responsable - Banca Mayorista
3. Inclusión y emprendedurismo - Banca Minorista
4. Ciudadanía financiera - Banca Minorista
5. Transparencia en los reportes y en la comunicación - Finanzas
6. Ética en las relaciones y en los negocios - Riesgos
7. Gestión inclusiva - Área de Personas
8. Gestión responsable de los recursos - Operaciones y Tecnología
9. Inversión social privada*
10. Regeneración de ecosistemas*

*Los compromisos Inversión social privada y Regeneración de ecosistemas se encuentran en proceso de desarrollo.

Tenemos un Comité de Sustentabilidad e Impacto Positivo compuesto por el gerente general y miembros de las áreas de Personas, Banca Mayorista, Banca Minorista, Finanzas, Operaciones y Tecnología, Riesgos y Tesorería. Las funciones de este Comité son:

- Liderar el proceso de fortalecimiento de los temas de sustentabilidad con los diversos grupos de interés.
- Acompañar e incentivar la implementación de la estrategia de sustentabilidad y de las prácticas relacionadas en el Banco.
- Proponer acciones, canales de diálogo e intervenciones que favorezcan la implementación de la estrategia de sustentabilidad.



Focos de gestión

Nuestra 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. Por eso incorporamos la sustentabilidad como forma de gestión para desarrollar una estrategia de negocios sostenibles que genere impacto positivo y valor compartido con colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y sociedad para garantizar la continuidad de los negocios en el largo plazo.

Tenemos el objetivo de incorporar la sustentabilidad a nivel estratégico, de portafolio y transaccional de manera transversal a todas las áreas del Banco. El rol del área de Sustentabilidad es incorporar la sustentabilidad como forma de gestión, articular con las múltiples partes interesadas y facilitar los procesos de las áreas de negocio con relación a desarrollo sostenible. Tenemos cuatro focos de trabajo; cultura de sustentabilidad, posicionamiento, estrategia de impacto positivo del Banco y proyectos.

Sustentabilidad coordina los compromisos, liderados desde las áreas de negocios que marcan la agenda del Banco, con proyectos, objetivos, metas e indicadores de mediano plazo que alinean los desafíos empresariales locales.

Cultura de sustentabilidad

103-1, 103-2, 404-2, 412-2

Trabajamos en cultura de sustentabilidad, con el fin de incorporar la gestión sustentable a nivel estratégico y de manera transversal a todas las áreas del Banco a través de instancias internas de capacitación, sensibilización, y de comunicación.



**10 capacitaciones
+ de 150 participantes**

Destacamos el ciclo de charlas sobre medio ambiente junto a Proyecto Agua Segura, Compost Ciudadano y Sellin, capacitación sobre huella de carbono, curso Multiplicadores B in Company de Sistema B y capacitación en finanzas sostenibles.

También realizamos cinco instancias de capacitación para clientes y proveedores en las que participaron más de 400 personas y de las que resaltamos capacitación sobre huella de carbono, ciclo de charlas "Empresas como agentes de cambio" junto a Sistema B y charlas sobre inversiones ESG.

En lo que refiere al Reporte de Sustentabilidad, destacamos la implementación del Resumen de impacto y la presentación del lanzamiento de nuestro cuarto Reporte a colaboradores a través de un encuentro virtual que además fue un espacio para reconocer a los más de 50 colaboradores involucrados en el proceso de elaboración de dicho Reporte.

Posicionamiento

En la gestión de 2021 apoyamos y participamos como voceros especialistas en distintos eventos como EmprendO, Ser Sustentable, webinars sobre comunicación de impacto y reportes de sustentabilidad, y el ciclo de charlas junto a Sistema B. Asimismo, trabajamos en relaciones institucionales con organismos privados, internacionales y organizaciones de la sociedad civil.

Destacamos nuestra participación en el lanzamiento de la red de Pacto Global de Uruguay; la firma de las 5 Normas de Conducta de Naciones Unidas para empresas con relación a las personas LGBTI y el involucramiento de Itaú Uruguay en la conformación de la Mesa de Finanzas Sostenibles impulsada por BCU.

Cada uno de los diez compromisos tiene asignado un sponsor que es miembro del Comité Ejecutivo y entre uno y tres puntos focales responsables de la ejecución.



32 personas involucradas



**100% de las direcciones
del Banco representadas**

Destacamos la creación del nuevo rol de sponsor general de los compromisos para poner en agenda los temas en el Comité Ejecutivo; el nuevo compromiso de Regeneración de Ecosistemas Locales, que se encuentra en desarrollo, y el compromiso de Inversión Social Privada que está en revisión para desarrollarlo localmente.

En 2021 los compromisos trabajaron en 88 entregables, de los cuales se destacan:

- la aprobación de 2 fondos ESG que se pusieron a disposición en la página web institucional y se alcanzaron 173 clientes y un total de USD 7,8 millones invertidos en dichos fondos por estos clientes.
- el financiamiento a sectores de impacto positivo, mediante el cual se otorgaron líneas de crédito por USD 25 millones para los sectores de salud y bienestar, USD 40 millones para los sectores social y construcción, USD 65 millones para energía y transporte, y 35 millones para producción agrícola sustentable.

Alianza con Sistema B

En 2019 nos incorporamos al Consejo Empresarial B y durante 2020 realizamos nuestra primera evaluación de impacto utilizando B Impact Assessment Tool. Este proceso de evaluación involucró de manera transversal a todas las áreas del Banco para poder medir el impacto de nuestra gestión a nivel de gobernanza, colaboradores, clientes, comunidad y medio ambiente. Nos permitió integrar la perspectiva de impacto, desarrollar nuevos indicadores y contar con una hoja de ruta para desarrollar negocios con enfoque de impacto.

En esta línea, generamos una propuesta de valor para las empresas B de Uruguay, con la intención de reconocer a quienes vienen impulsando la transición hacia las nuevas economías e invitar a quienes quieran sumarse como agentes de cambio. La oferta de productos y servicios exclusiva para las empresas B certificadas incluye:

- cuenta sin costo de apertura ni mantenimiento
- tarjeta de crédito VISA PyME Volar sin costo de emisión ni reimpresión
- tasas bonificadas de créditos (sujeto a análisis crediticio)

Al cierre del año, el 33% de las empresas B certificadas ya son clientas de Itaú.

En el marco del compromiso de Inclusión y Emprendedurismo, se realizó el ciclo de charlas "Empresas como agentes de cambio" para que clientes y empresas proveedoras entendieran cómo identificar sus impactos sociales y ambientales, medir su desempeño y encontrar alternativas para seguir contribuyendo a un mundo más sostenible.

- 3 encuentros
- 260 participantes clientes y proveedores
- 88,2 promedio de NPS (el máximo puntaje es 100)

Proyectos

Existen proyectos específicos que son liderados y ejecutados por el área de Sustentabilidad. En 2021 medimos las emisiones de alcances 1, 2 y 3 de nuestra huella de carbono. Realizamos un relevamiento de los traslados de colaboradores y de tres proveedores estratégicos con el objetivo de obtener información para estimar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y evaluar alternativas para mitigar nuestro impacto ambiental. Además, se capacitó a colaboradores y proveedores en estos temas.

Canjes con impacto positivo

Los canjes con impacto positivo tienen el propósito de aprovechar la plataforma Volar de Itaú para visibilizar emprendimientos y productos que generan valor social y ambiental.

Se trabajó en alianza con una empresa social que conglomeraba a microproductoras y microproductores de todo el país evitando el desarraigo territorial, y con una empresa en proceso de certificación B, que es la primera tienda de productos sustentables con impacto social, ambiental y económico positivos en el país. Además, se sumaron a esta sección canjes de árboles para Plantatón, una iniciativa, que tiene como objetivo la restauración de bosques nativos en Uruguay.

16 productos distintos para canjear
1.042 clientes realizaron canjes con impacto
+ 136% de clientes respecto a 2020
1.400 canjes
+ 74% de canjes que en 2020



Objetivos de Desarrollo Sostenible

Con base en los compromisos de impacto positivo, identificamos 11 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que son prioritarios para nuestra actividad y mapeamos las metas y compromisos de impacto positivo asociados a estos.

ODS	Compromiso de impacto positivo
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Inversión social privada</p>
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>Transparencia en los informes y las comunicaciones</p> <p>Ética en las relaciones y los negocios</p> <p>Gestión responsable de los recursos y la cadena de suministro</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Inclusión y emprendedurismo</p> <p>Ciudadanía financiera</p> <p>Inversión social privada</p>
 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Gestión responsable de los recursos y la cadena de suministro</p>
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Inclusión y emprendedurismo</p> <p>Ciudadanía financiera</p> <p>Inversión social privada</p>

ODS	Compromiso de impacto positivo
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Gestión responsable de los recursos y de la cadena de suministro</p> <p>Inclusión y emprendedurismo</p>
 <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	<p>Ciudadanía financiera</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Gestión responsable de los recursos y de la cadena de suministro</p> <p>Inclusión y emprendedurismo</p> <p>Inversión social privada</p>
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Inversión social privada</p> <p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Gestión responsable de los recursos y de la cadena de suministro</p>
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>Gestión responsable de los recursos y de la cadena de suministro</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Inversión responsable</p> <p>Transparencia en los reportes y las comunicaciones</p>

ODS	Compromiso de impacto positivo
	<p>Ética en las relaciones y los negocios</p> <p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Inversión responsable</p> <p>Inclusión y emprendedurismo</p>
	<p>Ética en las relaciones y los negocios</p> <p>Financiamiento en sectores de impacto positivo</p> <p>Inversión social privada</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Gestión responsable de los recursos y la cadena de suministro</p> <p>Inversión responsable</p> <p>Transparencia en los reportes y las comunicaciones</p>
	<p>Inversión social privada</p> <p>Gestión inclusiva</p> <p>Transparencia en los reportes y las comunicaciones</p>



2. Gobernanza

Gobierno corporativo

102-18, 103-1, 103-2

Las normas de gobierno corporativo 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.

Nuestro gobierno corporativo está integrado por la Asamblea de Accionistas, el Directorio, 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.

El Banco tiene un único accionista: Itaú Unibanco Holding SA, por eso 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.

Directorio

- **César Blaquier** Presidente
- **Carlos Ham** Vicepresidente
- **André Gailey** Director
- **Gustavo Spranger** Director
- **Horacio Torrendell** Director independiente

La dirección tiene encomendada la función de aprobar la estrategia de riesgos y supervisar los sistemas de control y gestión. La integración de la dirección y la experiencia de sus miembros le aseguran la capacidad de ejercer un juicio independiente sobre los asuntos de la institución financiera.

Durante el año 2021 han ocurrido los siguientes ceses en los órganos de administración y control del Banco:

• **Fernando Montans** presentó renuncia a su cargo de director del Banco y su cargo de vicepresidente del Comité de Auditoría a partir del 28 de febrero de 2021, la cual fue aceptada por el Directorio el 24 de febrero de 2021.

• **Horacio Vilaró** cesó en su cargo de gerente general el 1.º de marzo de 2021. Por fallecimiento, el 2 de mayo de 2021 cesó en su cargo de director.

El Directorio vela por que las actuaciones de Banco Itaú Uruguay resulten consistentes con su nivel de tolerancia al riesgo. Sus principales funciones y responsabilidades están relacionadas con la gestión de riesgos, el control interno y la adecuación de capital.

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, al minimizar la ocurrencia de conflictos 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 Banco Itaú Uruguay (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

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.

- **Gustavo Spranger** Director y presidente
- **Horacio Torrendell** Director y vicepresidente
- **Emerson Macedo Bortoloto** Miembro

Se rige por su Carta Constitutiva y modificativas 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 y de las orientaciones emanadas del Comité de Auditoría de Itaú Unibanco Holding SA, controlador en tanto estas no se opongan a las regulaciones locales vigentes.

Comité de Riesgos

FS9

Se rige por su Carta constitutiva en cumplimiento de todo lo requerido por los Estándares Mínimos de Gestión para Instituciones de Intermediación Financiera.

- **Horacio Torrendell** Presidente
- **Gustavo Spranger** Vicepresidente
- **Silvia Pires** Secretaria

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.

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.

- Vela por la eficacia de los aspectos que involucran el mantenimiento, la aplicación y el funcionamiento de los

sistemas de control interno, así como vigila atentamente el cumplimiento de las normas y los procedimientos que rigen su práctica.

- Analiza 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.

Comité Ejecutivo

102-18



Se presenta la integración del Comité Ejecutivo a diciembre de 2021. Durante el primer trimestre de 2021 asumió André Gailey como nuevo gerente general y hubo cambios en los miembros del Directorio y del Comité Ejecutivo.

El Comité Ejecutivo, anteriormente Comité Gerencial, se reestructuró con el objetivo de lograr mayor dinamismo y sinergias entre áreas para continuar liderando los cambios del negocio en el mercado.

Se definió una estructura simple para las áreas de negocios, organizadas en Banca Mayorista (antes Banca Empresa) y Banca Minorista (antes Banca Personas y Comercio).

La Banca Mayorista, liderada por Agustín Tafernaberry, cuenta con tres áreas a cargo: Empresas y Corporate &

Investment Banking (CIB), a cargo de Valentín Martínez, Nuevos Negocios y Proyectos Mayoristas, a cargo de Pablo Menéndez, y Tesorería, bajo la coordinación de Teodoro Collarof. Asimismo, se unificaron las estructuras de Banca Mayorista y CIB, para generar mayor sinergia de negocios entre las áreas y con los clientes.

A nivel de Banca Minorista, liderada por Ignacio Arechavaleta, se creó el área de Innovación Digital y Alianzas Estratégicas liderada por Diego Lanza.

Comités

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 alta dirección, gerentes, responsables directos del proceso de gestión y control de riesgos y por personal con funciones de dirección/coordiación de las áreas comerciales y financieras.

- Comité de Cobranzas de Banca Minoristas
- Comité de Créditos Banca Mayoristas
- Comité de Ética
- Comité de Monitoreo Banca Mayorista Visión Cartera
- Comité de Monitoreo Banca Mayorista Visión Cliente
- Comité de Monitoreo de Cartera de Créditos de Banca Minoristas
- Comité de Nuevos Productos
- Comité de Políticas y Riesgo de Crédito
- Comité de Prevención de Lavado de Dinero (PLD), Prevención de Financiamiento al Terrorismo (PFT) y Conozca su Cliente (CSC)
- Comité de Riesgos Financieros
- Comité de Riesgo Operacional
- Comité de Seguridad de la Información
- Comité de Sustentabilidad e Impacto Positivo

Ética y transparencia

102-16, 102-17, 102-34, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, FS9

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.

Contamos con documentos y prácticas que guían nuestra conducta en todas las relaciones. Nuestro principal documento es el Código de Ética de Itaú Unibanco, que formaliza el compromiso del Banco con la ética en los negocios y las relaciones, con los principales convenios internacionales, además de servir de guía para las políticas internas relacionadas con la integridad y la ética. Todas las

personas que trabajan en Itaú, independientemente de su cargo, deben adherir anualmente a los lineamientos del Código de Ética y otras políticas corporativas relacionadas.

El gobierno corporativo se rige por el Código de Ética (COE) 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.

Políticas que rigen nuestro gobierno corporativo

- Código de Ética
- Política Corporativa de Seguridad de la Información
- Política de Funciones y Responsabilidades de Seguridad de la Información y sus Anexos
- Política Corporativa de Prevención Contra la Corrupción
- Política Antilavado de Dinero, Conozca a su Cliente y Prevención del Financiamiento del Terrorismo
- Política Corporativa de Integridad y Ética



Código de Ética y principios rectores

El Código de Ética se divide en cuatro pilares estratégicos 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.

1. Nuestra identidad corporativa

2. Cómo interactuamos con nuestros grupos de interés

3. Buena fe y nuestra posición profesional

4. Cómo manejamos los conflictos de intereses

Se aprobó un Código de Relacionamiento con Proveedores que fue divulgado al 100% de las empresas proveedoras junto con el Código de Ética. Se creó un *landing* en el sitio institucional específico, con los canales de denuncias disponibles para ese público.

Canales de denuncia

102-17

Contamos con canales de denuncia sobre faltas, delitos, incumplimiento de las normas, abuso, acoso, discriminación y otras desviaciones de la conducta. Las investigaciones de denuncias se realizan de manera imparcial e independiente, con garantía de confidencialidad y la posibilidad de que el denunciante sea anónimo. Las denuncias o acusaciones sin fundamento consistente son ignoradas y las de mala fe, con el fin de perjudicar alguien, están sujetas a sanciones disciplinarias. También aplicamos sanciones disciplinarias a quienes intenten o practiquen represalias contra cualquier persona que, de buena fe, reporte desviaciones éticas y otras desviaciones de comportamiento.

Las denuncias se canalizan a través de las áreas de Compliance y 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.

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.

- 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
adpetica@itau.com.uy

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

Durante el 2021 se recibieron y analizaron dos denuncias por desvíos de comportamiento. Estas denuncias fueron analizadas y se tomaron las acciones correspondientes.

Auditoría Interna realizó una encuesta de diagnóstico sobre el funcionamiento de los canales de denuncias. En base a los resultados se implementarán durante 2022 acciones para facilitar el acceso a los canales de denuncia, mejoras relacionadas con la divulgación y campañas de concientización.

Gestión y cultura de riesgos

102-15, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 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 fomentar la cultura de riesgos dentro de la organización y de concientizar y capacitar en temas de prevención de lavado de dinero.

El negocio de Banco Itaú Uruguay 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, captación 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**
- **Cultura de riesgos**
- **Evaluación de riesgos**
- **Diversificación**
- **Excelencia operacional**
- **Ética y respeto a la regulación**
- **Identificación de riesgos**
- **Evaluación de los riesgos**
- **Respuesta al riesgo**
- **Información y comunicación**
- **Monitoreo**

Estructura de gestión de riesgo

103-1, 103-2, 103-3

La estructura de gestión de riesgos tiende a asegurar que la administración disponga de 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 fortalecer procesos y controles ineficientes.

2. Áreas de la Dirección de Riesgos

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

Gerenciamiento de riesgos

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

1 Riesgo de mercado

Se deriva del riesgo de pérdidas por oscilaciones 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.

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.

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.

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.

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.

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 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.

3. Auditoría Interna

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

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.

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 ocultar activos provenientes de dichas actividades.

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.

10 Riesgo de contagio (*step-in risk*)

Riesgo de pérdidas como resultado de soporte financiero a entidades que no pertenecen al conglomerado prudencial, que se encuentren en situación de estrés, en la ausencia, o más allá, de obligaciones previstas contractualmente.

11 Riesgo socioambiental

Riesgo de pérdidas resultantes de eventos de origen social y/o ambiental relacionados con las actividades desarrolladas por la institución.

12 Riesgo de negocio y estrategia

Riesgo resultante de impacto negativo en los ingresos o capital a causa de una planificación estratégica equivocada, de la toma de decisiones estratégicas adversas, de la inhabilidad de Itaú Unibanco en implantar los planes estratégicos adecuados y/o de cambios en su ambiente de negocio.

Cultura de riesgo

102-44, FS4

Asumimos riesgos conscientemente

Evalúamos 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. Este programa impulsa capacitaciones, cursos y campañas de comunicación interna dirigidos 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 cuanto a las capacitaciones incluidas en el programa, durante el 2021 tuvo lugar una Hackademy, de la que participaron equipos de Itaú Argentina, Itaú Paraguay, Itaú Uruguay, la unidad en Estados Unidos y OCA. Fue un evento de siete días hábiles, donde se capacitó a los participantes en el desarrollo de robots con la herramienta Automation Anywhere (AA) durante tres días y luego se trabajó durante cuatro días en un caso de negocio para aplicar las funcionalidades de los robots. Participaron 10 colaboradores.

Se cuenta con el *Reporte External Operational Losses Report* que recopila información sobre casos relevantes de la

industria para que sirvan como casos de estudio y revisión de procesos internos. Esta información es utilizada como *input* de revisión de procesos internos, con el objetivo de identificar posibles debilidades a corregir.

Se lanzó una "Trilha de Riesgos" en la plataforma IOX. Este itinerario ofrece una aproximación a conceptos generales de la gestión y a nuestra cultura de riesgos. También incluye un caso real de error operativo en la banca.

Hackademy

Lanzamiento de Trilha Cultura de Riesgos en IOX

9 campañas de comunicación:

- 7 del Programa Integridad y Ética
- 2 sobre seguridad de la información

Lanzamiento de *e-learning* PLD,
95 % de colaboradores capacitados en prevención de lavado de dinero

Programa Prevención de Lavado de Dinero

102-15, 102-34, 103-1, 103-2, 103-3, 205-2, FS4, 404-2

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.

Las instituciones financieras desempeñan un papel fundamental en la batalla contra el lavado de dinero, el financiamiento del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva, con el desafío de identificar y reprimir operaciones cada vez más sofisticadas que buscan disimular el origen, la propiedad y el movimiento de bienes y valores provenientes de actividades ilegales, así como destinar recursos a grupos terroristas.

Buscamos un alineamiento continuo con las mejores prácticas nacionales e internacionales para la prevención y el combate de actos ilícitos y contamos con una política corporativa que se orienta por la transparencia, el cumplimiento de las normas y la regulación y por la cooperación con autoridades policiales y jurídicas para prevenir el involucramiento en actividades ilícitas, protegiendo nuestra reputación e imagen.

Para eso contamos con un Programa de Prevención de Lavado de Dinero (en adelante, PLD) 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

Las áreas de negocios son la primera línea de defensa para gestionar la prevención del lavado de dinero. Con ese fin deben recolectar, verificar y mantener actualizada la información, analizar la razonabilidad de las operaciones y detectar operaciones inusuales o sospechosas.

El área de PLD es la responsable de determinar la dirección estratégica del Programa PLD, definir su implementación y establecer las herramientas necesarias para su cumplimiento, no solo recibiendo difusión y entrenamiento

en materia de políticas y procedimientos aplicables, sino también asistiendo a las áreas comerciales y supervisando el cumplimiento de los estándares establecidos.

El área de PLD también participa en la aprobación del inicio de relaciones con clientes de mayor riesgo, así como en la actualización periódica del proceso de Conozca a su Cliente (CSC). Designamos un oficial de Cumplimiento responsable del desarrollo, la implementación y la actualización del Programa de PLD.

Existe un comité que se reúne mensualmente para analizar operaciones inusuales y hacer seguimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero.

El equipo de PLD 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 que tienen relación directa con clientes se coordinan capacitaciones y cada dos años se imparte una capacitación general a través de *e-learning* o campañas de comunicación. Aquellos que ingresan al Banco realizan dentro de los primeros 60 días un curso completo con evaluación final obligatoria.

Durante el 2021 se lanzó un nuevo *e-learning* PLD en IOX, una plataforma interna de aprendizaje, a la fecha con un 95% de colaboradores capacitados.

Realizamos revisiones periódicas 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 materia de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

El Programa de PLD es objeto de revisiones anuales tanto por Auditoría Interna como por quienes auditan externamente y por el regulador. También realiza revisiones periódicas del Programa el equipo de Riesgo Operacional.

Crerios sociales y ambientales en la evaluaci3n de cr3ditos

102-11, 102-15, 102-34, 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 412-3, 414-1, FS1, FS3, FS5, FS10, FS12

Entendemos el riesgo social, ambiental y clim3tico como la posibilidad de p3rdidas derivadas de eventos de origen social, ambiental y clim3tico relacionados con nuestras actividades, tenga este origen en negocios con contrapartes, en relacionamiento con proveedores o en operaciones propias. Nuestra gobernanza de riesgos sociales, ambientales y clim3ticos tiene un modelo transversal y basado, inclusive, en la dimensi3n de riesgo reputacional.

Financiaci3n para sectores positivos

Contamos con una Pol3tica Socioambiental que:

- Establece una gobernanza local y corporativa para temas socioambientales.
- Delimita responsabilidades.
- Determina actividades excluidas.
- Define el alcance de seguimiento de noticias socioambientales.
- Establece requerimientos de evaluaci3n, seguimiento y reporte para la financiaci3n de proyectos con impacto socioambiental medio y alto.
- Define cl3usulas contractuales referidas a temas socioambientales a incluir en contratos de financiamiento.

Para 2021 nos propusimos promover el financiamiento y la oferta de servicios para sectores de impacto positivo, incluyendo especialmente sectores con foco en atenci3n en salud y reactivaci3n econ3mica atendiendo a la situaci3n de pandemia.

Promovemos la gesti3n de riesgo socioambiental y clim3tico en la concesi3n y renovaci3n de cr3ditos, as3 como en las contrataciones de operaciones, por medio de metodolog3as que contemplan, adem3s de las especificaciones locales, las mejores pr3cticas

internacionales como, por ejemplo, los Principios de Ecuador (PE) para el financiamiento a largo plazo de proyectos.

Las finanzas sostenibles se refieren al proceso de tener en cuenta las cuestiones ASG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza) al tomar decisiones de inversi3n y cr3dito en el sector financiero, impulsando actividades y proyectos econ3micos m3s sostenibles. Las consideraciones ambientales pueden incluir la mitigaci3n y adaptaci3n del cambio clim3tico, as3 como el medio ambiente en general. Las consideraciones sociales refieren a cuestiones de desigualdad, inclusi3n, relaciones laborales, inversi3n en capital humano y comunidades, derechos humanos. La gobernanza de las instituciones p3blicas y privadas, incluidas las estructuras de gesti3n, las relaciones con colaboradores y la remuneraci3n de los ejecutivos, desempeña un papel clave para garantizar la inclusi3n de consideraciones sociales y ambientales en el proceso de toma de decisiones.

+ USD 160 millones de cr3dito para proyectos de impacto positivo

Desempeño económico

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 cuentas sobre los resultados financieros de manera íntegra y alineada con las mejores prácticas de mercado.

Una rentabilidad sostenible nos permite seguir invirtiendo en mejores soluciones y productos para nuestros clientes.

Evolución de los negocios

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

La utilidad neta generada por Itaú Uruguay en 2021 fue de \$ 3.144 millones, una caída de 28% con relación al año anterior.

El resultado del año fue impactado por una serie de factores, atribuidos sobre todo a la pandemia y los cambios en las condiciones macroeconómicas.

El producto bancario llegó a \$ 10.660 millones en el período, una baja del 5,5% con respecto a los \$ 11.284 millones generados en el año anterior. Los menores ingresos se dieron por un menor incremento del tipo de cambio que impactó en los resultados por Hedge y mayores pérdidas por venta de cartera, pero que fueron compensados por crecimientos en las carteras de créditos de personas jurídicas, mayor actividad en la operativa de tarjetas de crédito y débito y los resultados de la actividad de tesorería.

Dentro del mismo escenario incierto del año 2021 se mantuvo una revisión criteriosa de las carteras de crédito, generando provisiones de \$ 902 millones en el estado de resultados, un crecimiento de apenas 1,6% con relación al año anterior pese al incremento de la cartera en más de 30%.

Al retomarse la casi plena actividad, los gastos operacionales terminaron el año en \$ 6.581 millones, 12,6% por encima del año anterior.

Adicionalmente, la diferencia de cambio entre activos y pasivos generó una ganancia de \$ 637 millones en el año, presentando una caída de 54% con relación al año anterior, fruto de una menor depreciación del peso uruguayo en 2021 (5,6% vs. 13,4%).

Finalmente, el impuesto a las rentas de las actividades económicas (IRAE) (considerando el corriente y el diferido) ascendió a \$ 924 millones, 16% por debajo del valor de este impuesto en el año anterior, dado que la alícuota efectiva del año llegó a 22,1% (vs. 21,3% en 2020). Denominados en dólares, los resultados pasaron de USD 103 millones a USD 72 millones, una caída de 30% en el año.

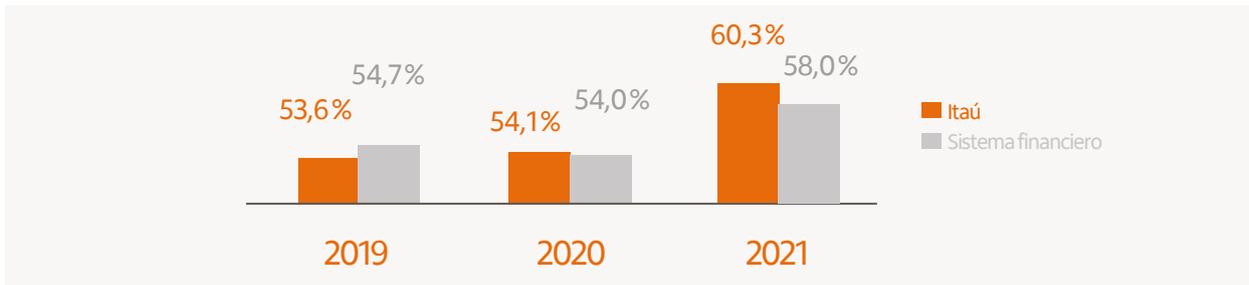
Estado de resultados contable para el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2021 (datos expresados en millones de pesos uruguayos)

	2020	2021	Variación	% de variación
Margen financiero	7.055	6.905	-150	-2%
Margen con mercado (sector financiero + títulos valores mobiliarios)	1.540	1.095	-444	-29%
Margen con clientes (sector no financiero)	5.515	5.810	295	5%
Margen por servicios	1.610	2.206	596	37%
Previsiones	-887	-902	-14	2%
Diferencia de cambio por operaciones	1.299	1.624	326	0
Producto bancario neto de provisiones	9.076	9.834	758	8%
Otros resultados	835	189	-646	-77%
Resultado por variación cambial (posición en moneda extranjera)	1,373	637	-735	-54%
Resultado bruto	11.284	10.660	23	-6%
Costos	-5,842	-6.581	-739	13%
Resultado operativo	5.442	4.079	-716	-25%
Resultados extraordinarios	2	-11	-13	-606%
Resultado del ejercicio antes de IRAE	5.444	4.069	-729	-25%
IRAE	1.104	924	-181	-16%
Resultado del ejercicio	4.339	3.145	-548	-28%
Resultado del ejercicio sin resultado por variación cambial	2.864	2.566	-298	-10%

Índice de eficiencia (costos/ingresos)

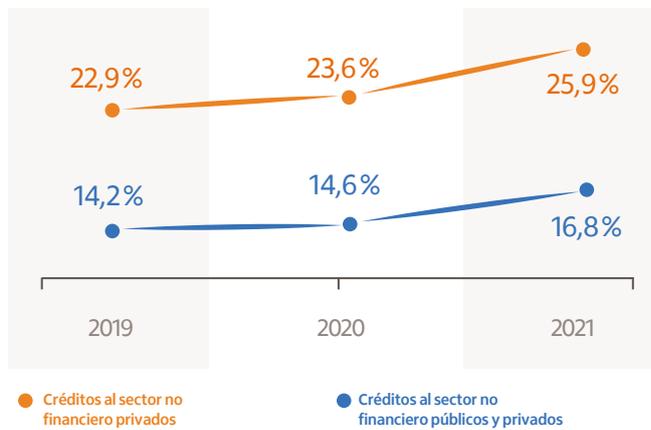
Relaciona los ingresos obtenidos con los gastos necesarios para conseguir dichos ingresos durante un período determinado. Es decir, mide cuánto debe gastar el Banco

para obtener una unidad de ingreso (costos/ingresos). Por lo tanto, una entidad será más eficiente cuanto más bajo sea este porcentaje.



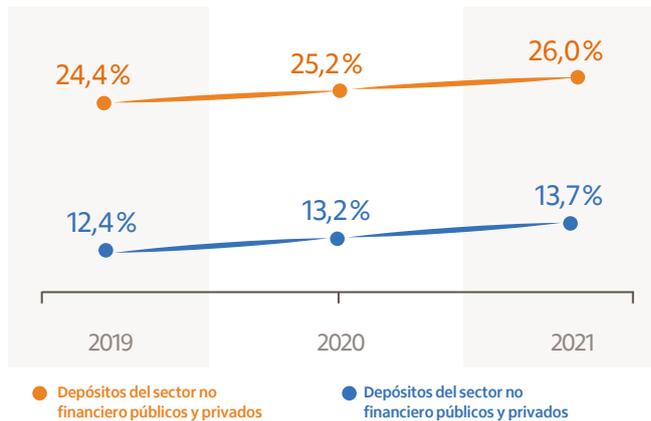
Participaciones de mercado de Itaú Uruguay

Créditos



La participación de mercado de Itaú entre los bancos privados llegó a 25,9% en los créditos (vs. 23,5% en 2020) y a 26,0% en los depósitos (vs. 25,3% en 2020).

Depósitos



Índice de morosidad

El nivel de morosidad, que nos indica qué porcentaje del total de los créditos otorgados por el Banco está vencido (medido por los atrasos por encima de 60 días), mejoró

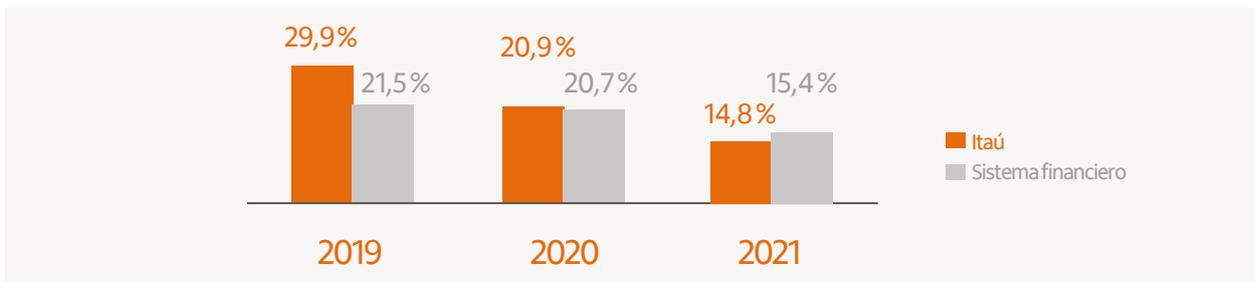
respecto a 2020 y 2019 (1,6% y 1%, respectivamente) y se estableció en 0,5%.



ROE (Return on Equity)

El ROE 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.

La rentabilidad de nuestro negocio, medida por las utilidades netas con relación al patrimonio neto, fue de 14,8% en 2021 (versus 20,9% en 2020).



El Banco continuó manteniendo el liderazgo por participación de mercado durante 2021 en el total de consumos con tarjetas de crédito de los sellos Visa y MasterCard.

A pesar del contexto complejo, el Banco mantuvo su trayectoria de crecimiento orgánico, ampliando su relevancia en el mercado uruguayo. Sus crecimientos de activos (+19,8%), de créditos al sector no financiero (+33,8%) y de depósitos (+20,5%) fueron los más altos entre sus pares.

550.000 clientes

+ 55.000 clientes
que en 2020

10% de
crecimiento anual

Balance patrimonial contable (en millones de pesos uruguayos)

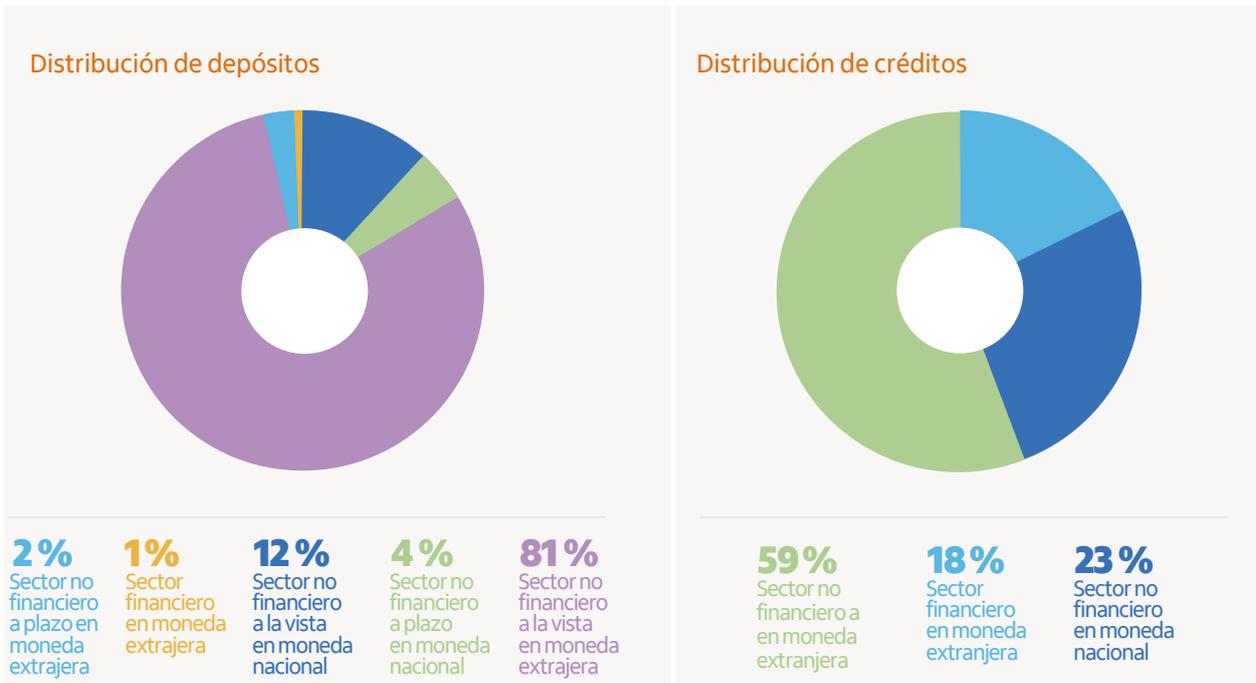
	2020	2021	Variación	% de variación
Total activo	225.587	270.275	44.688	19,8
Disponibles	59.570	71.500	11.929	20,0
Valores para inversión	42.223	48.795	6.572	15,6
Créditos brutos	122.308	148.332	26.024	21,3
Créditos sector financiero	29.925	26.242	-3.683	-12,3
Créditos sector no financiero	92.383	122.090	29.707	32,2
Previsiones	-2.529	-2.584	-56	2,2
Otros créditos	1.524	1.688	164	10,7
Inversiones	837	897	60	7,2
Bienes de uso	1.290	1.249	-41	-3,2
Intangibles	363	398	35	9,6
Total pasivo	205.946	247.636	41.690	20,2
Obligaciones	194.535	234.192	39.656	20,4
Sector financiero	1.386	1.412	25	1,8
Sector no financiero	193.149	232.780	39.631	20,5
A la vista	179.281	217.769	38.489	21,52
A plazo	13.868	15.011	1.142	8,2
Otras	11.411	13.444	2.033	17,8
Patrimonio	19.641	22.639	2.998	15,3
Total pasivo + patrimonio	225.587	270.275	44.688	19,8

Los activos alcanzaron el equivalente a USD 6.047 millones, comparados con USD 5.328 millones a fines del 2020. La participación de mercado en activos en el sistema financiero privado local alcanzó 26,3%, superando el 25,6% del cierre de 2020. Los depósitos del sector no financiero representan un 99% del total de depósitos en 2021. Un 81% de los depósitos corresponde a depósitos a la vista en moneda extranjera.

Distribución de depósitos

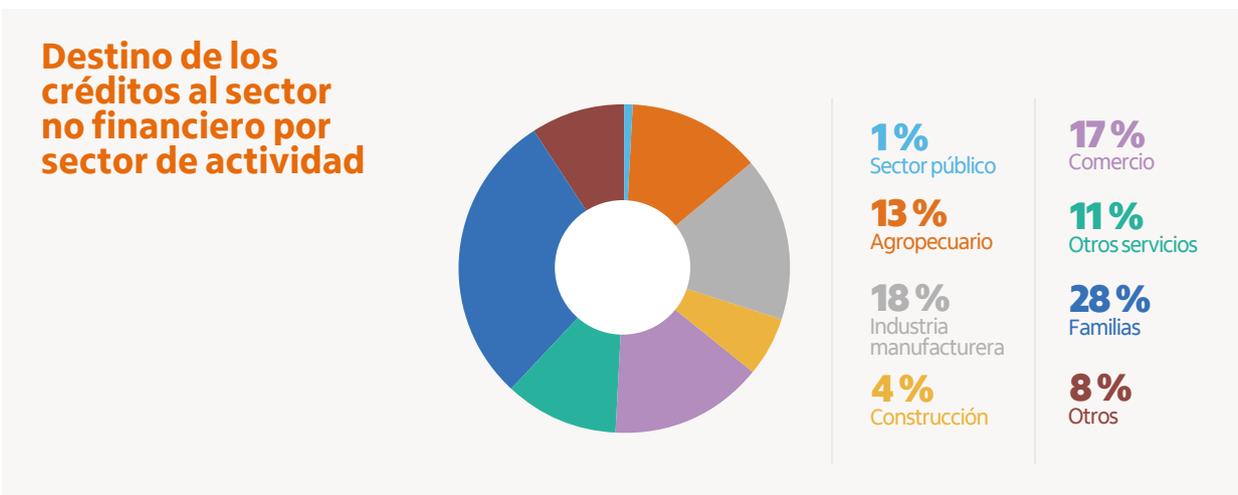
Del total de los depósitos del 2021 un 99 % corresponde al sector no financiero y un 1 % al sector financiero. Un 81 % de los depósitos del sector no financiero corresponde a

depósitos a la vista en moneda extranjera, un 12 % a la vista en moneda nacional, un 4 % a plazo en moneda nacional y un 2 % a plazo en moneda extranjera.



Los créditos al sector no financiero, netos de provisiones, alcanzaron el equivalente a USD 2.715 millones, comparados con USD 2.106 millones a fines del año anterior, aumentando 28,9%. El Banco se mantuvo segundo entre los bancos privados por esta métrica e igual al año anterior; fue la institución privada con mayor crecimiento en su cartera de créditos en su equivalente en dólares.

El 59% de los créditos fueron concedidos al sector no financiero en moneda extranjera, 23% en moneda nacional a ese mismo perfil de clientes y 18% al sector financiero. Un 72% de la cartera de créditos al sector no financiero fue otorgada a empresas; los sectores más representativos fueron el agropecuario, la industria manufacturera y el comercio.



Estructura de fondeo y liquidez

La estructura de fondeo del sistema bancario en Uruguay tiene tres características principales:

- 1. Dolarización:** el 80% del total de los depósitos de los bancos privados es en moneda extranjera.
- 2. Fondeo no institucional de corto plazo:** el 88% del total de depósitos de los bancos privados es a la vista.
- 3. Depósitos de no residentes:** el 9,45% de los depósitos totales del sistema bancario es de no residentes.

Itaú Uruguay tiene un 86% del total de su fondeo (depósitos) en moneda extranjera, un 94% a la vista y un 16% 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.

Además, poco más del 50% de esos depósitos son utilizados para préstamos al sector no financiero. El resto se invierte en depósitos de corto plazo en instituciones financieras de primer nivel y en activos de alta calidad y liquidez.

Para la gestión de liquidez en moneda nacional, la institución 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).

Valor creado para la sociedad

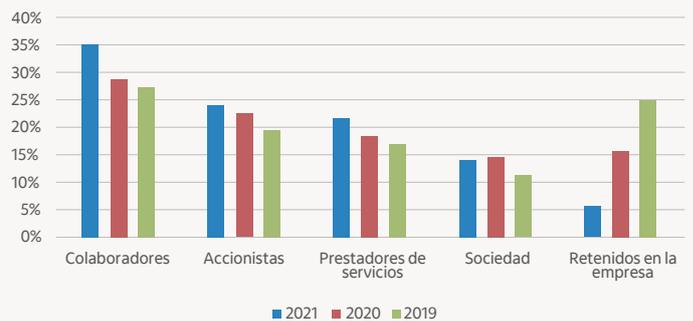
103-1, 103-2, 201-1, 203-2, FS6

En Itaú estamos comprometidos con un crecimiento y rentabilidad a largo plazo que nos permita distribuir la riqueza generada entre nuestras partes interesadas: accionistas (a través de la distribución de dividendos), colaboradores (distribuidos a través de remuneraciones, beneficios e incentivos), la sociedad en general (distribuidos a través de impuestos y aportes a través de donaciones), prestadores de servicios. También destinar parte a la reinversión en el negocio que asegure la continuidad sustentable de nuestras operaciones.

Informamos cómo hemos distribuido el valor agregado entre los distintos grupos de interés con los que hemos interactuado durante el período presentando la dimensión social de nuestras actividades económicas en los últimos tres años (valores en millones de pesos):

2019 \$11.624 millones	2020 \$11.286 millones	2021 \$10.650 millones
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

Valor distribuido en los últimos tres años



Aclaración:

El monto efectivamente pagado al Estado por concepto de impuestos no coincide con lo devengado en los estados contables, debido a diferencias en la aplicación de criterios contables y tributarios y a que en el estado de resultados no se expone la cantidad de impuestos que el Banco administra temporalmente por cuenta del Estado, al actuar como sujeto pasivo y agente de retención y pago de impuestos indirectos. Lo efectivamente volcado al Estado por concepto de impuestos en el año 2021 fueron \$ 3.203 millones.

Estrategia fiscal

103-1, 103-2, 103-3, 207-1, 207-2, 207-3, 207-4

La estrategia fiscal del Banco está definida en nuestra política corporativa y consiste en el cumplimiento de las normas fiscales que nos sean aplicables. El área de Impuestos, que se reporta directamente al director financiero (CFO), es responsable por el cálculo y el pago de los impuestos de acuerdo con la legislación uruguaya. Para ello se toma como base de cálculo la información contable, se verifica y valida el monto determinado y se presentan los informes fiscales.

Como contribuyente durante 2021 hemos pagado \$ 2.376 millones por concepto de impuestos (IRAE, patrimonio, IVA e ICOSA). Según las atribuciones definidas por la Dirección General Impositiva (DGI), contribuimos al Estado uruguayo con la recaudación de tributos de terceros a través del cumplimiento de las normas que nos designan como agente de retención. Durante 2021 volcamos al fisco por este concepto \$ 827 millones. Esta suma incluye retenciones por rentas de trabajadores dependientes, empresariales, de capital y otros impuestos.

Anualmente dirigimos incentivos fiscales previstos por la ley uruguaya a organizaciones que llevan adelante iniciativas relacionadas con el desarrollo de la educación, la cultura y la cura del cáncer infantil. En 2021 destinamos más de \$ 14 millones a estos proyectos.

El CFO es el responsable del cumplimiento de la estrategia fiscal que incluye la identificación y la gestión de los riesgos fiscales. Dichos riesgos, así como su evaluación de impacto de riesgo inherente y ambiente de control, se encuentran plasmados en el mapa de riesgos tributarios. Durante 2021 no hubo contiendas fiscales.

La organización ha interactuado con la DGI, a la que respondieron solicitudes de información en el marco de la normativa uruguaya. Los informes fiscales se comunican a la DGI conforme lo establece este organismo regulador para cada uno de ellos. El canal más utilizado es la web.

Hemos cumplido con la presentación de información ante el fisco uruguayo en lo que nos aplica. Esto es, hemos presentado la información complementaria en la cual declaramos que el Informe país por país del grupo multinacional de gran dimensión económica que integra el Banco, por el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2021, será presentado por RUC/TIN: 60872504/0001-23. Nombre/Denominación: Itaú Unibanco Holding SA País: Brasil.

La DGI recibirá el Informe país por país de otras administraciones tributarias en el marco de acuerdos o convenios internacionales ratificados por la República y sus respectivos protocolos de entendimiento.

La información financiera auditada más reciente presentada ante la DGI es la que refiere a los estados contables individuales auditados de 2021, presentados en abril de 2022. Durante 2021 no hemos tenido sanciones por incumplimiento fiscal.

Entidades incluidas en los estados financieros consolidados

102-45

Unión Capital Afap SA

Unión Capital AFAP SA (en adelante, Unión Capital) es una empresa administradora de fondos de ahorro previsional 100 % propiedad de Banco Itaú Uruguay SA.

Compañía Uruguay de Medios de Procesamiento SA, CUMPSA Visanet Uruguay

Visanet Uruguay fue creada el 18 de octubre de 1996 y Banco Itaú Uruguay SA es uno de los nueve accionistas. La condición de accionistas es reflejo de la participación de estas empresas en los negocios realizados mediante la tarjeta VISA. La participación de Banco Itaú Uruguay en CUMPSA es del 28,5776 %, la mayor en la empresa.

Bolsa Electrónica de Valores SA

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

Rias Redbanc SA

Rias Redbanc (Banred) es la red de cajeros automáticos más importante del país, respaldada por las principales instituciones financieras privadas del Uruguay. Banco Itaú es uno de los cuatro accionistas, con un 25 % del capital accionario. La red física de dispositivos cubre todo el territorio nacional para brindar una completa oferta de servicios a sus cientos de miles de usuarios. Banco Itaú, en particular, cuenta con un total de 60 cajeros automáticos.





3. Clientes

Centralidad en el cliente

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

La centralidad en el cliente tiene como objetivo consolidar el liderazgo en satisfacción de clientes y llevar su experiencia con Itaú a otro nivel, donde nos comparamos con las industrias líderes en satisfacción de clientes.

Los clientes son la razón de ser de Itaú y su satisfacción está en el centro de nuestra propuesta de valor.

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.

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 del cliente.

Banca Minorista

102-2, 102-6, 416-1, FS6

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

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.

Nuestros clientes

102-2, 102-6, 102-7, FS6



Nuevos clientes 2021

+20.400
clientes Pago de Sueldos

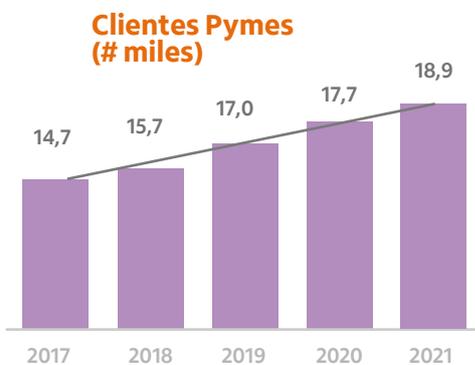
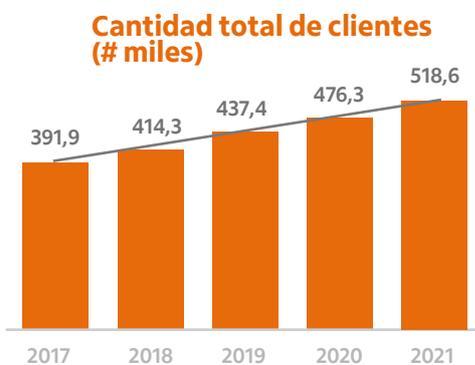
+5.800
clientes Personas Físicas

+2.400
clientes Pymes

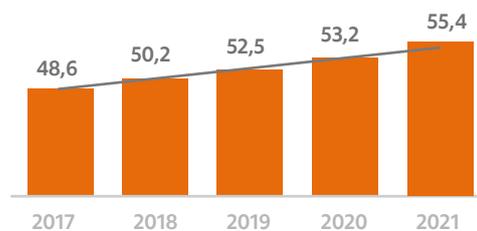
+26.300
tarjetas de crédito

+18.400
cuentas Itaú Alimentación

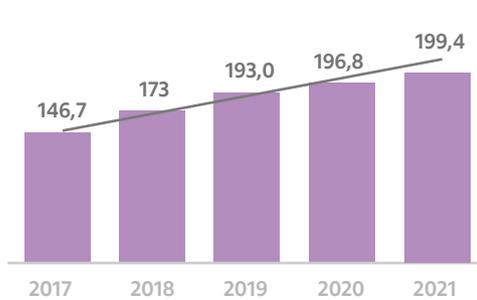
Evolución de la cantidad de clientes de los últimos 5 años



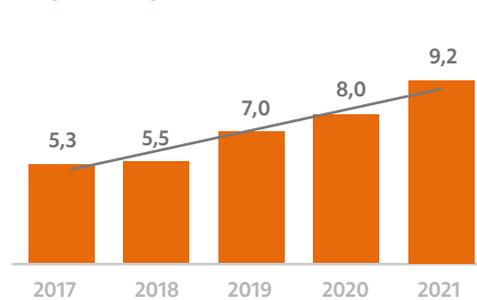
Clientes Personas Físicas Full (# miles)



Clientes Pago de Sueldos (# miles)



Clientes Itaú Personal Bank (# miles)



Utilización de canales digitales

85% de los clientes con cuentas utilizan mensualmente los canales digitales

84% de los préstamos al consumo personal se solicitan por canales digitales

77% de las nuevas tarjetas de crédito se solicitan por canales digitales

54% de las inversiones se contratan por canales digitales

A fines de 2021 el Banco atendía cerca de 550.000 clientes, 55.000 clientes más que el año anterior, lo que representa un crecimiento del 10%.

Personas

Las personas físicas constituyen la mayor parte de la base de clientes, considerando personas con cuentas, tarjetas y/o préstamos, así como clientes Pago de Sueldos y segmentos específicos, como jóvenes universitarios (U25). Durante 2021 se observó un crecimiento de +50.000 en la base neta de clientes (alcanzado un total de 514.400), en particular en los segmentos de clientes con tarjetas y jóvenes universitarios U25.

Pymes

Los clientes Pymes incluyen gran variedad de unipersonales y comercios de diversos tamaños (micro, pequeñas y medianas empresas). Continúan reforzando el proceso de autoatención y utilización de los canales digitales, a pesar de lo cual la atención presencial en la red de agencias sigue siendo muy importante. Durante 2021 se destacaron un importante crecimiento de la base de nuevos clientes (+2.400 nuevas relaciones, totalizando casi 19.000 clientes Pymes) y un impulso de los préstamos para financiación de capital de trabajo e inversiones en el formato de SiGa Emergencia. En términos de atención, en 2021 se consolidó el modelo de atención digital a través de un equipo de oficiales de relación, los cuales atienden a 1.800 pymes en un formato personalizado con dedicación específica.

Itaú Personal Bank

El segmento de Itaú Personal Bank atiende a clientes con foco en productos de inversión a través de un equipo de oficiales de atención personalizada, con una oferta y una dedicación especializadas para dicho público. El portafolio está conformado por 9.000 clientes —tanto residentes como no residentes— referenciados desde la red de sucursales, aunque en 2021 se volvió a observar una tendencia al aumento de clientes no residentes (principalmente argentinos) que se incorporaron a Itaú Personal Bank.

Satisfacción de clientes

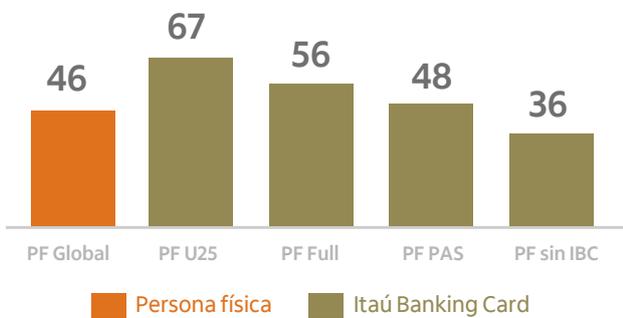
102-43, 102-44

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. Para ello se realizan encuestas regionales y por canales digitales de los diferentes segmentos, canales y procesos claves de interacción con los clientes, con resultados destacados en términos tanto de promedios de satisfacción como de Net Promoter Score (NPS).

La metodología aplicada de NPS ha sido ampliamente utilizada para la medición de los diferentes segmentos, canales, servicios e incluso *onboarding* de clientes, con base en resultados acumulados de respuestas trimestrales y tomando como punto de partida los resultados del cierre del año anterior.

En términos globales, los clientes Personas al cierre de 2021 mostraron un NPS de 46 puntos, con 63% de clientes promotores y 17% de detractores. Dicho valor se encuentra levemente por debajo de lo observado al cierre de 2020 (48 puntos), aunque con comportamiento dispar de acuerdo al tipo de cliente consultado. Si se toman los clientes con cuentas, sin embargo, el indicador se mantiene incambiado (48 puntos al cierre del último trimestre de 2021).

En este sentido, se destaca el público U25 con un NPS de 67 puntos, mientras que el NPS de los clientes con cuentas se situó en 56 puntos al cierre del último trimestre de 2021. En el seguimiento de resultados de mediciones, por su parte, los clientes del segmento Pago de Sueldos (48 puntos) y Tarjetas de Crédito sin cuentas (36 puntos) son los que cuentan con menor satisfacción e incluyen acciones específicas para el próximo año para la mejora de la satisfacción de esos públicos.



A nivel de medición de satisfacción de canales y servicios, se destacan los resultados positivos en la evaluación de los canales digitales, con indicadores de NPS de 81 puntos para Itaú/Link (web), 76 puntos para aperturas digitales de U25, 67 puntos para la app y 62 puntos para Itaú Pagos. La atención telefónica (38 puntos) y la entrega a domicilios de productos (45 puntos) son los canales que plantean aún desafíos de mejora en los resultados observados.

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, si corresponde, para dar respuesta al cliente.

Los principales temas de reclamos durante 2021 correspondieron a:

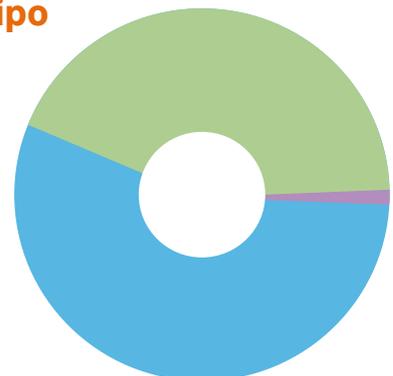
1. Desconocimientos de gastos de tarjetas
2. Transferencias enviadas y recibidas de bancos locales
3. Dinero no dispensado en cajero automático

Casos por tipo (Total: 32.760)

14.162
Reclamos

18.110
Solicitudes

488
Quejas



El foco principal del área de Calidad ha sido identificar y reducir las incidencias recurrentes, así como mejorar los tiempos de respuesta de aquellos reclamos que no requieren intervención de agentes externos al banco.

Canales de atención

102-43



Atención en la red de agencias

102-4, 102-7, 103-1, 103-2, 103-3, 416-1

La red de agencias está conformada por 10 agencias en Montevideo (1 de ellas con operativa de agencia sin caja) y 6 en el interior del país, así como 5 locaciones de autoatención (*lobbies* de autoservicio) con buzones de depósitos con horario extendido.

La pandemia por COVID-19 llevó a revisar el modelo de relaciones con los clientes como consecuencia de la profundización del uso de herramientas digitales respecto a soluciones presenciales y cambios en los hábitos del público, con especial énfasis en la preferencia por modelos digitales y de atención remota.

Dicho proceso de transformación de la atención en la red de agencias llevó en el primer semestre del 2021 al cierre de dos agencias y la transformación en *lobbies* de autoservicio de otras cuatro locaciones en Montevideo, mientras que una agencia reabrió en formato de sucursal moderna con atención personalizada sin caja.

- **16 agencias en todo el país**
- **10 agencias en Montevideo**
- **6 agencias en el interior**
- **5 *lobbies* de autoatención**
- **68% agencias con acceso con rampa**

Agencia Digital

102-2, 102-43, 302-5

Seguimos fortaleciendo la transformación digital al servicio de la centralidad en el cliente y ampliamos nuestra Agencia Digital. Incorporamos cinco nuevas oficiales de cuenta para sumar progresivamente a 6.000 clientes y así llegar a un total de 12.000 clientes atendidos. El valor diferencial es la atención personalizada en horario extendido a través de canales de comunicación exclusivos como chat, mail o teléfono. De esta manera, clientes y clientas pueden realizar la mayoría de sus transacciones en forma remota. El NPS 2021 es 83, un punto por arriba respecto a 2020.

Productos destacados

102-2, 102-7

Jóvenes universitarios

Los jóvenes siguen siendo uno de los públicos de mayor crecimiento en 2021, a partir de la consolidación de la preferencia por la opción de U25 para jóvenes universitarios de entre 18 y 25 años lanzada el año previo.

Con una oferta basada en cajas de ahorro (pesos y dólares) sin costo y tarjeta de débito Volar gratis, así como un bono inicial de bienvenida de millas Volar y un proceso de solicitud 100% digital, durante el año se incorporaron más de 12.000 nuevos clientes que optaron por U25 como su primera vinculación bancaria.

U25

- **+ 12.000 nuevos clientes en el año**
- **+ 38.000 clientes acumulados al cierre de 2021**
- **20,8 años es el promedio de clientes U25**

Acompañando al público de jóvenes U25, durante el año se realizaron acciones específicas de orientación financiera que contribuyeran al fortalecimiento de sus finanzas personales a través de las redes sociales con foco en la salud financiera de las personas. En particular se sumó en 2021 una Guía digital para acercar la información relevante y de utilidad de cara a los clientes de todos los segmentos.

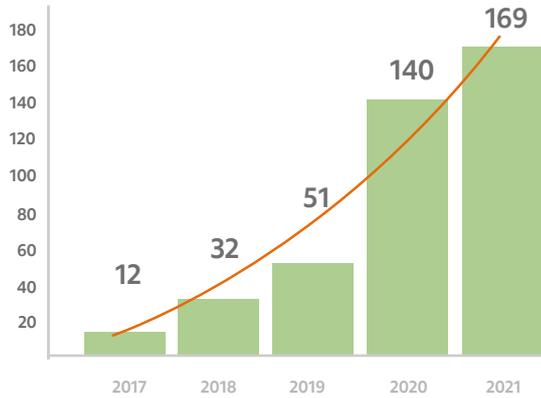
Volar

- **169.000 canjes**
- **840 millones de millas canjeadas**
- **20% de crecimiento respecto al 2020**

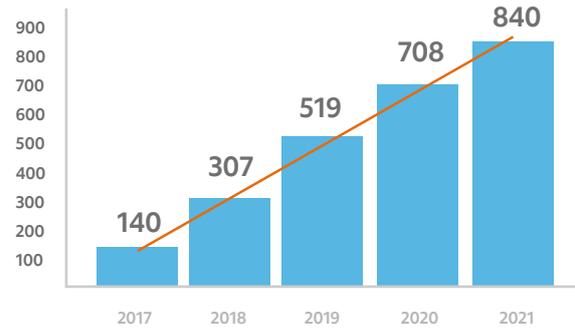
El programa Volar continuó su tendencia al alza tanto en la cantidad de canjes realizados como en el acumulado de millas canjeadas por los clientes en el año, con un crecimiento del entorno de 20% en ambos casos respecto al año anterior.

Volar continúa afianzándose como un programa clave en la preferencia de los clientes, que ha logrado migrar desde su foco inicial en viajes hacia opciones de las más diversas para los diferentes segmentos y destacándose como diferencial en el mercado.

Canjes (# miles)



Millas canjeadas (# millones)



Préstamos a personas y pymes

- USD 177 millones en préstamos
- + 11% respecto a 2020

El otorgamiento de préstamos tanto a personas como a pymes fue uno de los principales destaques del 2021, con crecimiento en todos los productos disponibles y alcanzando en algunos casos máximos históricos: créditos hipotecarios para compra de vivienda, para compra de automóviles, al consumo y para financiación de comercios.

El destaque principal se dio en créditos hipotecarios con destino a compra de vivienda, cuyos préstamos sumaron USD 64 millones a partir de una campaña de posicionamiento en el mercado como la opción de tasa más conveniente. Como complemento, el otorgamiento de préstamos por canales digitales y telefónicos, así como de préstamos automotores, también colaboró a la obtención del nivel récord de colocación de créditos del año.

Créditos totales (USD millones)



Créditos hipotecarios (USD millones)



Itaú Alimentación

- **+ 30.000 cuentas Itaú Alimentación activas con acreditación mensual**
- **15% de *share* de mercado en consumo de Itaú Alimentación en 2021**

En 2021 continuamos poniendo el foco comercial en el segmento de Pago de Sueldos con la oferta de Itaú Alimentación, buscando principalmente consolidar las relaciones existentes y captar nuevos convenios de empresas y empleados.

Se superaron los 18.000 nuevos usuarios de dicho instrumento (en comparación con los 8.000 del año previo) en convenios en algunos casos con importante cantidad de funcionarios que comenzarán a hacer uso de Itaú Alimentación a partir del próximo año.

Billetera digital en Itaú Pagos

Nuestro desafío continuo es ser un banco digital con la conveniencia de la atención personalizada, y para ello en 2021 trabajamos para seguir posicionándonos como un referente de la banca digital disponibilizando a los clientes nuevos productos y servicios que hagan que la experiencia con Itaú sea más ágil y sencilla.

Una de las incorporaciones más destacadas en este sentido fue el relanzamiento de la app de pagos, la cual pasó a denominarse Itaú Pagos. Junto con mejoras implementadas en la app antecesora (Pagocuentas), se incorporó hacia finales de año la nueva funcionalidad de billetera electrónica, que permite asociar las diferentes tarjetas (tanto de crédito como de débito) a la app para ser utilizada como medio de pago digital.

Este nuevo feature no solo aumentó 20% la cantidad de usuarios que utilizan mensualmente Itaú Pagos (casi 69.000 clientes en el último mes del año), sino que ha permitido seguir marcando el diferencial en el mercado con innovación en las funcionalidades digitales disponibles para los clientes.

Reducción de requerimientos energéticos de productos y servicios

103-1, 103-2, 302-5, FS2, FS3

Dentro de las innovaciones que reducen el uso de energía, se continuó la profundización en la implementación del iToken como segundo factor de autenticación de las transacciones, buscando sustituir gradualmente el uso de SMS y correos electrónicos para el envío de dichas claves. Actualmente cuenta con más de 58.000 clientes registrados (en comparación con los 10.000 al cierre del año anterior), lo cual resalta el éxito de la campaña de migración y la rápida adopción de los clientes.

El crecimiento del uso de la app —más de 183.000 clientes, 28% más respecto al año anterior— no solo ha permitido consolidar en términos de seguridad, sino hacer más eficiente la utilización del canal digital facilitando la experiencia y ofreciendo nuevas contrataciones de productos y servicios.

Los canales digitales siguen aumentando su participación en la contratación de nuevos productos, en 2021 representaron 75% de la venta de tarjetas de crédito, 84% de los préstamos al consumo otorgados y 65% de la apertura de nuevas cuentas.

Innovación y alianzas estratégicas

En el segundo semestre de 2021 se creó el área de Innovación Digital y Alianzas Estratégicas, se reestructuró el Comité Ejecutivo con el objetivo de poner más foco en nuevos negocios y en el crecimiento del Banco. El área forma parte de la estructura de Banca Minorista y tiene definidos tres frentes de actuación:

Alianzas estratégicas: establecer acuerdos con *fintechs* y/u otras empresas con el objetivo de ampliar nuestra base de clientes, canales de distribución y portafolio de productos y servicios financieros.

Nuevos negocios: desarrollar *fintechs* y nuevos negocios propios del Banco buscando oportunidades no atendidas en el mercado.

Núcleo tech: queremos ser el banco de referencia para las *startups* y empresas *tech* en los países en que actuamos. Con el desarrollo de una oferta de valor y modelo de atención específicos para esas empresas, estamos comprometidos a apoyar a los emprendedores en todas las etapas de desarrollo de sus empresas, contribuyendo a la construcción de un entorno colaborativo con el ecosistema *tech* en Uruguay.

Agenda asociativa

En los primeros seis meses de actuación, el área analizó más de 15 oportunidades de acuerdos en diferentes verticales de negocio. Destacamos la adquisición de una participación minoritaria en las acciones de dos *fintechs* uruguayas, Prex y Paigo, anunciadas en marzo de 2022.

En los últimos años Prex se ha consolidado como una de las *fintechs* de mayor crecimiento en Uruguay y la región. A través de la cuenta digital y su app, Prex brinda servicios financieros a más de 1 millón de clientes distribuidos en Uruguay, Argentina y Perú. Con Prex las personas pueden realizar compras locales e internacionales, transferencias, pagos de servicios, solicitar préstamos personales y acceder sin fricciones a opciones de inversión y a herramientas que les permiten administrar fácilmente sus finanzas personales.

Paigo, desde su visión de ofrecer más libertad financiera a las personas, ha generado una innovadora plataforma de servicios financieros de base digital para públicos no bancarizados que ha logrado un crecimiento sólido y sostenido desde su creación en 2017. Hoy gestiona Crédito Uruguayo, Uin Uin (para buenos pagadores), Credisol, Pym (créditos para pymes), Volvé (pensado para quienes tuvieron problemas financieros) y Prextamo (para clientes Prex). Próximamente lanzará Pago Después, una innovadora propuesta en materia de pagos y créditos.

Se trata de una inversión estratégica y de largo plazo definida por Itaú como parte de su visión de expansión y bancarización digital, que refuerza su compromiso con el país, con la inclusión financiera y la búsqueda constante de atender las necesidades de sus clientes. Creemos que estas adquisiciones generarán una sinergia de capacidades y recursos destinada a acelerar la expansión local y regional de Itaú.

Es importante aclarar que el cierre de la operación está sujeto a la aprobación de los bancos centrales de Brasil y de Uruguay, que se espera se complete en el segundo semestre de 2022.

Núcleo tech

Evaluamos *benchmarks* regionales e internacionales de los bancos con mejor atención a las *startups*, además de generar diversas instancias de conversación con emprendedores de tecnología de Uruguay, con el objetivo de entender sus principales necesidades.

Esta fue la base para la construcción de una propuesta de valor 100% pensada para las *startups*, enfocada en tres pilares: 1) relación cercana y de largo plazo con los clientes, 2) oferta de productos y servicios adecuados a la etapa de desarrollo de cada empresa y 3) conexión con el ecosistema emprendedor y con la red de Itaú Unibanco en América Latina.

Como uno de los primeros pasos buscando agregar valor al ecosistema local, se firmó un acuerdo de cooperación con la Agencia Nacional de Innovación e Investigación (ANII) para el programa Proyecta URUGUAY, enfocado en traer *startups* del resto del continente para que establezcan sus empresas en el país y generar así un derrame técnico especializado hacia el resto del ecosistema local.

Adicionalmente, lanzamos por primera vez en Uruguay, en conjunto con Deloitte y la Universidad Católica, el programa internacional de MEJORES EMPRESAS URUGUAYAS, capítulo tecnología, donde se busca reconocer, evaluar y premiar a las empresas con buenas prácticas corporativas que más se destacan en sus rubros de actuación.

Creemos mucho en el potencial de desarrollo de las empresas de tecnología de Uruguay, su capacidad de impacto positivo en la sociedad y estamos comprometidos a apoyarlas en sus procesos de crecimiento.

Banca Mayorista

FS6

Con el objetivo de mejorar la atención a clientes y potenciar las habilidades del equipo de Banca Mayorista, se reorganizaron los subsegmentos y se recaracterizaron más de 800 cuentas. Esto llevó a un cambio en la cantidad de clientes atendidos en algunos de los subsegmentos, en particular en Corporate & Investment Banking (CBI), como se muestra en el cuadro a continuación.

Cientes por segmento

Segmento	2019	2020	2021	Créditos al cierre de dic-21 en millones de USD	%	Criterios de segmentación
Agro	680	786	828	261	11%	Productores rurales
Gobierno, multinacionales y empresas regionales (CIB)	317	340	640	962	43%	Facturación mayor de 75 millones de USD anuales y multinacionales
Grandes empresas nacionales	1.204	1.271	967	577	26%	Facturación de 20 millones a 75 millones de USD
Empresas medianas	961	1.038	1.057	179	8%	Facturación de 3 millones a 20 millones de USD
Grandes empresas no residentes		6	13	281	12%	No residentes
Total de empresas	3.162	3.441	3.505	2.250	100%	

Se realizaron entrevistas con todos los clientes para informarles el cambio y reevaluar las relaciones en busca de una mejora del servicio, potenciando de esta forma las relaciones.

Se llevó a cabo una metodología de planeamiento multidisciplinario de cada cliente, donde especialistas en cada uno de ellos evaluaron los productos y servicios. Esto llevó a un crecimiento en el producto bruto bancario del 11% en el año 2021 respecto al año anterior.

- **USD 300 millones en nuevos créditos a empresas brasileras**
- **45 operaciones por USD 6,3 millones en préstamos con garantía SIGA**
- **USD 160 millones en financiamiento de impacto positivo**
- **+ 28% de crecimiento en créditos en 2021**

En 2022 se espera avanzar en la evaluación de condiciones diferenciales (por ej. cumplimiento de objetivos), la sistematización de análisis de impacto positivo y la capacitación de los colaboradores para dicho análisis.

Después de un 2020 con una fuerte retracción en eventos presenciales con clientes, en 2021 nos volvimos a encontrar. Se realizaron eventos con clientes en la Expo Prado para reforzar lazos y para reflexionar sobre los negocios del año y la proyección para el 2022.

Creamos una nueva división denominada **Nuevos Negocios y Proyectos Mayoristas**, dentro de Banca Mayorista, para evaluar proyectos de mercado de capitales. En este marco, celebramos la exitosa emisión de obligaciones negociables de Tata SA por un equivalente en unidades indexadas de USD 100 millones a través de BEVSA-Bolsa Electrónica de Valores del Uruguay SA en la que Banco Itaú actuó como agente estructurador de la emisión, agente de pago y entidad registrante.

Esta fue la mayor operación realizada por un privado en el mercado de valores local, y la segunda mayor en la historia del país. Somos conscientes de la importancia de ser aliados estratégicos de nuestros clientes y de acompañarlos en los momentos más significativos, como lo es esta primera colocación de Tata SA en el mercado local de capitales.

Porcentajes de digitalización de las principales transacciones y productos

Digitalización

- **95,8% clientes digitales**
- **99,9% transferencias locales**
- **96,2% transferencias al exterior**
- **98,3% pagos**

Ventas

- **68,1% préstamos digitales**
- **46,8% créditos en cuenta**
- **35,8% FOREX**
- **39,3% avales**

Nuevos productos digitales

Finalizamos la nueva aplicación de banca digital para personas jurídicas y la presentamos a un grupo de clientes que colaboraron con su diseño y funcionalidad desde el comienzo. El lanzamiento será en marzo de 2022.

Esta app mejora funcionalidades de la banca digital en su modalidad web, para atender necesidades de los clientes con relación a pago de tarjetas corporativas *online*, pago de cesiones en el día, nuevos modelos de solicitud de avales, posibilidad de cancelación *online* de operaciones enviadas por la web y de reprocesar pagos sin necesidad de volver a ingresarlos.

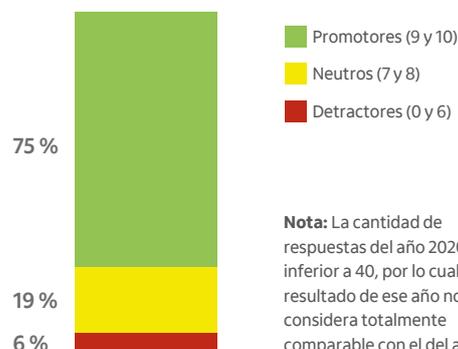
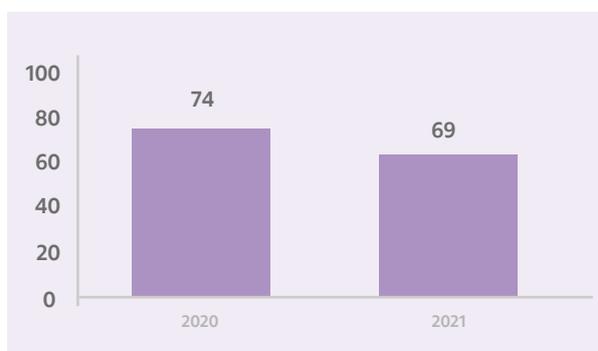
Se finalizó el desarrollo y se comenzó a implementar en los primeros clientes la posibilidad de envío de pagos y transferencias a través de una API, directamente del sistema del cliente a los sistemas del Banco.

Se generaron soluciones de cobranza y pago a medida para varios clientes corporativos de gran tamaño que así lo requerían, en línea con nuestra estrategia de buscar soluciones a medida junto con los clientes.

Foco en atención al cliente

102-43, 102-44

A fines de 2021 se llevó a cabo la encuesta de satisfacción competitiva, donde se compara la satisfacción de nuestros clientes en el segmento Empresas de BIU con el resto del mercado. Es una encuesta cuantitativa con frecuencia anual. Itaú mantiene estables sus indicadores con una muy alta proporción de clientes promotores y una cantidad de detractores que se encuentra por debajo de los 2 dígitos.



Nota: La cantidad de respuestas del año 2020 fue inferior a 40, por lo cual el resultado de ese año no se considera totalmente comparable con el del año 2021.

Hicimos una encuesta cualitativa con 15 clientes seleccionados por su fuerte relacionamiento con el Banco, para recibir su *feedback* sobre productos, servicios y oportunidades de mejora, que se inventariaron y se mapearon en una matriz de esfuerzo-impacto. Respecto a las oportunidades de mejora de la encuesta, las dos principales iniciativas que estamos trabajando son: a) mejora del sistema de compra-venta de moneda por la banca digital y b) mejora en la conectividad vía SWIFT para poder procesar instrucciones masivamente.

Productos destacados

102-2, 102-7

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 cobertura

Préstamos en moneda extranjera con liquidación en cuenta en dólares estadounidenses. Es una herramienta que da al cliente la posibilidad de financiamiento y cobertura de sus activos en moneda extranjera distinta del dólar.

Derivados de *commodities*

Somos el primer banco en Uruguay en ofrecer al sector no financiero herramientas de cobertura para *commodities* (*swaps*, opciones y estrategias combinadas). Ahora, nuestros clientes tienen la posibilidad de fijar el precio del dólar y también de su producción o la materia prima que utilizan como insumo.

Workshops

Buscando seguir las mejores prácticas de mercado contamos con distintos asesores que actúan de forma independiente con nuestros clientes y con el Banco. Ofrecemos charlas virtuales y presenciales a lo largo del año con AZ Group, CPA Ferrere y Novitas SA, además de nuestros asesores internos para cubrir las necesidades de información del mercado de granos y contexto macroeconómico de nuestros clientes. Las charlas virtuales tienen lugar en forma trimestral y las charlas presenciales son utilizadas en eventos corporativos.

Transformación digital

102-2, 102-10

Nuestro desafío es ser un banco digital con la conveniencia de la atención personalizada. Trabajamos para seguir posicionado a Itaú como banco digital, apuntando al crecimiento y a brindar a los clientes nuevos productos y servicios que hagan que la experiencia con Itaú sea más ágil y sencilla.

En el 2021 trabajamos en consolidar aún más la comunidad digital e incorporamos más colaboradores de *analytics* y *business intelligence*, un nuevo encargado de *user experience* (UX) para trabajar mejor en la experiencia de los usuarios, además de generar una nueva célula de operaciones digitales con foco en ventas.

Desarrollamos el programa "Sumate para sumar", donde colaboradores del Banco podrían sumarse a trabajar en la comunidad digital como *quality assurance* (QA) y analista de datos otorgando una hora de su día a estas tareas. Participaron 11 colaboradores que brindaron valor a la comunidad y acercaron una nueva visión al equipo para aprender sobre metodologías ágiles y desarrollo de productos.

En 2021 se fortaleció la venta de préstamos por el canal digital. Realizamos un flujo *end to end* digital para que no clientes puedan acceder a un crédito sin tener que ir a una sucursal. Creamos una célula de trabajo con foco en venta de préstamos integrada por un *product owner* (PO), *tech leader*, *business intelligence* y una persona especializada en marketing. En la SuperApp se sumó la posibilidad de solicitar un crédito con oferta preaprobada. Estas acciones nos llevaron a originar 41,8% más de créditos que en 2020 en cantidad de préstamos *end to end* digitales.

- **+ 41,8% de créditos digitales en 2021**

Proyectos digitales

App Pagos: Lanzamos la billetera digital dentro de nuestra app Pagocuentas y a raíz de la nueva incorporación la app pasó a llamarse Itaú Pagos. Se trabajó en el desarrollo de la nueva aplicación, así como también en la evolución de nuestro motor de pagos: sumamos más de 350 servicios, desarrollamos las notificaciones push y llevamos la misma experiencia de pagos que teníamos en la app al *home banking*.

- **68.000 usuarios activos mensuales**
- **Aumento del 20% de los usuarios debido al lanzamiento de la billetera**
- **9.215 billeteras que digitalizaron sus tarjetas en nuestra app**
- **+350 servicios disponibles para pagar**
- **NPS: 62**

SuperApp: Nuestra aplicación se está transformando en el canal más elegido por los clientes para transaccionar. Continuamos con la evolución, a diciembre ingresaron mensualmente 183.192 personas, un 28% más que al cierre del 2020.

Estratégicamente migramos las funcionalidades de la app de Tarjetas de crédito a nuestra App Itaú para unificar todo en una sola aplicación. Sumamos nuevas funcionalidades que tuvieron como primer objetivo acercar y facilitar la experiencia del usuario, así como también ofrecer nuevas contrataciones de productos y servicios. Se incorporaron las opciones de contratar préstamos preaprobados, transferencias en línea, validación de cuentas de otros bancos, opción de compartir las cuentas con contactos y disponibilizar *banners* con comunicación. En lo que hace al frente de seguridad, se fomentó el uso del iToken y finalizamos en diciembre 2021 con 58.912 iTokens activos.

- **183.000 usuarios activos mensuales**
- **Transferencias por la app superaron al *home banking*: 56% vs. 44%**
- **Pago de tarjetas de crédito por la app igualaron al *home banking***
- **NPS: 67**

Home banking:

- **206.873 clientes entran mensualmente al *home banking* y a la app**
- **38% del total utilizan solo el *home banking* para transaccionar con el Banco**

Se desarrolló el iToken en transferencias al exterior y giros a IEDE para obtener una mayor seguridad, contratación y visualización de fondos de inversión, se migró el motor de pago de facturas también al *home banking* para unificar y fortalecer el servicio, se habilitaron transferencias instantáneas a otros bancos y sumamos varias funcionalidades para las tarjetas de crédito MasterCard.

Cloud: Realizamos nuestra primera experiencia de llevar un flujo de apertura de nuevos clientes con cuenta a la nube, recortamos algunas pantallas del flujo y sumamos la contratación de préstamos al finalizar la solicitud de la cuenta.

Desarrollo API en socios comerciales: Trabajamos en integrarnos con socios comerciales a través de una API para que puedan ofrecer diferentes productos. Se desarrolló la API para primera compra y también para préstamos en 24 cuotas.

WhatsApp: Se desarrolló y lanzó para testear en un grupo de colaboradores un nuevo flujo de relacionamiento con clientes a través de WhatsApp. El objetivo es que nuestros clientes actuales tengan más opciones a la hora de operar con el Banco y puedan hacerlo a través de la red social más popular en Uruguay.

Células de operaciones digitales: Trabajan en forma de comunidad con metodologías ágiles y se focalizan en generar nuevas relaciones con el Banco por canal digital, acercar productos a clientes ya existentes por canal digital y asegurarse de que nuestros clientes utilicen nuestras apps y sitios web en sus transacciones y atención. Además, realizan acciones de fidelización y retención.

El 2021 fue un año récord en venta de tarjetas, préstamos y cuentas a través de nuestros canales digitales, en que el *share* con respecto a las ventas por canal físico ascendió al 75%, 84,2% y 64,8%, respectivamente.

Algunos de los proyectos en los que se trabajó para seguir incentivando su uso fueron "Transferencias recurrentes",



para que los clientes puedan agendar sus transferencias dentro de Itaú, "Ahorro programado", para mensualmente automatizar un ahorro, y "Control de gastos personalizado", para poder consultar y modificar los rubros en los que se hacen las compras con tarjetas de crédito Visa o MasterCard para acompañar en la conciencia de ahorro y gasto.

Para seguir acompañando a los usuarios en su acceso a la información y digitalización empezamos a trabajar en el flujo por primera vez y recupero de contraseña, así como también en generar una "Guía digital" para acercar la información relevante y de utilidad a los clientes.

A través de canales digitales se efectúan:

- **84,21% de los préstamos**
- **75% de las ventas de tarjetas de crédito**
- **56,4% de las inversiones**
- **64,8% de las ventas de cuentas Full**
- **85,1% de los clientes con cuenta**

Cultura digital

Incorporamos 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.

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.

Migración AS400

Una de las principales preocupaciones de la Dirección de Operaciones & Sistemas es minimizar el tiempo que consume cada uno de los procesos del Banco. En este sentido se busca en forma periódica la actualización del *hardware* usado por el sistema principal.

Este año en particular se migró al mejor equipo de IBM dentro de la línea de productos que es utilizada, lo que posiciona al Banco sobre una plataforma acorde con los niveles transaccionales que está procesando y totalmente tolerable a fallas dadas las redundancias que tiene en su arquitectura. La migración incluye nuevas tecnologías de almacenamiento y de respaldo.

Estas actualizaciones generan tiempos de procesos más cortos y mejora de respuesta en la mayoría de los sistemas.

Asimismo, esta compra se complementó con la migración del *storage* a un modelo diseñado para la tecnología de discos *flash*. En este equipamiento es donde se almacenan los datos y con esta nueva tecnología se obtienen mejores tiempos de respuesta.

También y como parte de todo el proceso de cambio, se adquirió una nueva librería de medios la cual cuenta con unidades de respaldo de última generación que en conjunto con un *software* que trabaja con todo el equipamiento permite al Banco hacer un respaldo completo en tan solo segundos.

Todos estos cambios han logrado que el *uptime* cubra la mayor cantidad de las horas del día, brindando a nuestros clientes un amplio abanico horario donde transaccionar.

Digitalización de reportes

Se continuó trabajando en la digitalización de reportes, con foco en todos los reportes que se emiten durante el proceso nocturno que diariamente el Banco ejecuta como forma de dar el cierre de las operaciones.

- **USD 24.000 invertidos**
- **+ de 200 informes digitalizados**
- **USD 34.000 de ahorro anual equivalente a 500.000 hojas**

Actualización de Office

La actualización de Office formó parte de la migración a Windows 10 de las estaciones de trabajo y alcanzó el 100% de los colaboradores. La nueva versión presenta las clásicas aplicaciones Outlook, Word, Excel, PowerPoint y Access con mayores prestaciones.

Firma Digital Avanzada

Itaú comenzó a trabajar con la tecnología de Firma Digital Avanzada que permite firmar digitalmente de forma simple, ofreciendo una solución más ágil y sencilla. Se están aceptando las empresas acreditadas por el gobierno para emitir certificados digitales. Estamos incentivando y enseñando a nuestros clientes a conocer esta nueva forma de operar con el Banco que les permitirá tener una experiencia totalmente digital poniendo el foco en operaciones que hoy requieren documentos físicos.

Programa Increase

Este proyecto empezó con el objetivo de capacitar colaboradores y terminó siendo una herramienta que permite aprender sobre los distintos sistemas, procesos, operaciones y rutinas del Banco, dando una visión más amplia del negocio y preparando para la transformación que estamos viviendo. Tuvo por objetivo generar valor para las personas al permitir ampliar sus conocimientos en sistemas y tecnología, otorgar una mejor comprensión de los temas y ampliar su desarrollo profesional.

Se prepararon charlas del área digital profundizando en la presentación de las apps del Banco, de todos los sitios, la forma de trabajo, incluyendo los principios Agile y Seguridad y temas como los test de penetración, ofuscación de código y distintas acciones internas.

Fue una experiencia enriquecedora tanto para quienes se sumaron como para el área de TI ya que nos permitió compartir el conocimiento y generar interesantes rondas de discusión que enriquecieron esta actividad.

Ciberseguridad

Cloud

Se incorporó el primer flujo digital en la nube; este objetivo fue fundamental para adoptarla e implantar un modelo de ambientes segregados y redundantes con monitoreo en tiempo real, control de accesos y auditoría. Se extendió la estrategia de DevOps, lo cual nos permite automatizar la creación de los ambientes y manejar el ciclo de vida de los aplicativos que se incorporen.

Open banking

Se estableció un nuevo canal, mediante la implementación de una nueva plataforma llamada ApiManager. Esta permite el intercambio de datos (información) de forma estándar y segura entre los sistemas informáticos de nuestros socios comerciales y los propios. Mediante la plataforma se crean nuevos negocios donde nuestros socios son parte de la cadena de valor.

- **Préstamos amortizables (Antel, IPlace, Divino)**
- **Open Banking ILE (On Going)**

Horas de desarrollo en 2021

- **132.741 horas invertidas en desarrollo de software**
- **USD 4,47 millones invertidos en software**
- **USD 950.000 invertidos en hardware**

Seguridad de la información

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

En nuestro análisis interno de riesgos, categorizamos al riesgo asociado a tecnología como “creciente” debido al proceso de digitalización de las operaciones bancarias. Esta es una tendencia que se ha mantenido desde hace tiempo y la expectativa es que siga de la misma manera en los próximos años. Por lo tanto, la estrategia de mitigación del Banco en este sentido es siempre incluir en los procesos de TI al área de Seguridad de la Información (SI).

Se han definido reuniones semanales entre las áreas de TI y de SI para dar seguimiento a los principales temas de seguridad en los que se ha definido trabajar. De esta manera se genera una sinergia entre las áreas que beneficia al Banco en su seguridad interna y finalmente al cliente que recibe un nivel de protección adecuado para sus datos y operaciones.

Un pilar fundamental en la estrategia de seguridad es el apoyo que se recibe de la Superintendencia de Seguridad de la Información (SSI), que depende de la Dirección de



Seguridad Corporativa (DSC) de Banco Itaú en Brasil. Entre las iniciativas que se llevaron adelante está la implementación de escaneos de rutina de la red interna, los cuales se sumaron a los ya existentes para el perímetro externo; el avance en la configuración del Security Operations Center, servicio de alerta proporcionado por la entidad controlante; servicios de CSIRT y *takedown*; *penetration test* de aplicaciones y de infraestructura, entre otros.

Priorizamos la corrección de los puntos débiles detectados en estos trabajos de escaneo o *pentest*. Para las oportunidades de mejora se definen planes de acción y se realiza un seguimiento mensual mediante un informe enviado a la entidad controlante.

Contamos con un mapa de riesgos que es revisado y aprobado anualmente en el Comité de Riesgos, que contiene los principales riesgos detectados por Seguridad de la Información y Ciberseguridad, así como los plazos para solucionar las desviaciones identificadas.

En BIU tenemos un fuerte foco en los controles para evitar la fuga de información. Todas las iniciativas en este sentido son englobadas en Data Loss Prevention. Incorporamos herramientas que permiten realizar controles preventivos y detectar acciones o actividades que pueden ser un riesgo para el resguardo de la información de clientes.

Incorporamos controles para la fuga de información, lo que nos permite realizar controles en diferentes etapas de la comunicación desde la red interna al exterior analizando el tráfico de datos de una manera más granular. Con el objetivo de que las medidas de seguridad impacten lo menos posible en la experiencia del cliente se priorizan aquellas que generan un alto nivel de seguridad y una baja fricción con el cliente. En este sentido se ha profundizado el trabajo en soluciones como iToken o identificación del dispositivo habitual del cliente.

Gestión de marketing

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

Durante el 2021 y luego de un año de pandemia, nos enfocamos en progresivamente volver a ocupar espacios de comunicación que habíamos destinado a comunicación específica sobre la COVID y así acompañar la reactivación de las actividades a nivel país.

Continuamos comunicando los diversos productos y servicios; la centralidad en el cliente fue el hilo conductor de nuestra estrategia de comunicación. La transformación digital atraviesa nuestros procesos de marketing. Nuestra comunicación es multicanal, bidireccional y segmentada, buscando así ser más relevantes para nuestros públicos. Continuamos con foco en medios digitales y mantenemos el uso de medios *off* relacionados con prensa, radios, vía pública y televisión, principalmente.

Redes sociales

102-43

Los objetivos fijados para redes sociales para el 2021 estuvieron relacionados con reflejar el posicionamiento del Banco, poner foco en lo que quiere escuchar el cliente y optimizar cada uno de los canales. Tenemos una escucha activa y relevamos expectativas de clientes a través de encuestas de Instagram, datos y métricas de redes para entender qué performa mejor y qué contenidos interesan a la comunidad de cada red.

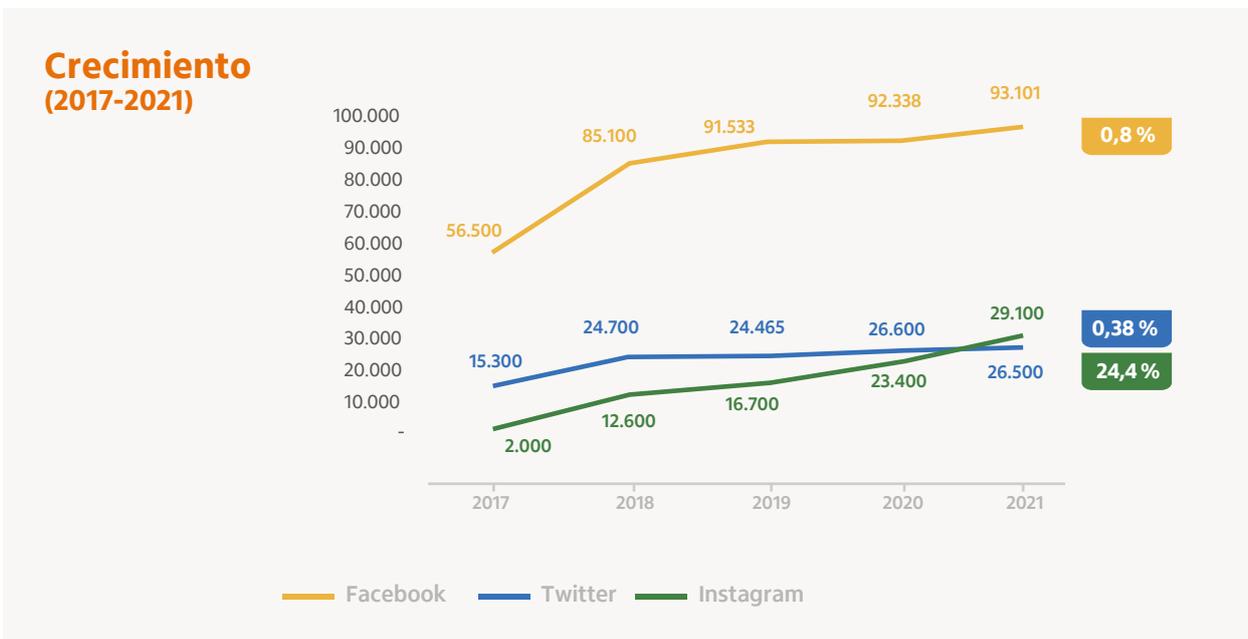
Seguimos fortaleciendo la conversación y el intercambio con la comunidad, ampliando el espectro de temas a tratar en redes sociales, incluyendo comunicación permanente en los beneficios con tarjetas, novedades digitales y el programa Volar, entre otros.

Manejamos cuatro verticales principales para redes en el año:

- Agenda positiva (Sustentabilidad, Institucional, Género, Diversidad, Voluntariado, Cultura interna).
- Soluciones relacionadas con productos financieros para simplificar el día a día del cliente (canales digitales, beneficios con tarjetas, canjes de millas, productos, cuentas, tarjetas, préstamos, etc., y servicios pagos, transferencias, agencias, etc.).
- Orientación financiera.
- Célula digital.

Mantenemos perfiles oficiales en Instagram, Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn, que son gestionados desde el área de Comunicación Corporativa.

En 2021 incursionamos en Tiktok, logrando muy buenos resultados a través de *influencers* y en lo que refiere a *user generated content* (contenido generado por el usuario hablando del Banco). Por esta campaña fuimos reconocidos en el IAB MIXX, premiación que distingue lo mejor de la publicidad digital y el marketing interactivo en Uruguay.



Proyectos destacados de 2021

Vivir nos permitió transmitir nuestro compromiso con la sociedad y el entorno.

Se trata de una producción de Mueca Films que buscó redescubrir aquellas cosas que nos unen como sociedad, celebrar diferentes maneras de vivir que tienen las personas a través de historias de vida. Desde Itaú alentamos el poder de los protagonistas de reinventarse, de transformar su entorno y de hacerlo cada vez mejor. Semanalmente comunicamos el programa en nuestras redes, publicando cápsulas exclusivas de cada protagonista.

Préstamos Realizamos una campaña masiva de préstamos en noviembre, comunicando los préstamos hipotecarios, automotores y personales que ofrecemos. Para lograr esta conexión con el público la campaña se llevó a cabo bajo el *claim* "Para lo que necesites, hay un préstamo Itaú". Elegimos a Ñaqui Abadie como figura pública para transmitir los principales mensajes.

Esta campaña se activó en múltiples medios: TV, radios,

prensa, cines, vía pública y digital y apuntó tanto a clientes como a no clientes; uno de los mensajes principales de la campaña fue "Si sos cliente, te conviene pedirle a Itaú. Y si no, también".

En lo que refiere a recordación de la campaña, alcanzamos un récord con relación a estudios anteriores: un 65 % de las personas encuestadas confirmaron que habían visto la comunicación (el promedio entre los estudios de 2017 a 2021 fue 51%). En el segmento clientes, el porcentaje asciende a un 77%.

La televisión fue el medio en donde más se vio la campaña y YouTube fue el segundo medio de recordación. Con relación al contenido, la campaña alcanzó resultados por encima de la media en compresión, relevancia y singularidad.

Itaú Pagos es la billetera digital de Itaú y la app que permite digitalizar tarjetas Visa y pagar en comercios adheridos con el celular, además de escanear facturas y pagar servicios. El cliente puede hacer pagos con QR, pagos sin contacto, así como pagar sus facturas, ya que Itaú Pagos

es la evolución de Itaú Pagocuentas, ya que teníamos al momento.

Todos los clientes de Itaú Uruguay que disponen de una cuenta, tarjeta Visa de crédito, débito o alimentación pueden usar Itaú Pagos. El lanzamiento de esta nueva app se hizo en el marco de la campaña de beneficios de verano a mediados de diciembre y el público la adoptó de gran manera.

Tenés beneficios, tenés Itaú Queremos clientes que estén encantados y comunicarles beneficios que tienen en cuenta sus necesidades, sus gustos e incluso sus desafíos, en el momento indicado, es parte de nuestra entrega. Esta campaña duró todo el año y tenía como objetivo comunicar los beneficios con tarjetas Itaú. Todos los meses se comunicaron los beneficios del mes a clientes en distintos medios (*mailing*, redes sociales, web, etc.). También campañas específicas de beneficios.

El trabajo del área de Marketing fue reconocido por la creatividad de las campañas y por la comunicación vinculada a los desafíos que trajo la pandemia en Uruguay.

En la 12.ª edición de los Effie Awards Uruguay, que organiza la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (AUDAP), recibimos dos Effie Awards con foco en comunicación con resultados de negocio:

- **Categoría de la industria Servicios/productos bancarios y financieros.**

Effie de Plata: U25. Agencia: Notable

- **Categoría especial: Respuesta a la crisis. Esta categoría premia a las marcas que adaptaron de manera efectiva su programa de marketing o actividades comerciales en respuesta a cambios estructurales y culturales significativos (por ejemplo, COVID-19) en el panorama actual.**

Effie: Volar es Hogar. Agencia: WildFi

En los IAB, con foco en nuestra orientación por el mundo digital y la comunicación desde ese lado, recibimos los siguientes reconocimientos:

- **Anunciante del año**

- **Plata: Mirar al este**

Categoría: Campaña Digital - Agencia: Notable

- **Plata: U25 Tiktok**

Categoría: Influencer Marketing - Agencia: Notable

- **Plata: U25 Tiktok**

Categoría: Mobile - Agencia: Notable

- **Bronce: U25 Tiktok**

Categoría: Eficacia - Agencia: Notable

- **Bronce: U25**

Categoría: Influencer Marketing - Agencia: Notable

- **Plata: Volar es Hogar**

Categoría: Eficacia - Agencia: WildFi

- **Bronce: Volar es Hogar**

Categoría: Campaña Digital - Agencia: WildFi

- **Bronce: Volar es Hogar**

Categoría: Uso de datos - Agencia: WildFi

Inclusión y emprendedurismo

103-1, 103-2, 103-3

OMEU

Por sexto año consecutivo apoyamos al programa Más Emprendedoras de la Organización de Mujeres Empresarias de Uruguay con el objetivo de seguir fortaleciendo la igualdad de oportunidades de las mujeres en el ámbito laboral.

Destacamos en los últimos dos años el enorme crecimiento de los programas: pasamos a formalizar el apoyo a emprendedoras, ejecutivas y empresarias, promoviendo que el círculo sea cada vez más una red de mujeres que hace sinergia y aporta valor a la comunidad, al mercado laboral y al país. Por otro lado, a raíz de la pandemia, los cursos se hicieron en forma virtual y eso hizo posible que varias mujeres del interior del país participaran y siguieran siendo parte, ampliando el alcance del programa.

Más Emprendedoras

Buscamos incrementar la competitividad de los emprendimientos, promoviendo la creación y el desarrollo de empresas lideradas por mujeres.

- **+105 mujeres impactadas**

- **33% interior**

- **Fuimos jurado en los Pitch**

- **Premios a ganadoras**

Más Ejecutivas

En el 2021 apoyamos la primera edición del Programa Más Ejecutivas de OMEU, con el fin de impulsar el liderazgo de mujeres ejecutivas y directivas ofreciéndoles herramientas y habilidades que les permitan potenciar su talento.

- **1.ª edición 2021**
- **30 mujeres impactadas**
- **Participación mujeres Itaú**

Mujeres Inversoras

En diciembre de 2021 se lanzó el programa Mujeres Inversoras, que apoyamos con foco en capacitar mujeres para que se conviertan en inversoras de impacto, formando un círculo junto con emprendedoras que buscan potenciar sus negocios.

Realizamos algunos *focus groups* con clientes U25 para entender cómo ven el producto un año después del lanzamiento de la campaña, cuáles son sus intereses y necesidades, dónde podemos encontrarlos, qué medios prefieren y sacar *insights* para seguir brindando el servicio que esperan.

Como principales hallazgos, vimos que dan una gran importancia a los beneficios, millas y canjes, prefieren comunicaciones específicas con la estética de U25 y prefieren no ser contactados por WhatsApp. A partir de octubre de 2021 las tarjetas de crédito para los U25 son sin costo e incluyen temas de orientación financiera.

U25

En lo que refiere al producto U25, una cuenta para estudiantes de entre 18 y 25 años, este segmento sigue contando con la plataforma digital de contenidos, Fitnanzas, que incluye consejos, test de sensibilización, videos tutoriales y una serie de podcasts de colaboradores e invitados especiales como protagonistas. Los temas abordados son inteligencia financiera, armado de presupuesto, consumo y ahorro, endeudamiento e inversiones.

En 2021 comenzamos a trabajar en el *cross-sell* de productos para personas con cuenta U25, ofreciendo en un principio tarjetas de crédito y acompañando el proceso con tutoriales que informan sobre este producto, nuevo para muchos de ellos.

- Usuarios *landing* período 2021: **5.250**
- Duración promedio sesión: **4 h 14 min**
- Principales dispositivos:
Desktop 65,3% y Mobile 33,7%
- Datos demográficos cuenta:
63,4% mujeres y 36,6% hombres
- Datos demográficos con tarjetas de crédito:
59,73% mujeres y 40,45% hombres



4. Colaboradores

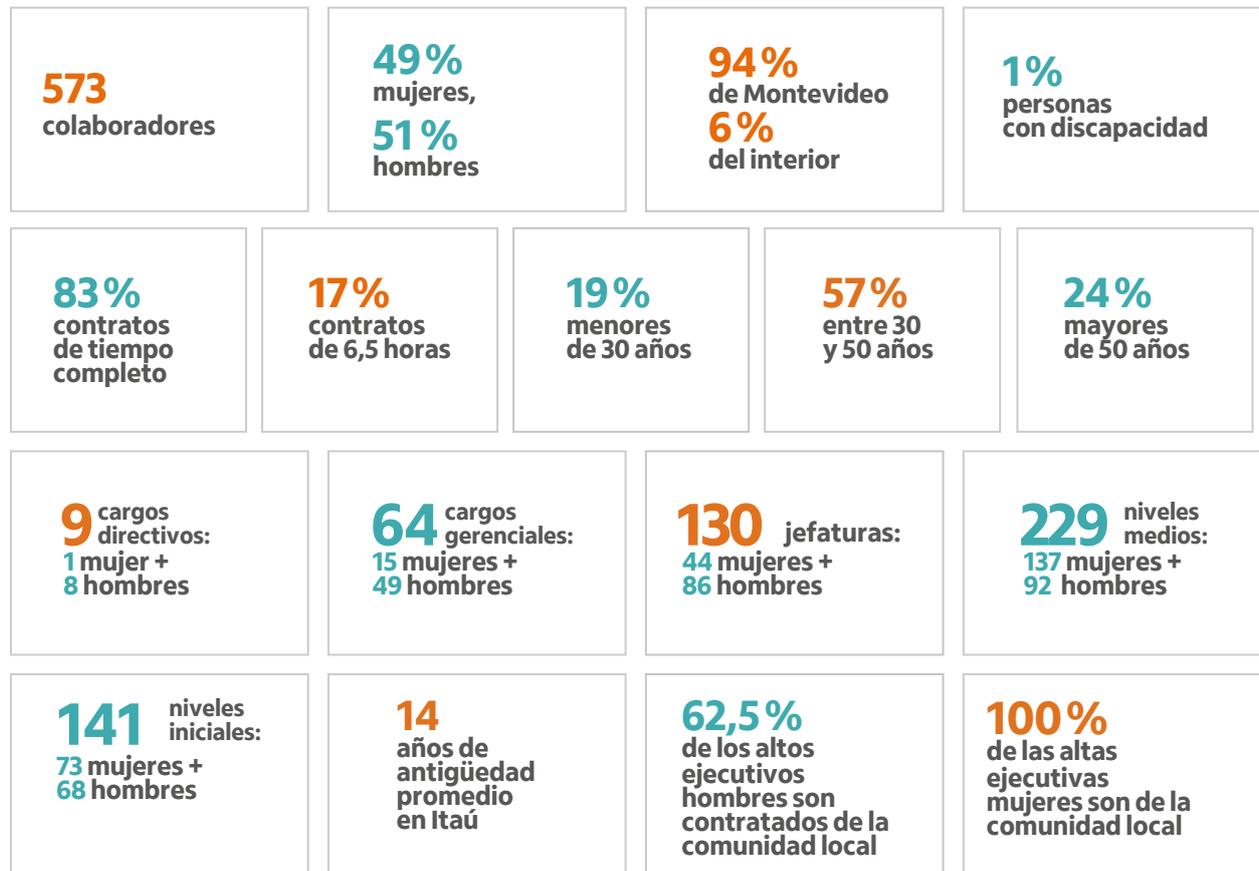
102-7, 102-8, 103-1, 103-2, 103-3, 202-2, 401-1, 405-1

La excelencia de brindar servicios en el sector financiero depende fundamentalmente de nuestra capacidad para atraer y retener personas calificadas, comprometidas y alineadas con los valores de la empresa. Los colaboradores son quienes construyen la historia de Itaú y tienen la oportunidad de impactar positivamente la vida de miles de clientes.

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

Trabajamos con foco en desarrollar programas de liderazgo, *mentoring*, seguridad ocupacional, cultura digital y de datos, y cercanía. Asimismo, nos enfocamos en crear conciencia organizacional en temas de género, expandir la práctica de *home office* y horario flexible, generar programas de atracción y selección para personas con discapacidad.

Buscamos 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. Priorizamos creatividad, autodidaxia, pensamiento tecnológico, inteligencia emocional, flexibilidad y visión sistémica.



Diversidad

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

Somos personas y creemos que tener un marco con una pluralidad de orígenes, culturas, creencias, experiencias, razas, discapacidades, géneros, orientaciones afectivo-sexuales y generacionales amplía perspectivas y contribuye a un clima de respeto y valoración de las diferencias.

Reconocemos nuestro papel en la valoración y promoción de la diversidad, inclusión y equidad de oportunidades en nuestra organización y sociedad y asumimos el compromiso de fomentar un entorno respetuoso y saludable para todas las personas que trabajan en Itaú y así promover la igualdad de oportunidades.

Priorizamos nuestra estrategia de diversidad e inclusión en tres pilares, que representan actualmente los mayores desafíos: personas con discapacidad, equidad de género, y diversidad sexual.

Inclusión de personas en situación de discapacidad

En Itaú venimos recorriendo este camino desde hace muchos años, de diferentes formas: con apoyo a organizaciones, inclusión de colaboradores en situación de discapacidad, talleres de sensibilización, talleres de comunicación, adecuación de nuestras instalaciones físicas y adecuación de políticas internas. Sabemos que tenemos aún mucho por hacer y que es un camino en el que estamos aprendiendo. Entendemos que una verdadera inclusión se construye en red y para ello el esfuerzo y compromiso colectivo es fundamental.

Este año realizamos nuevas inclusiones de personas con discapacidad en áreas operativas, comerciales y de riesgos. Participamos en varias ferias laborales virtuales y publicamos los perfiles buscados en distintos portales. Una vez seleccionadas las personas, realizamos un proceso de inclusión acompañado por especialistas. Antes del ingreso convocamos al equipo que realizó la inclusión y a las áreas involucradas a un taller de sensibilización. Realizamos una charla virtual con dos colaboradores que compartieron su mirada sobre la discapacidad en primera persona, en la que contaron su perspectiva sobre la inclusión en el Banco y donde el equipo de trabajo tuvo un espacio para intercambiar.

Durante los primeros tres meses de trabajo, realizamos un acompañamiento con especialistas generando reuniones quincenales que terminaron en un informe final sobre el proceso.

Recibimos el Sello Uruguay Valora a la gestión institucional inclusiva, una iniciativa de Sociedad Uruguaya de Gestión de Personas con el apoyo de Red de Empresas Inclusivas.

Mostrar historias reales

En noviembre compartimos un momento único y movilizador. Nos encontramos en Movie para conocer tres historias de

superación que tienen algo en común: convivir o haber convivido con la #discapacidad.

Tres personas que trabajan en Itaú Uruguay abrieron la puerta de sus vidas y nos inspiraron en una charla con Facundo Ponce de León de Mueca Films. Fue un momento para conectarnos desde nuestro lado más humano y conocernos más como personas.

Equidad de género

Tenemos un compromiso voluntario con los Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs), establecidos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ONU) y ONU Mujeres, para promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.

Nuestros desafíos de equidad de género son centrarse en aumentar la representación femenina en el Banco en su conjunto, en mediano y alto liderazgo.

Red Mujeres Líderes

Comprometidos con la equidad de género, trabajamos para avanzar hacia la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.

Lanzamos la Red de Mujeres Líderes Itaú, una iniciativa del Taller para Mujeres Líderes 2020, movidos por un propósito: promover el liderazgo de las mujeres a través de una red de colaboración y transformar nuestra cultura de organización para que sea más justa.

LGBTI

Trabajamos con el objetivo de fomentar el respeto y promover un entorno psicológicamente seguro para que las personas se sientan cómodas siendo quienes son independientemente de la orientación afectivo-sexual e identidad de género.

Este año definimos dar un paso más en diversidad e incluir una nueva línea de trabajo, diversidad sexual. El objetivo es seguir avanzando hacia un ambiente más diverso e inclusivo, buscando la representatividad de todos los públicos de la sociedad y la igualdad de oportunidades.

Algunas de las iniciativas destacadas son:

Reafirmamos nuestro compromiso con la comunidad LGBTI y firmamos las 5 Normas de Conducta de las Naciones Unidas para empresas con relación a las personas LGBTI. Estas normas son la base que guiará nuestros pasos.

Para el Día Internacional del Orgullo LGBTI realizamos un video con diferentes colaboradores reafirmando la libertad de ser como somos, lo cual es un derecho que todos debemos experimentar en cualquier ámbito, incluido el laboral.

Focus group: entre las acciones por el Mes de la Diversidad, nos reunimos con personas de la comunidad LGBTI y generamos un conversatorio donde aprendimos acerca de lo que esperan del Banco como clientes y sobre cómo trabajar juntos para derribar las barreras del sistema financiero.



Seguridad financiera, salud y bienestar

103-1, 103-2, 103-3, 201-3, 401-2, 405-2

Soñamos con relaciones cercanas y transparentes, basadas en el respeto y la confianza; relaciones de autonomía y madurez. Buscamos trabajar en forma colaborativa, pero con cada colaborador ganando autonomía y mostrando responsabilidad.

Remuneración fija y variable

Hemos adoptado procesos claros y transparentes en nuestra estrategia de compensación, que buscan seguir la normativa aplicable y las mejores prácticas del mercado nacional e internacional, así como asegurar la compatibilidad con nuestra política de gestión de riesgos.

Contamos con una política de compensación cuyo objetivo es consolidar nuestros principios y nuestras prácticas para atraer, recompensar, retener y alentar a quienes trabajan en Itaú a realizar negocios de manera sustentable, observando límites de riesgo adecuados y los intereses de los accionistas.

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.



\$ 3.751.934.000
invertidos en remuneraciones, beneficios, incentivos y cargas sociales



• **\$ 1.538.292.940 en mujeres**



• **\$ 2.213.641.060 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	84 %
Cargos gerenciales	97 %
Cargos de jefatura	94 %
Niveles medios	97 %
Niveles iniciales	106 %

Beneficios y compensaciones

103-1, 103-3, 201-3, 401-2

Ofrecemos compensaciones y beneficios atendiendo a las necesidades de nuestros equipos y considerando los lineamientos del convenio colectivo. Frente a la necesidad del trabajo remoto, hicimos un gran esfuerzo con la entrega de computadoras a colaboradores para que pudieran desarrollar su trabajo en casa sin inconvenientes.

Itaú Pausa

Sabemos cuánto hemos trabajado todos estos últimos meses, las rutinas cambiaron y nuestra actividad se intensificó. Por eso decidimos otorgar un día de descanso extra a las personas que trabajan en el Banco. Una pausa. Tan importante como alcanzar nuestros objetivos es cuidar nuestra salud mental y física.

Salary review

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 analizadas en cada gerencia y dirección, y cuya aprobación final depende de la Gerencia General.

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 de 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
- Compra/venta 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

- Programas de ayuda a la transición
- Programa Summer Jobs
- Espacio Mamá
- Fruta en la oficina
- Estacionamiento para bicis
- Partida escolar
- Comedor
- Vestimenta casual: continuación del programa de vestimenta "Voy como soy"
- Actividades de integración, fiestas, eventos
- Club de colaboradores

Calidad de vida 103-1

Durante 2021 mantuvimos el modelo híbrido entre presencialidad y *home office* con equipos rotativos priorizando cuidar la salud de nuestros colaboradores y mantener la buena atención a los clientes. Quienes lideran los equipos deciden la mejor combinación entre estas dos opciones para lograr un equilibrio.

Cobertura médica 103-1, 103-2, 103-3, 403-3, 403-6, 403-8

El Banco ofrece cobertura de salud total para colaboradores y sus familias. La persona elige la sociedad médica (privada o mutualista) que desee para sí y su núcleo familiar.

Se incluye también la emergencia médica de colaboradores.

Asumimos los costos del control médico (carné de salud), ofrecemos la vacunación contra la gripe estacional de forma voluntaria con un puesto en nuestras oficinas 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 si es necesario. Periódicamente, el área de Personas recibe un informe de las faltas por enfermedad, que analiza a los efectos de implementar medidas correctivas si corresponden. Se realiza además un seguimiento a aquellos colaboradores con enfermedades prolongadas o graves, para ofrecerles apoyo y contención.

Desde hace cinco años 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. Existen en la actualidad 50 personas socias que con su donación anual obtienen la posibilidad de contar, para sí o seis familiares designados previamente, con hasta 12 dosis de hemocomponentes por evento.

Capacitación y desarrollo

103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 412-2, 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.



12.006 horas
capacitación en 2021

- **4.898 artículos vistos en plataforma Degreed**
- **1.384 cursos terminados en UDEMY**

Principales talleres y charlas de capacitación

- Scrum
- *Data analytics*
- Planificación y gestión de tiempo
- Presentaciones de alto impacto en ppt
- Charla sobre psicología positiva
- Transformación digital desde la mirada del cliente
- Ciclo WEPs "Herramientas y buenas prácticas empresariales para la inclusión de mujeres con discapacidad"
- Taller de *feedback*
- *Coaching* de grupo
- Comunicación en redes sociales
- Compost ciudadano
- Finanzas sostenibles & el sector privado
- Introducción a Python
- Procesos de selección inclusivos
- Medio ambiente
- Multiplicadores B
- Sustentabilidad
- La economía pospandemia
- Impulsá tu carrera profesional con LinkedIn
- Diversidad sexual y de género e inclusión
- Comunicación inclusiva
- Sesgos inconscientes y selección inclusiva
- Taller de power bi
- Mujeres que tienen algo que decir: cómo ser la mejor *speaker*
- UX
- Cibersecurity en la economía digital
- Liderazgo inclusivo
- Liderazgo - cultura de *feedback*
- Liderazgo - modelo de trabajo híbrido
- Especialización en *machine learning*

Programas impulsados por el área de Personas

Liderazgo

Con el objetivo de capacitar cada vez mejor a nuestros líderes y fortalecer la cultura de desarrollo de las personas, creemos necesario seguir preparándolos de manera continua y constante en estos temas.

Durante 2021 realizamos tres ediciones del Programa OPEN de habilidades de liderazgo, y decidimos abrir la última edición a quienes quisieran participar, con un límite de 20 cupos por edición.

Decidimos que la participación en este programa es condición indispensable para ser considerado en posiciones de liderazgo y se requiere una asistencia mínima a 10 talleres para dar como adquirido el conocimiento.

■ **170** participantes | **83** hombres
■ **4.679** horas totales | **87** mujeres

Movilidad

Buscamos fomentar el desarrollo de carrera, estimular el aprendizaje y curiosidad de todas las personas, la obtención de nuevas habilidades y la sinergia entre distintos equipos. Movilidad es un programa con cinco formatos para gestionar cambios temporales o definitivos para colaboradores de distintas áreas o distintos proyectos.

La postulación es voluntaria y potestad de cada colaborador. Las personas interesadas no necesitan autorización para postularse o hacer efectivo el cambio de oficina o participación en proyectos en los plazos establecidos, salvo excepciones aprobadas por el director del área y del área de Personas.

La intervención en cualquier oportunidad de movilidad —ya sea como postulante, líder receptor o líder emisor— será valorada para el desarrollo de carrera de todos los participantes.

■ **50** realizados en 2021

Udemy

Con el objetivo de promover el autodesarrollo, la iniciativa y la cultura de aprendizaje digital, disponibilizamos 56 licencias para el acceso a la plataforma de entrenamiento *online* Udemy for Business.

Son más de 5.500 cursos disponibles, elaborados por expertos y calificados por estudiantes de todo el mundo en diversas temáticas como Data Science, Tecnología, Finanzas, Marketing, Liderazgo, Gestión, Estrategia de Negocios, Centralidad en el Cliente, Transformación Digital, entre otras.

El acceso otorgado es de licencia anual, por lo que se puede acceder a diferentes cursos durante el año para capacitarse en diferentes áreas.

IOX

Lanzamos la nueva marca IOX: una experiencia de aprendizaje innovadora que impulsa la evolución de las personas, los equipos y el Banco.

IOX como cultura de aprendizaje se basa en tres pilares: plataforma digital de capacitación (Degreed); experiencia (cada persona es dueña de su aprendizaje); curaduría (el conocimiento es compartido entre todos).

Se trata de un aprendizaje personalizado: el foco está en la persona y en el desarrollo de nuevas habilidades, la responsabilidad es compartida.

■ **441** colaboradores ingresaron a Degreed y realizaron al menos un curso

Mentoring

Mentoring es un encuentro entre un líder con experiencia y alta *performance* (mentor) que comparte conocimiento con otra persona (mentoreado) con el objetivo de desarrollarla profesionalmente, transmitirle la estrategia de la organización, su postura institucional, cultura y valores, entre otros.

En 2021 se realizó la cuarta edición del programa:

■ **149** horas de *mentoring*
■ **40** duplas *mentoring* | **49%** hombres
■ **3** capacitaciones | **51%** mujeres
• para mentores, mentoreados y sus gestores
• para mentores y mentoreados
• para mentores

Increase

Es un programa que permitió a colaboradores conocer bien de cerca y a fondo distintos temas y proyectos que otras oficinas llevan adelante. Está estructurado a través de charlas, capacitaciones, participación en proyectos y de las rutinas del día a día. La primera edición fue con la dirección Operaciones y Sistemas, donde se abrió una postulación para que quienes participaran pudieran aprender de sistemas, procesos, operaciones y rutinas del área digital; es un gran atractivo que permite tener una visión más amplia del negocio y nos prepara para la transformación que estamos viviendo. En este programa se anotaron 34 personas.

Puertas Abiertas

Se trata de un encuentro semanal con André Gailey (gerente general) en pequeños grupos, con la finalidad de conocernos más y compartir experiencias. Es un espacio para preguntar, intercambiar ideas y charlar sobre las diferentes realidades, desafíos y expectativas que nos mueven a quienes trabajamos en Itaú.

- **Con 34 respuestas, la encuesta de Puertas Abiertas arrojó un NPS de 88.**

Bienvenida a colaboradores

Cuando ingresa una persona nueva al Banco, la recibimos con un desayuno de Dulces Melodías, un emprendimiento gastronómico inclusivo.

Desafío Educación

Pensar cómo aportar al cambio educativo es más relevante que nunca. Por eso, en nuestro 5.º año consecutivo apoyando Desafío Educación de Socialab, seguimos fomentando el emprendedurismo y la innovación.

■ **40** colaboradores participaron en 5 ediciones

■ **50%** de los mentores son colaboradores de Itaú

ACE Comité de Datos

Creamos el Centro de Referencia de Datos del Banco, ACE, con el objetivo de desarrollar colaboradores con las herramientas y capacidades necesarias para generar soluciones a partir de toda la información transaccional del Banco.

Planeamiento assessment: En noviembre del 2021 se recibió al equipo de Brasil para realizar una evaluación de los pilares de *analytics*. Por primera vez se incluyó al área de Personas para esta evaluación, con el objetivo de analizar lo realizado por la dirección en lo que respecta a la capacitación en datos a colaboradores y al uso y manejo de datos como área.

Mapeo de habilidades y conocimiento: Se realizó un relevamiento de información del conocimiento y uso de herramientas de datos. Para eso se utilizó por primera vez el sistema de encuestas de ItaúLink, donde se disponibilizó a cada usuario colaborador BIU una encuesta donde se le presentaron las principales herramientas en datos (Excel, Python, Tableau, SQL, Access, R), y se le solicitó responder en base a su conocimiento o uso sobre cada una de ellas, utilizando una escala de valoración.

Si bien el relevamiento no fue obligatorio, obtuvimos un 48% de respuestas (277 personas).

Incubadora de datos: El área de Personas realizó la comunicación y convocatoria, parte del comité de selección de proyectos y acompañamiento a los incubados en capacitación a través de licencias de capacitación en Udemy for Business.

Batalla de datos regional

Es un desafío que se realiza entre diferentes unidades internacionales del Banco, que tiene como eje el procesamiento inteligente de datos para buscar soluciones a una problemática común. Organizado por la entidad controlante, participaron Argentina, Colombia, Paraguay, Uruguay y OCA. El caso fue: ¿Cómo podemos mejorar la experiencia de nuestros clientes con dificultades de pago a través de ofertas de refinanciamientos en el momento oportuno que permitan mantener relaciones duraderas con ellos, a la vez que aumentamos la probabilidad de recobro para el Banco? Colombia ganó la edición 2021.

Hackademy regional

Fue un evento de 7 días hábiles, donde recibimos capacitación en desarrollo de robots con la herramienta Automation Anywhere (AA) durante tres días y luego trabajamos cuatro días en un caso de negocio para aplicar las funcionalidades de los robots. Competimos con los equipos de Itaú Argentina, Itaú Paraguay, la unidad en Estados Unidos y OCA.

El proyecto en el que trabajamos fue generar un monitoreo automatizado del parámetro de Porcentaje de Pérdida Dado un Evento de Default (LGD Clean para el segmento Banca Mayorista).

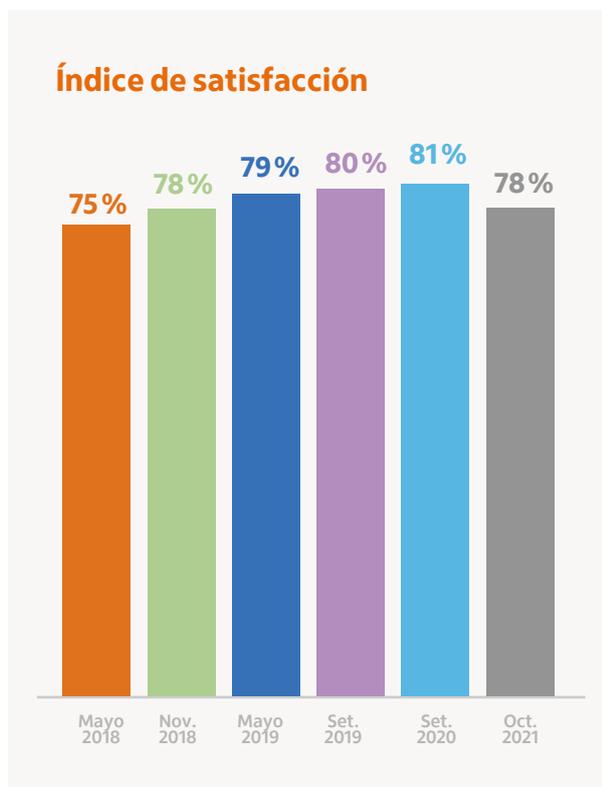
Satisfacción y compromiso

Clima laboral

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

Queremos crear 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, que se realiza una o dos veces al año, 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.



Gestión de desempeño

103-3, 404-3



El 100 % de las personas que trabajan en Itaú participan en evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional y reciben *feedback* de su gestor/a.

Las evaluaciones de desempeño se realizan anualmente y son una herramienta fundamental para el desarrollo profesional y personal del equipo. El proceso de evaluación se basa en instancias de retroalimentación que constituyen una oportunidad de crecimiento y desarrollo.

■ **92** personas fueron ascendidas en 2021

Comunicación interna

102-43, 102-44

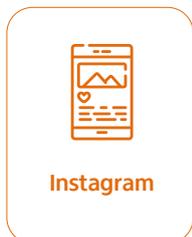
Generamos comunicación relevante y útil que fortalece una visión compartida del negocio a través de una gestión con foco en la transparencia. Mantenemos informados a quienes trabajan en el Banco para que su jornada sea más simple y cercana. Inspiramos y generamos orgullo de pertenecer.

• **Incorporamos 2 tótems digitales** que se ubicaron en dos pisos de WTC (piso 4 y piso 10) donde comunicamos Nuestra Semana y otras novedades relevantes.

• **Lanzamos IOX News:** un artículo que unifica las principales novedades de aprendizaje y capacitación en plataformas digitales, con actualizaciones de contenido y entrevistas.

• **Instagram Somos:** continuamos utilizando esta red social para conectarnos desde el lado más informal, compartiendo el detrás de las campañas del año, diferentes festejos y momentos anecdóticos del equipo.

Canales de comunicación



Libertad de asociación y negociación colectiva

102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 407-1

Las personas que trabajan en instituciones bancarias pueden formar 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 2020 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 julio de 2020 y el 28 de febrero de 2023.

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.

Salud y seguridad en el trabajo

103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Ante los desafíos que trajo la pandemia, buscamos ofrecer soluciones que facilitaran el funcionamiento financiero de personas y empresas afectadas por la crisis sanitaria, con foco en las personas que trabajan en Itaú.



1.094.951 horas trabajadas durante 2021:
48 % mujeres / 52 % hombres
350 colaboradores con carné de salud vigente
No se registraron lesiones por accidentes laborales en 2021.

Juntos podemos

Continuamos realizando comunicaciones internas periódicas para informar sobre el estado de situación y las nuevas medidas que se fueron tomando para preservar la salud de todos y todas y asegurar la continuidad de las operaciones.

Implementamos el modelo híbrido de trabajo para que todas aquellas personas dentro de la población de riesgo puedan seguir trabajando desde sus casas como en el inicio de la pandemia, y el resto pudo coordinar en qué modalidad trabajar durante el año, *home office* o presencialidad con equipos rotativos.

Para quienes trabajan en el Banco se extremaron las medidas preventivas y se entregaron nuevamente tapabocas reutilizables de uso personal.

Se mantuvo a disposición de todas las oficinas alcohol en gel y se mantuvieron medidas de distancia en salas comunes.

Por otro lado, contamos con un proveedor de prevención y salud laboral, quien lleva adelante un plan de prevención de riesgos laborales. Como parte del plan que se revisa anualmente, se evalúan los riesgos laborales de los diversos locales, tareas y puestos de trabajo de acuerdo con la normativa y las buenas prácticas.

A partir de los riesgos evaluados se proponen actividades en el plan de prevención anual dirigidas a minimizar los riesgos.

Además de los canales habituales de comunicación con los líderes y con el área de Personas, existe una Comisión Bipartita de Seguridad y Salud con representantes de los colaboradores, ante la que se pueden reportar posibles peligros. Se reúne de forma periódica y atiende casos particulares, planteos de colaboradores, nuevas reglamentaciones, etcétera.

■ **100 % de los colaboradores están representados en la Comisión de Salud**

Tanto los incidentes como los eventuales accidentes son investigados por el técnico prevencionista y médico laboral una vez que son informados por el área de Personas o 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 ponen a disposición fruta, agua y café en todas las oficinas y se fomenta la actividad física.

También fomentamos y brindamos entrenamiento en materia de seguridad física. Un ejemplo de esto son los 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.





5. Comunidad

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

Como institución financiera, reconocemos nuestro papel de agente de transformación y promotor de desarrollo. Nuestra estrategia de relaciones con la comunidad involucra el trabajo con la sociedad, la promoción de una gestión inclusiva y diversa, y el vínculo con proveedores. Estos temas se abordan actualmente desde diversas áreas y de manera complementaria entre Fundación Itaú y el Banco.

Fundación Itaú pone especial atención en el desarrollo de oportunidades culturales y educativas, aspecto ineludible en la agenda de impacto social de nuestro país, y la formación en dichos ámbitos a través del Centro de Capacitación.

Para alcanzar un ambiente inspirador, con métodos de trabajo colaborativos, hemos implementado una cultura interna en la que el voluntariado corporativo se pone al servicio de las causas sociales que mueven a nuestros colaboradores y que fortalecen su orgullo de pertenecer. Promovemos actividades de trabajo en territorio y donaciones económicas y en especie que inspiren a los colaboradores a contribuir a organizaciones de la sociedad civil.

Tenemos el desafío de mirar con mayor atención la forma en que se producen y comercializan los productos y servicios, así como también sus impactos. Nos queda un largo camino por recorrer y entendemos la importancia de actuar en conjunto con nuestros socios y proveedores para incorporar las cuestiones sociales y ambientales en la cadena de valor.

Prácticas de participación cívica:

- Donaciones financieras o en especie
- Inversiones destinadas a la comunidad
- Servicio comunitario
- Fomento de la adopción de prácticas para promover un mejor desempeño social o ambiental
- Asociaciones con organizaciones benéficas y comunitarias

Voluntariado corporativo

Tenemos el objetivo de desarrollar acciones que apunten al crecimiento de la comunidad en la que operamos, estimulando el poder de transformación de los colaboradores. Los focos de trabajo son educación y aprendizaje, y mejora en las condiciones de vida.

Durante 2021, las donaciones fueron para diversos proyectos:

- **Centro Educativo Unidos:** donación de 74 mochilas con útiles escolares nuevos para niños del centro de acompañamiento escolar ubicado en el barrio Villa Española, en su comienzo de clase.
- **Movimiento La Olla del Hogar de Cristo:** se realizó una colecta para comprar alimentos no perecederos. Con lo recaudado se prepararon 2.500 viandas para personas en situación de calle.
- **Desafío Educación:** acompañamiento virtual a jóvenes emprendedores en la preparación y presentación de un proyecto de solución educativa en convocatoria presentada por Socialab y Fundación Itaú. Participaron 7 colaboradores.
- **Capacitación virtual en mediación de lectura:** 2 colaboradoras se capacitaron en mediación de lectura en la 4.ª edición del curso del Plan de Lectura del MEC.
- **TECHO:** 24 colaboradores participaron de la construcción de 4 viviendas de emergencia.
- **Limpieza de playas:** 26 colaboradores, con amigos y familiares, participaron de una mañana de limpieza de playa en Barra de Carrasco junto a Repapel, y luego de la liberación de una tortuga en rehabilitación con Fundación Karumbé.
- **Mantas tejidas a Honrar la Vida:** entregamos 12 mantas armadas con distintos cuadrados tejidos por colaboradoras.
- **Salir Adelante:** charla ofrecida por 2 colaboradores a dos estudiantes de liceos acompañados por dicha Fundación sobre lo que implica el trabajo en el Banco, la rutina laboral y el relacionamiento con otros colaboradores.

Fundación Itaú

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

Fundación Itaú tiene como finalidad promover, facilitar y difundir proyectos vinculados a la cultura y la transformación social en el Uruguay. Para ello define un conjunto de objetivos y estrategias:

- 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 de 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 socialización de los resultados.
- Incidir en la agenda pública.

Ejes de trabajo en 2021

- **Generación de conocimiento:** generación y producción de conocimiento en las diversas áreas de la cultura y la educación. Se apuesta a recoger y sistematizar aprendizajes, crear nuevos conocimientos y diseminar todo aquel conocimiento pertinente y oportuno para los cambios necesarios y urgentes en educación, así como cambios que dinamicen el sector cultural por medio de la participación en la producción y el disfrute de bienes y servicios culturales.
- **Formación técnico-profesional:** diseño y desarrollo de propuestas de capacitación en temas relevantes de educación y cultura, que den respuesta a la necesidad de fortalecimiento y profesionalización de las prácticas.
- **Implementación de propuestas específicas:** experiencias y prácticas educativas, artísticas, patrimoniales y socioculturales que brindan aportes y respuestas novedosos ante situaciones, necesidades o problemas identificados y acotados. Fundación Itaú promueve y apoya a organizaciones y

personas en el desarrollo de proyectos que se ajusten a sus ejes de trabajo. Para ello, todos los años abre una convocatoria para recibir propuestas que consta de cinco etapas: presentación, evaluación, preselección, selección y validación final.

Gestión de proyectos

Los proyectos que promueve y apoya Fundación Itaú deben contemplar el desarrollo de al menos uno de los criterios transversales definidos: equidad de género, innovación y polinización cruzada.

Es propósito de Fundación Itaú promover la calidad en los proyectos y en las respectivas organizaciones o colectivos que los llevan adelante, por lo que se propone el asesoramiento en gestión, tanto en la instancia de preselección y diseño de la propuesta final como en el monitoreo y evaluación. Se propone un estilo colaborativo de acompañamiento de los proyectos, en diálogo y retroalimentación atenta entre los proyectos apoyados y los programas.

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

En 2021 implementamos el Sistema de Información, Monitoreo y Evaluación de proyectos (SIME) en los proyectos desarrollados este año.

La metodología busca identificar, organizar y analizar la información sobre los impactos o productos de los distintos proyectos que apoya Fundación Itaú a través de su Programa Cultural y Programa Social y acompañarlos en su implementación. A la vez, se propone que este sistema arroje información y aprendizajes respecto a los impactos y avances de cada programa y posibilite así retroalimentar el desarrollo y estrategias de la Fundación.

El fin último del Sistema de Información, Monitoreo y Evaluación es hacer visibles para todos los actores los cambios generados con cada proyecto y cada programa a los efectos de recoger aprendizajes e implementar mejoras. Para familiarizar a los proyectos seleccionados con este nuevo sistema, realizamos tres talleres de 2 horas cada uno al que asistieron los/as responsables de cada proyecto.

Por la implementación de esta metodología, recibimos el reconocimiento de DERES en la categoría CUMPLIMIENTO y un reconocimiento adicional como "Práctica inspiradora".

Proyectos postulados en 2021

- **Proyectos:** 94
- **Programa Cultural:** 64
- **Programa Socia:** 29
- **Polinización cruzada:** 1

Resultados de postulaciones 2021

- **Entrevistas a proyectos:** 43
- **Proyectos seleccionados:** 43
- **Proyectos no realizados por COVID-19:** 4
- **Proyecto regional:** 1

Relevamos los cambios y el impacto de la pandemia en cada proyecto. Solo 4 proyectos previstos para 2021 no pudieron realizarse y se pospusieron.

Programa Cultural

203-1, 203-2, 413-1

Áreas de referencia: artes visuales, música, danza, teatro, audiovisual y publicaciones

- **25** proyecto apoyados
- **\$ 3.519.404** de inversión directa
- **\$ 4.011.600 (neto)** de inversión FI*

Donamos \$ 500.000 al Fondo para la Cultura Ruben Melogno del Estado para mitigar los efectos de la pandemia en quienes tienen como principal fuente de subsistencia su actividad en el área de la cultura.

Artes visuales

3 proyectos apoyados: exposición de Alejandra González Soca, Cósmica Feria de Artes y Cultura Contemporánea, y Ciclo de exposiciones Fundación Atchugarry.

\$ 1.027.500 de inversión directa
642 artistas y técnicos impactados
114.927 beneficiarios impactados
Territorios impactados: Montevideo, Canelones, Maldonado, Lavalleja, Colonia, San José

Música

3 proyectos apoyados: concierto Coralinas Latinas, Festival de Otoño e Invierno SODRE y Música botánica/Música de la Tierra

\$ 150.000 de inversión directa
\$ 1.830.953 (neto) de inversión FI
163 artistas y técnicos impactados
16.613 beneficiarios impactados
Territorios impactados: Montevideo

Danza

6 proyectos apoyados: ciclo Montevideo Danza, Comedia de Distancia de Carolina Besuievsky, SPOT de Valentina Cayota y Solos al mediodía/Epifanía/LEI/Desarrollo de Artes de calle de GEN.

\$ 757.550 de inversión directa
\$ 1.300.000 (neto) de inversión FI
165 artistas y técnicos impactados
72.922 beneficiarios impactados
Territorios impactados: Montevideo, Maldonado

Teatro

2 proyectos apoyados: artificio memorias del teatro Florencio Sánchez y Obra Papel de Viento de Enrique Permuy.

\$ 307.000 de inversión directa
11 artistas y técnicos impactados
538 beneficiarios impactados
Territorios impactados: Montevideo

Audiovisual

5 proyectos apoyados: ciclo Cortos en Cartelera, Festival Detour de Cine Nuevo, Miles de Ciudades, El Monitor Plástico y Sorocabana/GEN.

\$ 506.766 de inversión directa
\$ 880.647 (neto) de inversión FI
565 artistas y técnicos impactados
2.103.800 beneficiarios impactados
Territorios impactados: Montevideo, Paysandú, Canelones

*Fondos de Incentivo Cultural, del MEC.

Publicaciones

5 proyectos apoyados: El Palabrero, Siete décadas en la crítica del arte, Revista La Pupila, Ciclo Mundial Poético y Mirar la mente/GEN.

- \$ 598.109 de inversión directa
- 3.664 artistas y técnicos impactados
- 5.000 tiraje
- Territorios impactados: Montevideo, Maldonado, Canelones

Programa Social

203-1, 203-2, 413-1

Áreas de referencia: producción y divulgación de conocimientos, actividades de profesionalización/formación docente y propuestas educativas y socioeducativas.

- 15 proyecto apoyados
- \$ 1.700.315 de inversión directa
- \$ 9.398.652 (neto) de inversión por Ley de Donaciones Especiales

Producción y divulgación de conocimientos

1 proyecto apoyado: Publicación Eduy21 La educación en tiempos de repienso planetario

- \$ 600.000 de inversión directa
- 5 personas involucradas en proyectos
- 500 beneficiarios impactados
- Territorios impactados: todo el territorio nacional

Actividades de profesionalización/formación docente

5 proyectos apoyados: Comunidad Educativa Sustentable/Gemma, Evaluación y asesoramiento psicopedagógico/Liceo Francisco de Paysandú, Desarrollo profesional de docentes/Liceo Impulso, Aprendizaje basado en proyectos/Liceo Jubilar Juan Pablo II e Implementación de Nazaret Global Education/Fe y Alegría Uruguay.

- \$ 65.880 de inversión directa
- \$ 4.198.652 (neto) de inversión LDE
- 36 personas involucradas en proyectos
- 1.775 beneficiarios impactados
- Territorios impactados: Canelones, Montevideo, Paysandú

Propuestas educativas y socioeducativas

9 proyectos apoyados: Palé, Desde Abajo, Desafío Educación/Socialab, Acompañamiento de egresados/Ánima Bachillerato Tecnológico, Camino Tic's/Universidad ORT, S.T.E.A.M/Los Pinos, Apoyo liceal/Niños con Alas, Acompañamiento y protección de las trayectorias educativas/Centro Educativo Providencia y Talleres/Programa Salir Delante de B'nai B'rith.

- \$ 1.034.435 de inversión directa
- \$ 5.200.000 (neto) de inversión LDE
- 331 personas involucradas en proyectos
- 851 beneficiarios impactados
- Territorios impactados: Montevideo, Maldonado, Canelones, Rocha, San José, Florida, Colonia, Soriano, Rivera, Paysandú y Durazno

Leé para un Niño

El programa busca promover la lectura de adultos a niños y niñas de primera infancia como un insumo necesario para el desarrollo emocional y pilar fundamental tanto para su proceso de socialización como para sus futuros aprendizajes.

La estrategia 2021 consistió en fortalecer tres líneas de trabajo: donación de libros de calidad, capacitación a educadores/as y fortalecimiento de las alianzas estratégicas y sensibilización de la comunidad en general.

- 630 libros donados a 18 instituciones
- + 800 niños y niñas impactados
- 23 educadores/as capacitados en curso "La magia de ser mediador"
- Territorios impactados: Montevideo, Canelones, Florida, Maldonado, Rivera, Soriano, Artigas, Tacuarembó, Colonia, Lavalleja
- 1 webinar "Derechos, lectura y primer infancia" / 34 asistentes
- \$ 429.305 de inversión
- Alianzas estratégicas: Uruguay Crece Contigo, Plan Nacional de Lectura
- Articulación: Consejo Coordinador de Educación en la Primera Infancia

Este programa fue reconocido por DERES en la categoría cumplimiento avanzado y obtuvo un reconocimiento adicional como práctica inspiradora.

Polinización cruzada

La polinización cruzada se reconoce como el cruce del Programa Cultural y el Programa Social. La metodología de trabajo crea una sinergia positiva en cuanto a su impacto social y a la eficiencia en el manejo de los recursos.

Fundación Itaú promueve y valora proyectos que consideran el encuentro y los cruces de propuestas como aportes a la mejora de las prácticas educativas y culturales, así como al desarrollo en espacios de formación en estos dos campos.

En 2021 apoyamos al proyecto Territorialidad que imparte talleres de creación artística a estudiantes de entre 15 y 18 años. Haciendo que la propuesta sea integral, los estudiantes participaron de una función y luego realizaron tres talleres.

\$ 110.000 de inversión directa
6 personas involucradas en el proyecto
20 beneficiarios impactados (11 mujeres, 9 hombres)
60 personas asistieron a la función
Territorio impactado: Paso de la Arena/Cerro,
Montevideo

Centro de Capacitación

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

Brindamos formación en temas relacionados con la gestión de la cultura:

- Diploma en Gestión Cultural
- Gestión de la Producción Artística
- Periodismo Cultural



52 estudiantes
(39 mujeres, 13 hombres)
10 estudiantes del interior del país
304 horas de capacitación
22 docentes

En 2021, los tres cursos del Centro de Capacitación se dictaron nuevamente 100% en modalidad virtual.

En el marco del curso de Periodismo Cultural, para reforzar las actividades académicas, el Centro de Capacitación de Fundación Itaú invitó a Eduardo Alvariza y Silvana Tanzi a dar una charla sobre "Periodismo cultural uruguayo. Los nuevos caminos", lo que propició un rico intercambio con nuestros estudiantes.

El Diploma en Gestión Cultural siguió con su ciclo de seminarios relacionados con la producción cultural contemporánea con distintos focos: políticas públicas, gestión, perspectiva de género y filosófico.

El ciclo de seminarios en producción cultural fue reconocido por DERES en la categoría Compromiso.

Gestión de proveedores

102-9, 102-17, 103-1, 103-2, 103-3

Trabajamos para generar relaciones de largo plazo que creen valor compartido para ambas partes. Compartir nuestros principios con quienes integran la cadena de suministro es fundamental para garantizar la calidad en los servicios y productos que ofrecemos a nuestros clientes.

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, plantea algunos desafíos a la hora de unificar criterios en la relación con este grupo de interés.

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.

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).

La Política General de Compras y Pagos 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, así como a garantizar que los procesos sean realizados de manera eficiente y ética.

En el marco del Compromiso Gestión Responsable, creamos un nuevo canal de comunicación para empresas proveedoras en nuestro sitio institucional, desarrollamos una *landing* específica e incorporamos allí un canal de denuncias.

Continuamos trabajando junto a las Áreas de Negociación Especializada (ANE) en la reducción del plazo de pagos de facturas, logrando un 11% en la reducción de plazos con respecto al año anterior. El 49% de las facturas fueron pagadas antes de los 7 días.

Criterios sociales y ambientales en la cadena de suministro

103-1, 103-2, 103-3, 308-2, 414-1

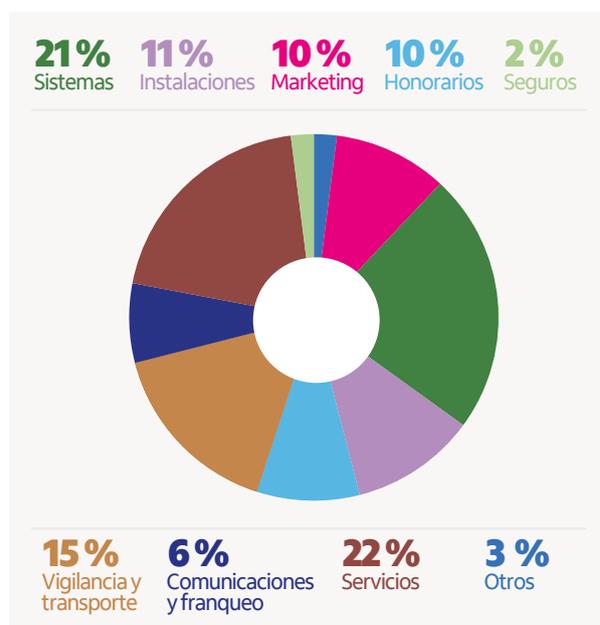
Para gestionar nuestro impacto en la cadena de valor, promovemos e incorporamos progresivamente la contratación de empresas que atienden su impacto social y/o ambiental.

Realizamos una charla para proveedores sobre la medición de la huella de carbono para compartir y sensibilizar empresas proveedoras sobre el proceso de medición de la huella de carbono que está transitando el Banco y compartir conceptos generales sobre las implicancias del efecto del carbono. Participaron 35 personas que demostraron un gran interés en la temática y una actitud proactiva al compartir sus buenas prácticas.

Creamos un acuerdo con San Vicente para la revalorización de nuestros residuos. Se trata de una organización de promoción y desarrollo comunitario local, inserta en Casavalle, una zona que se caracteriza por familias en situación de extrema pobreza, ausencia de oportunidades laborales, insuficiencia de los servicios sanitarios y educativos.

Clasificación de proveedores

102-9, 204-1



Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro

308-2

Definimos los impactos ambientales negativos de la cadena de suministro. En 2021 realizamos una medición de las principales emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) del Banco en las actividades de ese año, que extendimos a los tres proveedores más significativos en: remesas, transporte de tarjetas/estados de cuenta y recolección de residuos.

A partir de la información obtenida, buscamos desarrollar planes y estrategias de reducción, mitigación y compensación.



Auditorías laborales

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

En el marco de la Ley de Tercerización Laboral de Servicios, realizamos auditorías laborales que verifican el cumplimiento de la normativa laboral por las 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.

En caso de que se adviertan incumplimientos de las obligaciones acordadas, se evalúa la situación y, si esa práctica persiste, se procede a prescindir de los servicios de la empresa.



6. Medio ambiente

103-1, 103-2, 103-3, 307-1

La gestión ambiental es indispensable para lograr un uso responsable y eficiente de los recursos. Cada año buscamos mejorar la medición y la 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.

Desarrollamos una gestión basada en el monitoreo, la medición, la sistematización y el seguimiento de los aspectos ambientales de nuestras operaciones. Se busca sensibilizar y capacitar a quienes trabajan en Itaú para que adopten prácticas amigables con el medio ambiente, desarrollar una gestión de residuos que minimice el porcentaje que se destina a disposición final, mejorar progresivamente la infraestructura para aumentar la eficiencia energética; generar alianzas con organizaciones referentes e incorporar paulatinamente criterios ambientales en la evaluación y la contratación de proveedores.

Uno de los compromisos de impacto positivo es Gestión Responsable, cuyos objetivos son mejorar el desempeño ambiental de nuestras operaciones y promover prácticas sostenibles en nuestra cadena de proveedores.

Aspectos ambientales

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

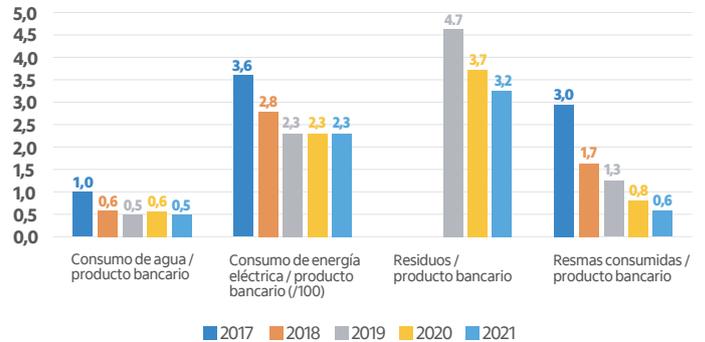
En 2019 trabajamos en la identificación y evaluación de los aspectos ambientales de Itaú y mapeamos los más relevantes para nuestra operación:

- las emisiones de CO₂ directas e indirectas
- la producción de residuos sólidos
- los consumos de energía eléctrica, papel, agua y combustible

En los últimos dos años gestionamos dichos aspectos, identificamos e implementamos oportunidades de mejora y en base a los resultados analizamos nuestra huella ambiental.

Análisis de la huella ambiental como síntesis del desempeño ambiental

Cuando analizamos los aspectos ambientales más relevantes de Itaú a lo largo de los años —producción de residuos, consumo de agua, consumo de energía eléctrica, consumo de papel—, en términos relativos al valor económico generado, observamos que la huella ambiental relativa del Banco decrece de manera sostenida entre 2017 y 2021. Lo que significaría, haciendo una lectura simple, un incremento sostenido de la eficiencia ambiental del Banco. Sin embargo, una lectura más detenida permite concluir que lo anterior es cierto entre 2017 y 2019, pero debido a la crisis derivada de la COVID, los años 2020 y 2021 requieren otro tipo de análisis.



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. Con alcance general se han establecido tres categorías, definidas según la norma UNIT 1239.

Hay otras categorías generadas en oficinas, como papel confidencial y residuos electrónicos, que siguen otros canales de gestión para su correcta valorización. En cuanto a la gestión de los residuos en materia de clasificación y destino final, aún existen diferencias entre las oficinas.

Trabajamos con la Organización San Vicente para revalorizar los residuos y logramos disminuir en un mes 87 kg de residuos enviados a disposición final. Entre 2019 y 2021 se redujo el volumen de residuos a disposición final de 54,6 a 34,9 toneladas anuales.



Nuestros proveedores de recolección de residuos retiran diariamente de cada edificio/agencia tanto los residuos como materiales a reciclar. Recibimos de ellos comprobante de envío a disposición final si corresponde. Todas las empresas proveedoras se encuentran habilitadas para realizar las tareas.

Tarjetas de plástico

• Por primera vez realizamos una destrucción de casi **10.000 tarjetas** que fueron utilizadas por Uruplac para realizar placas de plástico.

\$ 1.270.750
invertidos en gestión ambiental

Ahorro en reducción de papel

En los últimos 4 años (2018 a 2021) se generó un ahorro de USD 190.640 por la reducción del consumo de papel, considerando únicamente las resmas

	2019	2020	2019	2021
Valor aprox. ahorro anual por papel no consumido	25.359	37.287	58.616	69.378
Valor acumulado del ahorro	25.359	62.646	121.262	190.640

99.180 kg de residuos generados
62 kg por colaborador (vs. 95 kg en 2019)
61.920 kg de papel y cartón reciclados
2.390 kg de RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) valorizados
65% de residuos valorizados
35% de residuos enviados a disposición final

Residuos orgánicos

Todavía con gran parte de los colaboradores del Banco trabajando desde sus hogares y para promover el compostaje de los residuos orgánicos en los hogares de colaboradores, facilitamos tres meses el servicio de recolección en domicilio brindado por Compost Ciudadano.

- **10 % de los colaboradores involucrados**
- **+ 3.300 kg de orgánicos recolectados**
- **+ 50% de los participantes siguieron gestionando sus orgánicos con Compost Ciudadano o composteras propias.**

Consumo de papel

Todos los residuos de papel confidencial son destruidos cumpliendo con las medidas de seguridad. Una vez destruidos, el papel es donado a Repapel para su revalorización en distintas acciones que la ONG realiza.

- **62 toneladas de papel confidencial y reducción de archivo inactivo en 2021**
- **100% de papel de caña de azúcar, con certificación FSC**
- **-9% de impresiones en 2021**

Se eliminaron el 100% de las hojas fanfold, transformando el 100% de los listados en documentos digitales.

En 2021 comenzamos a clasificar papel, cartón y plástico en la agencia Paysandú de la mano de una empresa local. Clasificamos en noviembre y diciembre: 10 kg de cartón, 6,5 kg PET, 3 kg nailon y el próximo año esperamos seguir incorporando agencias del interior al circuito de reciclaje.

Análisis de circularidad

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

De acuerdo a la Fundación Ellen MacArthur, la economía circular “es una alternativa atractiva que busca redefinir qué es el crecimiento, con énfasis en los beneficios para toda la sociedad. Esto implica disociar la actividad económica del consumo de recursos finitos y eliminar los residuos del sistema desde el diseño. Respaldo por una transición a fuentes renovables de energía, el modelo circular crea capital económico, natural y social y se basa en tres principios: Eliminar residuos y contaminación desde el diseño, Mantener productos y materiales en uso, Regenerar sistemas naturales”.

El cuadro siguiente da cuenta de las 9 etapas a considerar con relación a los materiales, productos y residuos, de la más deseable 0 a la menos deseable 9.

RO - Rechazar: prevenir el uso de recursos

R1 - Repensar: hacer que el uso del producto sea más intensivo

R2 - Reducir: aumentar la eficiencia en la fabricación o el uso de productos para consumir menos recursos naturales y materiales

R3 - Reutilización del producto desechado, en buenas condiciones y que cumple aún su función original

R4 - Reparación y mantenimiento para que se puedan utilizar los productos con su función original

R5 - Renovar (*refurbish*): restaurar un producto antiguo y actualizarlo

R6 - Remanufactura: usar parte del producto desechado en un producto nuevo con la misma función

R7 - Reutilización: usar parte del producto desechado o sus partes en un nuevo producto con una función diferente

R8 - Reciclar: reutilizar las materias primas de los productos

R9 - Recuperar: incineración de material con recuperación de energía (“energy from waste”)

Hacer un análisis de circularidad permite medir lo que se evita consumir además de lo que se logra reintegrar a los ciclos de producción/consumo en diferentes eslabones. Permite ubicar la gestión de la organización con relación al gradiente de las R.

Analizamos los consumos de papel de los últimos 3 años para identificar cuántas resmas hemos evitado desde entonces. Entre 2018 y 2021 se ha reducido entre 15.000 y 44.000 kg el consumo de papel de oficina. Esta medida es sin dudas la más robusta alineada con la economía circular que ha realizado Itaú en la gestión de sus operaciones.

En 2021 Itaú logró una circularidad del 75% con un 29% de circularidad muy alta relacionada con la reducción de los consumos, y el restante 46% vinculado al alto volumen de material valorizado (papel principalmente).

Agua, energía y emisiones

103-1, 103-2, 103-3

Agua

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

El agua utilizada para todas las oficinas de Itaú (Montevideo e interior) proviene de OSE, y tenemos sistemas para mejorar el uso eficiente del agua en grifería y cisternas. En Itaú no se realiza ningún tratamiento de vertido y no se han realizado actividades para contribuir al mejor manejo de este recurso.

Consumo de agua (en miles de m ³)	2018	2019	2020	2021
Toda la organización	6,7	6,2	6,4	4,9
Edificios centrales	2,8	2,8	2,1	1,9
Sucursales	3,9	3,5	4,3	3,0



Energía

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

Nos pusimos el objetivo de reducir un 20% el consumo de energía eléctrica a 2025 y monitoreamos el consumo energético de las oficinas y sucursales para lograrlo. En cada reforma aplicamos estrategias de ahorro: luminarias led, aires acondicionados inverter, impresoras inteligentes.

Bajamos un 9% el consumo de energía eléctrica con respecto al 2020, poniendo foco en migración a nuevas tecnologías y reducción de espacio físico. Se realizaron cambios a luminarias led en las agencias del interior

(Mercedes, Salto, Paysandú y Tacuarembó) y se cambiaron las luminarias en el piso 3 de Ciudad Vieja.

Hubo una reducción significativa del consumo energético debido tanto a las nuevas tecnologías como a la eliminación de espacio físico en sucursales. Se redujeron 824 m² de agencias y oficinas (Villa Biarritz, Entrevero y Fuerza de Ventas) en inmuebles arrendados y 747 m² de agencias en inmuebles propios (Cordón, Goes, Unión).

Consumo eléctrico en millones de kW/h	2018	2019	2020	2021
Toda la organización	3,0	2,73	2,65	2,42
Edificios centrales	1,56	1,52	1,52	1,44
Sucursales	1,44	1,21	1,13	0,98

Emisiones

102-48, 103-1, 103-2, 103-3, 302-2, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

Durante el año se identificaron actividades principales de emisiones del Banco tanto directas como de proveedores significativos para desarrollar una estrategia de compensación de nuestra huella ambiental. Dentro del alcance 3 incluimos a proveedores de remesas, franqueo, viajes corporativos y recolección de residuos.

El objetivo de las mediciones es continuar avanzando con el inventario de emisiones realizadas en los años anteriores en los alcances 1 y 2, agregando la identificación y medición de otras fuentes de emisiones indirectas del alcance 3.

A partir de estas informaciones y mediciones, la intención es desarrollar planes y estrategias de reducción, mitigación y compensación.

Alcance 1

Consumo de combustión de fuentes estacionarias

Gases refrigerantes

Recarga de extintores

Alcance 2

Consumo de energía eléctrica

Alcance 3

Transporte de colaboradores

Viajes laborales terrestres

Viajes laborales aéreos

Transportes logísticos de tercerizados

Resultado de las emisiones en toneladas de CO₂ equivalente a 2021

Alcances	Emisiones en Ton de CO ₂	Porcentaje
Alcance 1	37	11 %
Alcance 2	61	18 %
Alcance 3	240	71 %
Total	338	100%

Nos unimos a Plantatón para restaurar bosques nativos y como oportunidad para probar un proyecto que nos permitiera compensar nuestra huella de carbono. La restauración de bosque nativo es necesaria para enfrentar el cambio climático y proteger nuestros recursos naturales. Por eso, para regenerar nuestro ecosistema, nos sumamos a Plantatón Uruguay, una iniciativa de la Red Uruguaya de ONG Ambientalistas, el Ministerio de Medio Ambiente, el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca y el Programa

de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se trata de la primera campaña de financiación colectiva que se hace en Uruguay para el desarrollo sostenible.

En el marco de nuestro Compromiso Gestión Responsable de recursos, apoyamos con 300 árboles la campaña de restauración de monte nativo en Punta del Diablo. Con este aporte compensamos nuestra huella de carbono de 2020.

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. 34 a 40; 44 a 46		
102 -3 Ubicación de la sede	Dr. Luis Bonavita 1266 Torre IV Piso 10. Montevideo, Uruguay		
102 -4 Ubicación de las operaciones	Pág. 7 a 8; 38		
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. 7; 34 a 37		
102 -7 Tamaño de la organización	Pág. 7; 26 a 32; 34 a 38; 44; 52		
102 -8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Pág. 52		Principio 6
102 -9 Cadena de suministro - Descripción incluidos los elementos principales relacionados con las actividades principales	Pág. 66 a 68		
102 -10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Pág. 44 a 47		
102 -11 Principio o enfoque de precaución	Pág. 25		
102 -12 Iniciativas externas	Pág. 8		Principio 1
102 -13 Afiliación a asociaciones	Pág. 8		
ESTRATEGIA			
102 -14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Pág. 3		Compromiso con los Principios de Pacto Global
102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales	Pág. 11; 21 a 25; 47 a 48		
ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Pág. 7 a 8; 19 a 20		Principio 10
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pág. 19 a 20; 66 a 67		Principio 10
GOBERNANZA			
102-18 Estructura de gobernanza	Pág. 11; 17 a 19		
102-21 Consulta a grupos de interés	Pag. 5		
102-34 Naturaleza y número de preocupaciones éticas	Pág. 17 a 19; 24 a 25		
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
102-40 Lista de grupos de interés	Pág. 9; 26		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Pág. 60		Principio 3
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Pág. 9		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 34 a 38; 43; 48 a 50; 59		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág. 5 a 6; 9, 21 a 23; 36 a 37; 43; 59		
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Pág. 33		
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Pág. 4		
102-47 Lista de temas materiales	Pág. 5 a 6		
102-48 Reexpresión de la información	No hubo cambios significativos.		
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios significativos.		
102-50 Período objeto del informe	Pág. 4		
102-51 Fecha del último informe	Este es el quinto Reporte de Sustentabilidad de Banco Itaú. El Reporte de la gestión 2020 está publicado en el sitio web de la empresa.		
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Pág. 4		
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pág. 4		
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Pág. 4		
102-55 Índice de contenidos GRI	Pág. 74		
102-56 Verificación externa	Este reporte no cuenta con verificación externa de la información. Los datos que se exponen están respaldados por la empresa.		

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. 6 a 7; 26 a 32		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 6 a 7; 26 a 32		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 6 a 7; 26 a 32		
201- Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 26 a 32		
	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.		Principio 8
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pág. 54 a 56		
	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. 52		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 52		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 52		
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	Pág. 53		Principio 6
203 - Impactos económicos indirectos				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 32; 62 a 63		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 32; 62 a 63		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 32; 62 a 63		
203- Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pág. 64 a 66		
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Pág. 32; 64 a 66		
GRI 204- Prácticas de Adquisición				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 66 a 67		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 66 a 67		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 66 a 67		
204 - Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 67		Principio 10
205- Anticorrupción				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 19 a 24; 66 a 67		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 19 a 24; 66 a 67		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 19 a 20; 24; 66 a 67		
205- Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 19 a 20		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 24		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	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. 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. https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.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. https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.pdf		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Capacitamos a colaboradores en el Código de Ética y tenemos 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 se registraron casos en el período de este reporte.		

Serie GRI 200 ECONÓMICOS

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
207: Fiscalidad				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 33		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 33		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 33		
207 - Fiscalidad	207-1 Enfoque fiscal	Pág. 33		
	207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	Pág. 33		
	207-3 Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	Pág. 33		
	207-4 Presentación de informes país por país	Pág. 33		

Serie GRI 300: AMBIENTALES

301: Materiales e insumos				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 69		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69		
301 - Materiales e insumos	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 69 a 70		Principios 7 y 8
	301-2 Insumos reciclados utilizados	Pág. 69 a 70		
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 69 a 70		Principio 8
302 - Energía				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 40; 69; 72		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 40; 69; 72		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69; 72		
302 - Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Pág. 72		
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	Pág. 72 a 73		
	302-3 Intensidad energética	Pág. 72		Principio 8
	302-4 Reducción del consumo energético	Pág. 72		Principio 8
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 38; 40; 71		Principio 7
303- Agua				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 69; 71		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69; 71		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69; 71		
303 - Agua	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Pág. 71		Principio 7 y 8
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	No aplica por el tipo de actividad de la empresa.		
	303-3 Extracción de Agua	Pág. 71		
	303-4 Vertido de Agua	No aplica por el tipo de actividad de la empresa.		
	303-5 Consumo de Agua	Pág. 71		
GRI 305- Emisiones				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 69; 72 a 73		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69; 72 a 73		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69; 72 a 73		
305 - Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 72 a 73		Principio 7 y 8
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pág. 72 a 73		Principio 7 y 8
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Pág. 72 a 73		Principio 7 y 8
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Pág. 72 a 73		
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Pág. 72 a 73		
	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. 69 a 71		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69 a 71		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69 a 71		
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. 69 a 70		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. 69		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 69		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 69		
307 - Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Pág. 69		Principio 8
308 - Evaluación ambiental de proveedores				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 25; 67		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 25; 67		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 25; 67		
308 - Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Pág. 25; 67		
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 67 a 68		

GRI-Standard 400 SOCIALES

401: Empleo

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 52; 54 a 56; 59		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 52; 54 a 56; 59		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 52; 54 a 56; 59		
401 Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas	Pág. 52		Principio 6
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pág. 54 a 56		Principio 6
	401-3 Permiso parental	Durante 2021, 37 colaboradores (23 mujeres y 24 hombres) accedieron a licencia por maternidad y paternidad. El 100% regresó a su puesto de trabajo.		Principio 6

402- Relaciones trabajador - empresa

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 17 a 19; 52		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 17 a 19; 52		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 52		
402 Relaciones trabajador - empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Apuntamos 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. El convenio colectivo no plantea que sea necesario brindar avisos previos por cambios operacionales en la organización.		Principio 3

403 - Salud y Seguridad en el trabajo

GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 56; 60 a 61		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 56; 60 a 61		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 56; 60 a 61		
403 - Salud y Seguridad en el trabajo	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 60 a 61		Principio 1
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 60 a 61		
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	Pág. 56		Principio 1
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 60 a 61		
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 60 a 61		Principio 1
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	Pág. 56; 60 a 61		Principio 1
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	Pág. 60 a 61		Principio 1
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 56; 60 a 61		Principio 1
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Pág. 60 a 61		
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	Pág. 60 a 61		

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. 12 a 13; 56 a 58		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 12 a 13; 56 a 58		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 56 a 58		
404 Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Pág. 56 a 58		Principio 1 y 6
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 12 a 13; 24		Principio 6
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Pág. 59		Principio 6
405 - Diversidad e igualdad de oportunidades				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 50 a 53		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 50 a 53		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 50 a 53		
405 - Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pág. 52 a 53		Principio 6
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Pág. 54 a 56		Principio 6
406 - No discriminación				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 50 a 52		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 50 a 52		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 50 a 52		
406 - No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida	No se han registrado casos durante el período.		Principio 6
407 - Libertad de asociación y negociación colectiva				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 60; 68		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 60; 68		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 60; 68		
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. 60; 68		Principio 3
408 - Trabajo infantil				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 68		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 68		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 68		
408 - Trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Pág. 68	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. https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.pdf	Principio 5
409 - Trabajo forzoso u obligatorio				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	El Código de Ética 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). https://www.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.pdf		
	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.		
	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.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.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 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.ita.com.uy/inst/aci/docs/codigo_etica_ita.pdf		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	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.		
	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 2021		Principio 2
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Pág. 12 a 13; 56 a 58		Principio 2
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Pág. 25		Principio 1 y 2
413 - Comunidades locales				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pag. 62 a 63		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pag. 62 a 63		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 62 a 63		
413 - Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pág. 62 a 66		Principio 1
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Pág. 68		
414 - Evaluación social de proveedores				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 25; 67; 68		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 25; 67; 68		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 25; 67; 68		
414 - Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pág. 25; 67; 68		Principio 1 y 2
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 68		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	La Política de Relaciones Gubernamentales e Institucionales (PS07) establece las principales directrices que deben cumplirse en la relación del Conglomerado Itaú Unibanco con agentes públicos y en el aporte de recursos a organizaciones de la sociedad civil y entidades asociativas, con el objetivo de garantizar la actuación de los administradores y colaboradores de forma ética y transparente, además de prevenir y combatir fraudes e ilícitos en los procedimientos licitatorios, ejecución de contratos administrativos, donaciones y contribuciones asociativas.		
	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	Pág. 34; 38		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 34; 38		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 34; 38		
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	Pág. 34; 38		Principio 1 y 2
	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. 34; 48		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 34; 48		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 34; 48		
417 - Marketing y Etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Pág. 48 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 la decisión de compra de un servicio bancario. Además, disponemos de canales de comunicación en caso de requerir información adicional.		Principio 1
	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. 34; 47 a 48		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 34; 47 a 48		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 34; 47 a 48		
418 - Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Pág. 47 a 48		Principio 1 y 10
419 - Cumplimiento socioeconómico				
GRI 103 Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 6 a 7		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 6 a 7		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 6 a 7		
419 - Cumplimiento socioeconómico	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se registraron incumplimientos durante el período.		Principio 1 y 10

Estándar GRI	Indicadores	Número de página / Comentarios	Omisiones	Pacto Global
Indicadores del Sector Financiero				
Cartera de Productos	FS1- Políticas con componentes específicos ambientales y sociales aplicados a productos y servicios.	Pág. 25. Durante 2021 no hubo proyectos que requirieran evaluación según los Principios de Ecuador.		Principio 1 y 8
	FS2- Procedimientos para analizar y evaluar riesgos ambientales y sociales de productos y servicios.	Pág. 40. Durante 2021 no hubo proyectos que requirieran evaluación según los Principios de Ecuador.		
	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.	Pág. 21 a 24; 25; 40 Además de la Política Socioambiental, BIU 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 Socioambiental.		
	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.	Pag. 22 a 23; 24; 34 a 37; 56 a 58		Principio 8
	FS5- Interacciones con clientes/sociedades participadas/ socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades ambientales y sociales.	Pag. 25		Principio 8 y 9
	FS6- Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según región (e. individuos, microempresas/PYMES grandes) y sector de actividad.	Pág. 32; 34; 42 a 43		
	FS7- Valor monetario de productos y servicios designados para proveer un específico beneficio social por cada línea de negocio y por propósito.			Actualmente no se realiza seguimiento de esta información.
	FS8- Valor monetario de productos y servicios designados para proveer un específico beneficio ambiental por cada línea de negocio y por propósito.			Actualmente no se realiza seguimiento de esta información.
Auditoria	FS9- Extensión y frecuencia de las auditorías para analizar la implementación de políticas ambientales y sociales y procedimiento de análisis de riesgo.	Pág. 18; 19 a 20;		Principio 8
	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.	Pag. 25		Principio 8
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.	Pag. 25		Principio 1 y 8



iMuchas gracias!

¿Qué opinás del Reporte?

Queremos conocer tu opinión sobre nuestro Reporte. Todos los comentarios o consultas sobre su contenido pueden ser enviados a la dirección de correo electrónico sustentabilidad@itau.com.uy.

¿Querés conocer más?

Encontranos en:

