



Resumen de impacto

2020

Índice2020



Pag. 4_**Contexto**



Pag. 6_**Gobernanza**



Pag. 13_**Clientes**



Pag. 20_**Colaboradores**



Pag. 25_**Comunidad**



Pag. 29_**Medio ambiente**

Carta del Gerente General

Es un gusto y una gran responsabilidad incorporarme a un banco con tantos talentos, eficiente, rentable, enfocado en el cliente, y moderno. En primer lugar, quiero expresar mi profundo agradecimiento a Horacio que, junto con todos los colaboradores, ha hecho un increíble trabajo al largo de muchos años para llegar a este nivel que hoy nos destaca tanto nacional como regionalmente. Horacio asumió el rol de Gerente General en el 1993. Casi 30 años al mando de nuestra institución que, con su visión, trayectoria y calidad humana nos seguirá inspirando a seguir. Su legado será nuestra inspiración, siempre.

Sin dudas el 2020 fue un año de muchísimos desafíos y transformaciones. Desde marzo de 2020, Uruguay y el mundo atraviesan una crisis sanitaria sin precedentes, causada por la pandemia del coronavirus, cuyos impactos se han hecho sentir en todos los sectores de la economía y de la sociedad. Sin embargo, vimos esto como una oportunidad de superarnos y de contribuir a la situación que atravesaban nuestros clientes y la sociedad en general. Respondimos inmediatamente adaptándonos a la situación, poniendo foco en los cuatro pilares de transformación: centralidad en el cliente, transformación digital, personas y eficiencia. Demostramos, una vez más, la capacidad de superación ante desafíos complejos.

Apoyamos a nuestros colaboradores, priorizando su seguridad de modo que pudieran estar cerca de nuestros clientes para entender y atender sus necesidades. En este sentido, más del 80% trabajaron desde sus casas y en equipos rotativos. De este modo intentamos flexibilizarnos para equilibrar la vida laboral y personal de nuestros colaboradores. En este aspecto queremos seguir trabajando. Como equipo, queremos ser cada día más dinámicos, abiertos, flexibles e integrados, sabiendo trabajar juntos, en grandes comunidades. Sólo evolucionando constantemente nuestra forma de trabajar y de interactuar, y nuestra cultura, es que seguiremos transformando el banco. Y claro, queremos hacerlo en un ambiente divertido, desafiante, respetuoso e inclusivo.

Además, siguiendo con uno de nuestros objetivos principales, apoyamos a nuestros clientes ofreciéndoles productos que se adecuaban a sus necesidades en este año tan particular. A tal efecto, les dimos la posibilidad a nuestros clientes de diferir el pago de cuotas de sus préstamos amortizables e hipotecarios para personas físicas y pymes. Más de 21 mil préstamos amortizables fueron diferidos y hubo más de 900 solicitudes de créditos de emergencia para pymes. Los niveles de satisfacción y de NPS fueron muy buenos, reafirmandonos como líderes en el mercado.

El contexto de pandemia aceleró, sin dudas, la demanda por soluciones digitales en nuestro sector, impulsando la adhesión a

canales digitales por parte de clientes que hasta el momento realizaban sus operaciones de manera presencial. De este modo, tuvimos un crecimiento en la comunidad digital con un porcentaje mayor al 80% de nuestros clientes. En esta línea nos mantendremos para seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes. Como banco, debemos cada vez más centrarnos en el cliente, ofreciéndole más servicios financieros y no financieros, y que estén aún más integrados a sus vidas. Un banco más amplio, más digital, más escalable y más eficiente.

En este marco digital lanzamos un resumen ejecutivo en versión digital, para dar mayor dinamismo e interacción. De esta manera entendemos que proporcionamos a nuestros clientes autonomía y flexibilidad en la navegación.

Reforzamos aún más nuestra actuación en sustentabilidad, en acciones de temas relevantes a nivel social, ambiental y de gobernanza con la implementación de nuestros compromisos de impacto positivo. Así evolucionamos de una estrategia de sustentabilidad para los negocios, a una estrategia de negocios sostenibles.

La transparencia es uno de nuestros requerimientos fundamentales. Esta transparencia con nuestros grupos de interés, en parte, hace que logremos determinados desafíos. Entendemos que, al disponibilizar información cuantitativa y cualitativa, estamos brindando un entendimiento claro acerca de cómo conducimos los negocios interna y externamente. Parte de nuestra responsabilidad es crear valor, estableciendo relaciones de confianza con nuestros grupos de interés, guiadas por esa transparencia y rendición de cuentas. Nuestro Reporte de sustentabilidad 2020 está elaborado con base en los estándares GRI, los principios de Pacto Global y Objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, y alineado con las mejores prácticas de mercado.

Precisamos seguir evolucionando en todos los aspectos. El sistema financiero está cambiando cada vez más rápido: nueva competencia, nuevas tecnologías, nuevos hábitos, nuevas necesidades, nuevas generaciones. Por eso, también necesitamos acelerar nuestra transformación. Así que los invito a todos a seguir construyendo juntos el banco y el sistema financiero del futuro.



Andre Gailey
Gerente General



Contexto

Presentamos nuestro primer

Resumen de impacto en el que compartimos los principales hitos de la gestión 2020 y el recorrido que venimos transitando para potenciar nuestro impacto positivo.

La información y los indicadores seleccionados para la elaboración de este resumen, fueron priorizados tomando en cuenta nuestros compromisos de impacto positivo, los indicadores clave de los estándares GRI y los principales aspectos de B Impact Assessment. Para profundizar en las distintas dimensiones de este resumen pueden acceder a nuestro **Reporte de sustentabilidad 2020**

Este informe es el reflejo de un año con características muy particulares y desafiantes, marcadas por la irrupción del covid-19 y su impacto a nivel global y local.

Nuestra respuesta a la crisis sanitaria del país tuvo como prioridad el cuidado y la atención de las personas que forman parte de la cadena de valor del Banco. Nuestra cultura digital habilitó procesos de adaptación, flexibilización e innovación que no solo nos permitieron dar continuidad a la operación, sino también responder a las nuevas necesidades que enfrentamos todos como sociedad.



Accedé al Reporte de Sustentabilidad

En esta crisis buscamos ser una empresa

**facilitadora,
ciudadana y socia.**

Buscamos ser una

EMPRESA FACILITADORA

Orientamos a los clientes en sus operaciones financieras en los canales digitales y comunicamos de manera transparente el funcionamiento del Banco en el período de crisis. Para ello nuestros colaboradores realizaron videos desde sus propias casas bajo la consigna **"En tu casa, tenés Itaú"** , a fin de mantener una respuesta personalizada, dinámica y fresca.

Buscamos ser una

EMPRESA CIUDADANA

Asumimos compromisos con nuestros colaboradores, con la comunidad en general y con el país, dando respuestas específicas para el contexto e involucrando a los colaboradores y los clientes en acciones solidarias.

Buscamos ser una

EMPRESA SOCIA

Por medio de asociaciones y flexibilización de las condiciones de crédito, ayudamos a los clientes a enfrentar la crisis.

Estructura del resumen

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

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

Para lograr avanzar hacia una estrategia de negocios sostenibles, diseñamos nueve compromisos de impacto positivo que atraviesan la operación y el modelo de negocios, los que se verán reflejados en cada dimensión de este *Resumen de impacto*.

Nueve compromisos de impacto positivo

1. Financiamiento de sectores de impacto positivo
2. Inversión responsable
3. Inclusión y emprendedurismo
4. Ciudadanía financiera
5. Transparencia en los reportes y en la comunicación
6. Ética en las relaciones y en los negocios
7. Gestión inclusiva
8. Gestión responsable de los recursos
9. Inversión social privada



Hemos decidido destacar los principales indicadores de impacto en cinco dimensiones que cubren el impacto económico, social y ambiental de nuestro negocio.

Al comienzo de cada capítulo se mencionan los compromisos de impacto positivo y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) a los que se contribuye desde cada una de las cinco dimensiones.



¿Más información?

Para profundizar en cualquiera de las áreas de este resumen, podrás encontrar links que te llevarán al Reporte de sustentabilidad con toda la información publicada.





Gobernanza



En este capítulo encontrarás acciones relacionadas con los siguientes compromisos de impacto positivo y ODS:



Transparencia en los informes y las comunicaciones



Ética en las relaciones y los negocios



Gestión inclusiva



Organización

Nuestro gobierno corporativo está integrado por la Asamblea de Accionistas, el Directorio y los 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 S.A. Por ese motivo 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.

Comité Gerencial*

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



Horacio Vilaró
Gerencia General



Propósito y compromiso

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

Nuestra manera

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

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

* Se presenta la integración del Comité Gerencial a diciembre de 2020. Durante el primer trimestre de 2021 asumió Andre Gailey como nuevo Gerente General y se suscitaron cambios en los miembros del Directorio y del Comité Gerencial

Ética y transparencia

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

El 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.

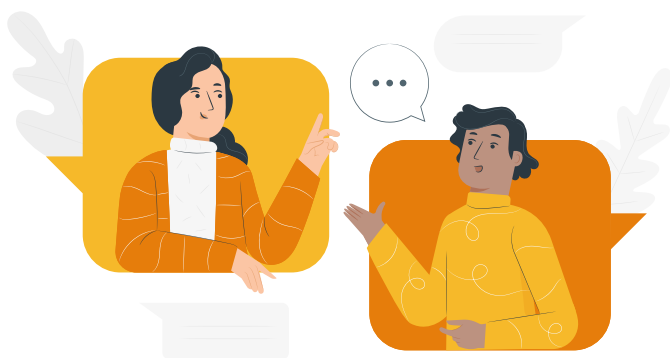
La infracción a estas políticas podría implicar sanciones disciplinarias de acuerdo al convenio colectivo y la normativa vigente.

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 y Conozca a su Cliente, y Prevención del Financiamiento del Terrorismo
- Política corporativa de Integridad y Ética



100% de nuestros colaboradores adhieren al Código de Ética y a las Políticas Corporativas



Compromiso con la transparencia

Trabajamos para fortalecer y desarrollar canales y espacios de comunicación y participación con las partes interesadas.

El *Reporte de Sustentabilidad*  es una oportunidad de compartir con transparencia los avances, las oportunidades y las líneas de acción, detrás de las cuales encontrar puntos en común con otros actores de la sociedad.

Compromisos voluntarios internacionales

- Pacto Global de las Naciones Unidas 
- Principios de Banca Responsable de United Nations Programme Finance Initiative (UNEP-FI) 
- Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPS) 
- Principios de Ecuador 

Participación activa en foros locales

- ADM: Asociación de Dirigentes de Marketing 
- Cámara de Anunciantes 
- Consejo Empresarial de Sistema B 
- DERES (Red de Empresa para el Desarrollo Sostenible) 

 ¿Más información?

Premios y reconocimientos



The Banker: **Mejor banco de innovación Retail**

Fuimos premiados por *The Banker* como el mejor banco de innovación en el área de banca minorista (*retail*).



Euromoney y LatinFinance: **Itaú, mejor banco uruguayo**

Fuimos distinguidos por la revista financiera *Euromoney* y por *LatinFinance* como el mejor banco de Uruguay. El liderazgo en innovación digital, los resultados financieros y la satisfacción de clientes, la gestión de riesgos y el compromiso con la sustentabilidad fueron los aspectos más destacados de nuestra gestión.



MERCO/Monitor Empresarial de **Reputación Corporativa**

En 2020 el Banco obtuvo un doble reconocimiento del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO). Fuimos reconocidos como la segunda empresa con mejor reputación corporativa, y Horacio Vilaró fue reconocido como el cuarto líder empresarial mejor valorado.



DERES/Distintivo especial por **“Reacción en época de pandemia”**

El Banco fue distinguido por DERES por la gestión que llevó a cabo durante la pandemia para cuidar la salud de colaboradores, brindar soluciones que alivianen las preocupaciones financieras de clientes, trabajar codo a codo con empresas proveedoras y socios comerciales y colaborar con organizaciones de la sociedad civil en beneficio de las comunidades necesitadas.



Reconocimiento a las buenas **prácticas alineadas a los ODS**

El Centro de Capacitación de Fundación Itaú fue premiado por su compromiso con los ODS y obtuvo un reconocimiento adicional por ser una práctica inspiradora y que mejora la competitividad. El programa *Leé para un niño* también fue reconocido en la categoría de cumplimiento avanzado con los ODS y como práctica inspiradora.

Gestión y Cultura de Riesgos

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

Nuestro negocio 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.

Principios generales de la gestión de riesgos:

- 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
- Actividades de Control
- Información y Comunicación
- Monitoreo

 ¿Más información?

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



Programa de “Cultura de riesgo”

40 
colaboradores
capacitados en
cultura de riesgos

97%
en total
desde lanzamiento

10 
campanías de
comunicación

4 programa
integridad y ética
3 seguridad de
la información
3 Newsletters
Cultura de Riesgos

93 
horas
en capacitación
sobre anticorrupción

Principales resultados de la evaluación:

Medimos y evaluamos el programa y su interiorización en la gestión diaria de los colaboradores.

90%
está de acuerdo con que prioricemos la evaluación de todos los tipos de riesgos que puedan afectar nuestros clientes y nuestro negocio.

85%
percibe que los errores son vistos y tratados como oportunidades de mejora.

86%
se siente preparado para prevenir y actuar sobre los riesgos del negocio.

92%
se siente responsable por la gestión de riesgos de los negocios que su área propone, gestiona o controla.

Programas destacados:

- Programa de prevención de lavado de dinero
- Organización de riesgo de lavado de activo y financiamiento del terrorismo



225 horas de capacitación en 2020

Política Socioambiental

A partir de setiembre 2020, entró en vigor la Política Socioambiental, que establece:

- Gobernanza local y corporativa para temas socioambientales vinculados a créditos.
- Responsabilidades de áreas y actores participantes en temas socioambientales
- Actividades excluidas
- Alcance de seguimiento de noticias socioambientales
- Requerimientos de evaluación, seguimiento y reporte para financiación de proyectos con impacto socioambiental medio y alto
- Cláusulas contractuales a ser incluidas en contratos de financiamiento

Rentabilidad sostenible

Desempeño Económico

Una rentabilidad sostenible nos permite seguir invirtiendo en mejores soluciones y productos para los clientes del Banco.

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

El año de 2020 fue pautado por la cautela exigida para dar respuesta en situaciones de crisis a crisis, inicialmente garantizando que nuestros clientes pudieran seguir con su vida financiera con la menor cantidad de inconvenientes posibles. Nuestros canales físicos y digitales respondieron de forma ágil a sus nuevas necesidades, con mayores niveles de digitalización y readecuación rápida de nuestra red de sucursales.

A pesar de esto, las líneas de ingresos fueron impactadas directamente por la menor actividad y caída abrupta en los niveles de tasas. El margen de los servicios y el margen financiero cayeron 5% y 3% con relación al año anterior, respectivamente. El efecto fue parcialmente compensado con mayores resultados por operaciones de cambio, en función de la mayor volatilidad en los mercados internacionales.

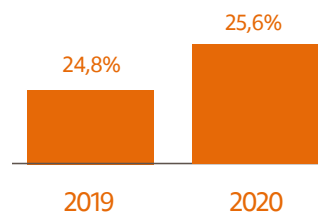
Los saldos de créditos al sector no financiero, netos de provisiones, totalizaron \$89.893 millones, comparados con \$77.025 millones a fines del año anterior, indican un aumento de 17%. Medido en dólares, los créditos al sector no financiero netos de provisiones aumentaron un 2,9%.

Saldos de créditos al sector no financiero netos de provisiones (en millones de pesos uruguayos)	2019	2020	% variación
	\$77.025	\$89.893	17%

Estos activos están fondeados por un volumen de depósitos al sector no financiero 2,5 veces mayor al volumen de créditos, un monto de \$ 193.149. Los depósitos del sector no financiero representan un 99% del total de depósitos en 2020, con un crecimiento de 32.1% respecto al 2019. Un 80% de los depósitos corresponde a depósitos a la vista en moneda extranjera.

Los activos alcanzaron los \$222.587 millones (equivalente a US\$ 5.328 millones), comparados con \$174.664 (equivalente a US\$ 4.678 millones) a fines del 2019. La participación de mercado en activos en el sistema financiero privado local alcanzó el 25,6%, por encima del 24,8% del cierre de 2019.

Participación de Itaú en el mercado de activos en el sistema financiero privado local



El costo de crédito, medido por las provisiones contables constituidas en el año, neta de los recuperos, presentó un aumento de 26% en relación a 2019. Así mismo, la morosidad, medida por los atrasos mayores a 90 días, llegó a 1,6% de la cartera (frente a 1% en 2019), un nivel bastante moderado. Los ingresos netos de costo de crédito alcanzaron \$ 9.056 millones, casi en línea con el año anterior (-1%).

Los costos de la operación crecieron 5% en relación al año anterior, casi la mitad de la inflación de 9,4% en el período. El resultado por variación cambiaria de la posición en moneda

extranjera llegó a \$ 1.373, 28% menor que el mismo periodo del año anterior.

Finalmente, el resultado del periodo llegó a \$ 2.864 millones, una caída de 16% en relación al año anterior. La rentabilidad medida respecto al patrimonio (ROE) quedó a niveles de 20,9% (frente a 30% en 2019)

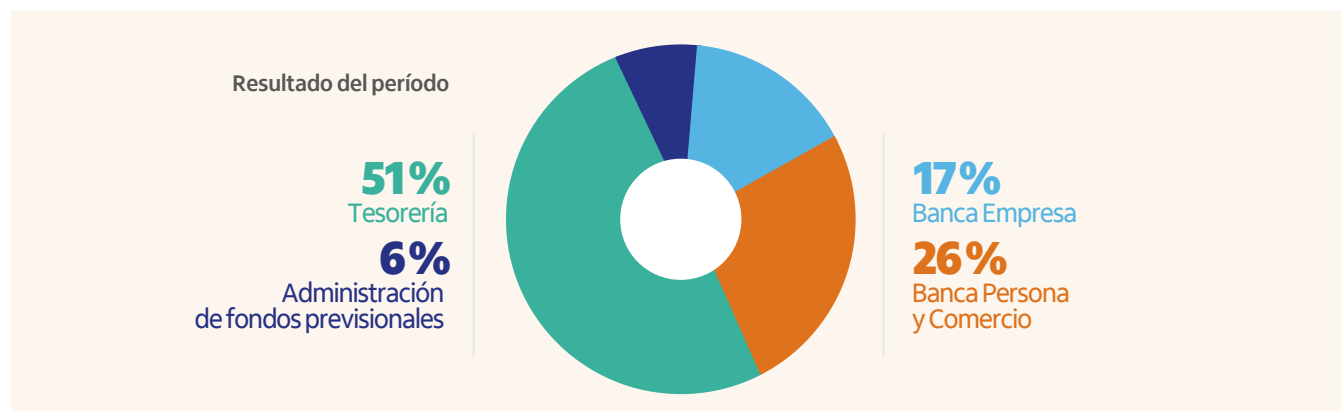
[¿Más información?](#)

Estado de resultados contable para el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2020

(datos expresados en millones de pesos uruguayos):

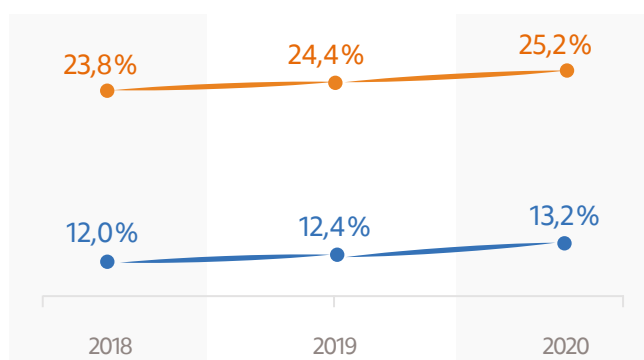
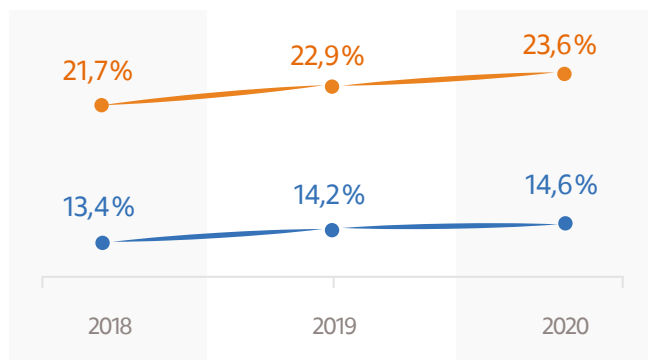
	2019	2020	Variación	% de variación
Margen Financiero	7.242	7.055	-187	-3%
Margen con mercado (sector financiero + títulos valores mobiliarios)	2.337	1.540	-797	-34%
Margen con clientes (sector no financiero)	4.905	5.515	610	12%
Margen por servicios	1.692	1.610	-82	-5%
Previsiones	-706	-887	-181	26%
Diferencia de cambio por operaciones	895	1.299	403	0
Producto bancario neto de provisiones	9.123	9.076	-47	-1%
Otros resultados	558	835	277	50%
Resultado por variación cambial (Posición moneda extranjera)	1.910	1.373	-537	-28%
Resultado bruto	11.591	11.284	-584	-3%
Costos	-5.558	-5.842	-284	5%
Resultado operativo	6.033	5.442	-867	-10%
Resultados extraordinarios	1	2	1	116%
Resultado del ejercicio antes de IRAE	6.033	5.444	-866	-10%
IRAE	866	1.104	238	28%
Resultado del Ejercicio	5.167	4.339	-1.105	-16%
Resultado del Ejercicio sin res. por variación cambial	3.422	2.864	-558	-16%

Distribución de las utilidades netas entre los distintos segmentos de negocio:



Participaciones de mercado de Itaú Uruguay

La participación de mercado de Itaú entre los bancos privados llegó a 23,6% en los créditos (frente a 22,9% en 2019) y a 25,2% en los depósitos (frente a 24,4% en 2019).



● Créditos sector no financiero privados

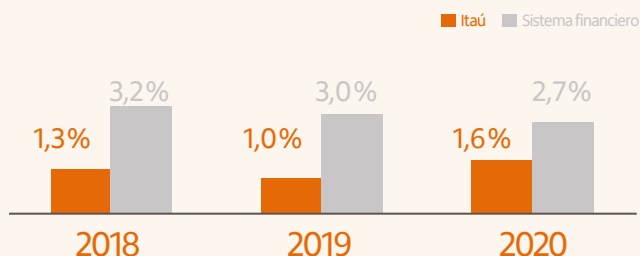
● Créditos sector no financiero públicos y privados

● Depósitos sector no financiero privados

● Depósitos sector no financiero públicos y privados

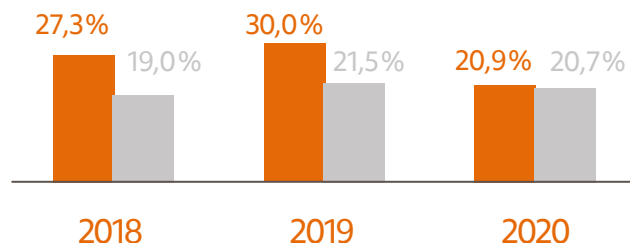
Índice de morosidad

El nivel de morosidad —que nos indica qué porcentaje del total de los créditos otorgados por el Banco están vencidos (medido por los atrasos por encima de 60 días)— presentó cierto empeoramiento: pasó de 1% a fines de 2019 a 1,6% en 2020. De todas formas, aun se encuentra aún por debajo del promedio del sistema bancario.

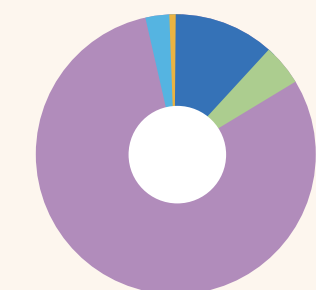


ROE (Return On Equity)

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.



Distribución de depósitos



12%
Sector no financiero a la vista en moneda nacional

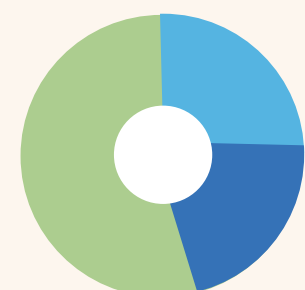
26%
Sector no financiero a plazo en moneda nacional

80%
Sector no financiero a la vista en moneda extranjera

3%
Sector financiero

1%
Sector no financiero

Distribución de créditos

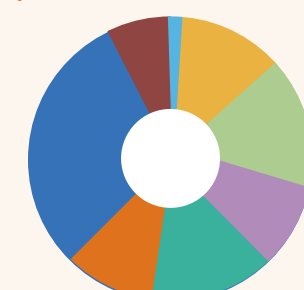


54%
Sector no financiero en moneda extranjera

25%
Sector financiero en moneda extranjera

21%
Sector no financiero en moneda nacional

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



1%
Sector público

16%
Industria manufacturera

11%
Otros servicios

6%
Construcción

15%
Comercio

8%
Otros

13%
Agropecuaria

29%
Familias



Cientes



En este capítulo encontrarás acciones relacionadas con los siguientes compromisos de impacto positivo y ODS:



Financiamiento de impacto positivo



Inversión responsable



Inclusión y emprendedurismo



Ciudadanía financiera



Transparencia en los informes y las comunicaciones.



Centralidad en el cliente

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.

Nuevos clientes 2020



+10.000
clientes
Pago de
Sueldos

+5.000
clientes
Personas
Físicas

+ 8.000
cuentas
Itaú
Alimentación

+2.000
clientes
Pymes

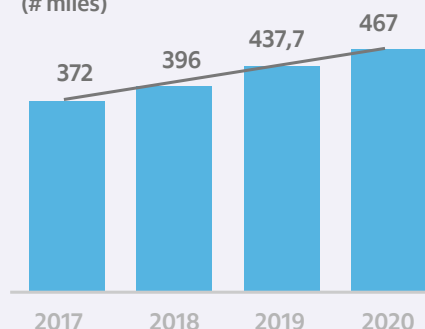
+23.000
tarjetas
de crédito

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.

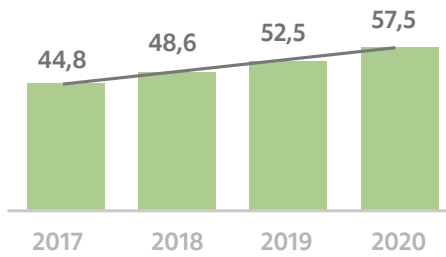
Evolución de la cantidad de clientes de los últimos cuatro años

Cantidad total de clientes
(# miles)

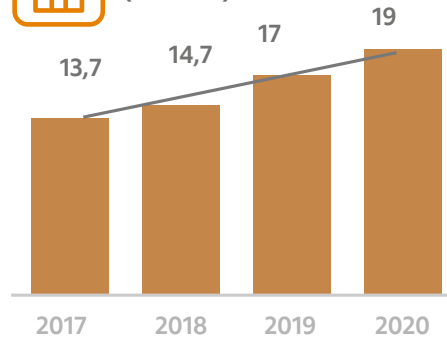




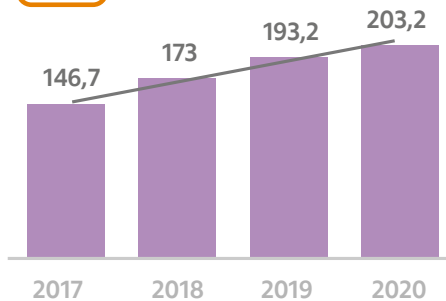
Cientes Personas Físicas
(# miles)



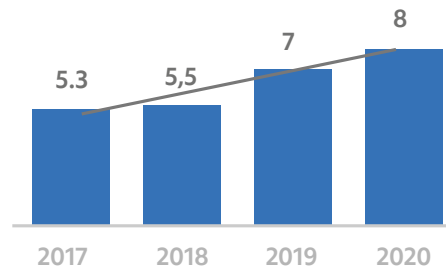
Cientes Pymes
(# miles)



Cientes Pago de Sueldos
(# miles)



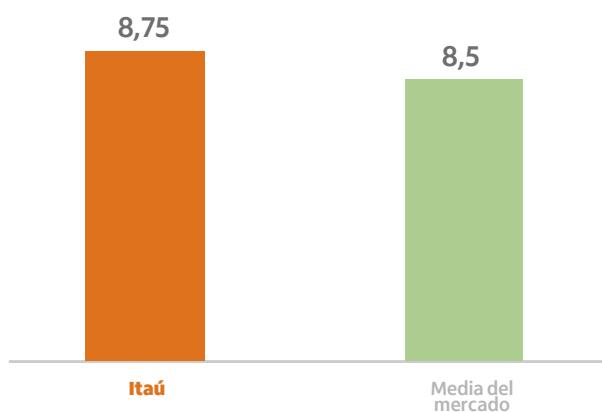
Cientes Itaú Personal Bank
(# miles)



467.000 mil clientes | +30.000 mil clientes

Satisfacción de clientes

Satisfacción general 2020



Agencias 2020



21 agencias en todos el país

15 agencias en Montevideo

6 agencias en el interior

1 agencia digital

El 65% de las agencias cuenta con acceso con rampa.

Banca Personas y Comercios

El contexto de pandemia llevó a adaptar tanto el modelo de atención en agencias como la oferta crediticia a los clientes, en particular con soluciones tanto de relacionamiento (favoreciendo los canales digitales a la interacción presencial) como de diferimiento de cuotas en préstamos y reestructura de saldos de tarjetas de crédito que brindaran soluciones rápidas a demandas específicas de clientes en los primeros meses del año.

Facilidades para el pago de préstamos y tarjetas de crédito

- Prórroga automática de tres cuotas para los clientes con préstamos a vencer en dichos meses, por la que el pago se difirió al vencimiento del crédito (sin modificar el importe de las cuotas).

- Facilidades para la financiación de saldos de tarjetas de crédito a los clientes con tasas de reestructura preferenciales.

Otorgamiento de préstamos SiGa Emergencia a Pymes

Oferta con condiciones preferenciales de tasa, plazo, moneda y pago de la primera cuota diferida en el marco del fondo SiGa Emergencia.



+21.000

préstamos amortizables diferidos.

+10.000

saldos de tarjetas de crédito reestructurados.

+900

solicitudes créditos SiGa Emergencia para PyMes

USD 46 millones

otorgado en créditos SiGa Emergencia para PyMes

Adaptación de 25 procesos a nuevos requerimientos no presenciales

El canal digital se volvió clave para apertura de cuentas, solicitud de tarjetas de crédito, pagos y transferencias, y sumó nuevas funcionalidades para operaciones *online* en 2020.



¿Más información?



Productos destacados

U25 Itaú

En junio de 2020 lanzamos al mercado U25, una nueva oferta para jóvenes universitarios de entre 18 y 25 años, la cual incluye cajas de ahorro (pesos y dólares) sin costo y tarjeta de débito Volar gratis, así como un bono inicial de bienvenida de millas Volar. El proceso de solicitud se realiza en forma digital tanto para nuevos clientes como para quienes optan por migrar a U25.

21,1 años promedio de clientes

57 % mujeres **66 %** Montevideo

43 % hombres **33 %** interior



Es un entrenamiento de Itaú para fortalecer el manejo del dinero, que consiste en acercar información y herramientas a jóvenes de entre 18 y 25 años para apoyar la toma de decisiones financieras saludables.

La campaña cuenta con una plataforma digital de contenidos que van desde consejos, test de sensibilización, videos tutoriales y una serie de podcasts con nuestros colaboradores e invitados especiales como protagonistas. Los temas abordados son inteligencia financiera, armado de presupuesto, consumo y ahorro, endeudamiento e inversiones.

Los primeros tres episodios, que se publicaron en diciembre de 2020, tuvieron 2.695 reproducciones al cierre de ese mes.



#1 en podcasts de iTunes en Uruguay

#23 en Spotify en Uruguay

Volar es Hogar

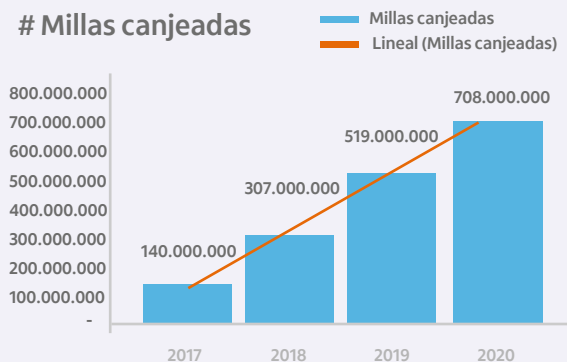
El programa Volar a partir del segundo trimestre del año se convirtió en Volar, es Hogar, cambiando el foco hasta ahora realizado en viajes, por canjes asociados a consumo durante la pandemia. En este sentido los canjes dentro del programa Volar registraron un nuevo incremento:

708 millones de millas

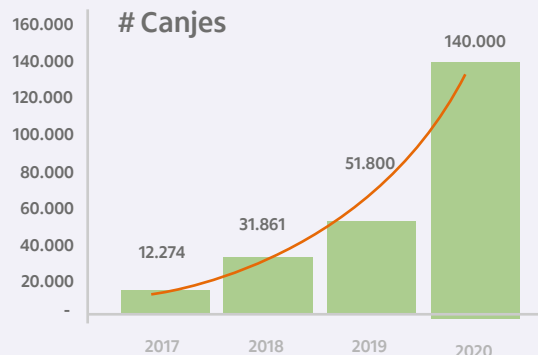
+41 %
respecto al 2019

+140 mil canjes
(+2,8 veces los canjes realizados en 2019).

Millas canjeadas



Canjes



Itaú alimentación



+25 mil
Cuentas Itaú
Alimentación

18 %
Share de mercado
de cuentas activas
de Itaú Alimentación

13 %
Share de mercado
consumos de Itaú
Alimentación

Ciclo de charlas Pymes

Conversión ciclo de charlas Pymes en formato 100 % digital.

- 2 charlas sobre contexto económico.
- 150 empresas participantes

Programa Más Emprendedoras de OMEU

Por quinto año consecutivo apoyamos al Programa Más Emprendedoras de OMEU.

Participaron 80 emprendedoras entre los dos semestres.

96 % calificó muy bueno o excelente.

Banca Empresa

[¿Más información?](#)

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

Distribución clientes de Banca Empresa por segmento

Segmento	2018	2019	2020
Agro	653	680	786
Gobierno y Multinacionales	301	317	340
Grandes empresas	1231	1204	1271
Empresas medianas	787	961	1038
Grandes empresas no residentes			6
Total de empresas	2.972	3.162	3.441

Valor de la cartera de clientes de Banca Empresa por segmento

Segmento	Valor cartera 2020 en millones de USD	2020
Empresas medianas	197	12%
Agro	228	14%
Gobierno y Multinacionales	349	21%
Grandes empresas	745	45%
Grandes empresas no residentes	132	8%
Total	1.651	100%



8,8% clientes nuevos



1,3% aumento de participación de mercado entre los bancos privados



95,2% de clientes digitalizados



2 nuevos productos digitales: Avals y Forex

Alianza con MOVÉS

En Itaú firmamos un compromiso para fomentar el financiamiento y el desarrollo de productos para comprar vehículos eléctricos. A su vez, creamos un producto para financiar estas inversiones con plazo de hasta cinco años, sin prenda, con financiación de hasta el 100% del valor de la inversión y tasas preferenciales en todas las monedas.

Movés es un Programa impulsado por el gobierno para el desarrollo de un ecosistema de promoción de la movilidad sostenible y está dirigido a empresas que cuenten con flota de vehículos.



Cultura digital

Las mejores soluciones digitales son aquellas deseadas por el cliente, técnicamente factibles y económicamente viables. Desarrollamos habilidades para estar en constante transformación con base en un profundo conocimiento del cliente y una mayor velocidad para ampliar una oferta digital que se ajuste a sus necesidades.

Principales líneas de acción:

- Digitalización de reportes
- Fortalecimiento de la aplicación de medios de pago
- Metodologías ágiles para la gestión de proyectos
- Cultura de DevOps*, que permite seguir automatizando el ciclo de vida de nuestros aplicativos, ampliando la cantidad de sistemas y ambientes soportados
- Aumento del número de agentes de agencias digitales
- Disponibilización de los servicios de *backoffice*, que nos permitió continuar con todas las operaciones del Banco en forma remota.

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

[¿Más información?](#)

Inversión en sistemas y tecnología

98.600 horas

de desarrollo invertidos en 2020

USD 2,2 millones

invertidos en hardware

USD 4,164 millones

invertidos en software

Porcentajes de digitalización de las principales transacciones y los principales productos

Contamos con una aceleradora digital regional que busca viabilizar la celeridad de los negocios digitales, a fin de incrementar la rentabilidad y generar ventaja competitiva para las operaciones locales de cada uno de los países de América Latina en los que se encuentra Itaú.



Banca Personas

	2019	2020
Cientes que utilizan mensualmente canales digitales	74%	83%
Contratación de tarjetas de crédito por canales digitales	42%	64%
Solicitud de préstamos al consumo personal a través de canales digitales	83%	81%
Inversiones contratadas por canales digitales	37%	51%

Banca Empresa

Digitalización	Ventas
 95,2% Clientes digitales +2,7% yoy	 67,1% Préstamos +22% yoy
 99,5% Transferencias locales +0,3% yoy	 29,1% Créditos en cuenta +264% yoy
95,6% Transferencias exterior +2,6% yoy	 26,9% FOREX Nuevo 2020
97,8% Pagos +0,4% yoy	 33,3% Avalés Nuevo 2020

Agencia Digital

La Agencia Digital es una iniciativa única en Uruguay y comenzó como plan piloto en 2017. 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 pueden realizar la mayoría de sus transacciones en forma remota.



2020: Incorporamos 5 nuevas oficiales de cuenta

para sumar progresivamente a 6.000 clientes y así llegar a un total de 12.000 clientes que se atienden en nuestra Agencia Digital.

9,4 en satisfacción de clientes

82% de NPS

(Net Promoter Score)

Seguridad de la información

Tenemos un fuerte foco en los controles para evitar la fuga de información. Todas las iniciativas en este sentido están englobadas en un proyecto llamado **Data Loss Prevention**.

Incorporamos diferentes herramientas que permiten realizar controles preventivos y detectar diferentes acciones o actividades que pueden ser un riesgo para el resguardo de la información de clientes.

 ¿Más información?





Colaboradores



En este capítulo encontrarás acciones relacionadas con los siguientes compromisos de impacto positivo y ODS:



Financiamiento de impacto positivo



Inversión responsable



Transparencia en los informes y las comunicaciones



Ética en los negocios y las relaciones



Gestión inclusiva



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



558 colaboradores



47%
mujeres



53%
hombres



94%
Montevideo



6%
Interior

87,5%

de los altos ejecutivos
hombres son de la
comunidad local.

100%

de las altas ejecutivas
mujeres son de la
comunidad local.



0,4%
personas con
discapacidad



79%
contratos
tiempo completo

21%
contratos
6,5 horas



edades

49% entre 30 y 50

37% menores de 30

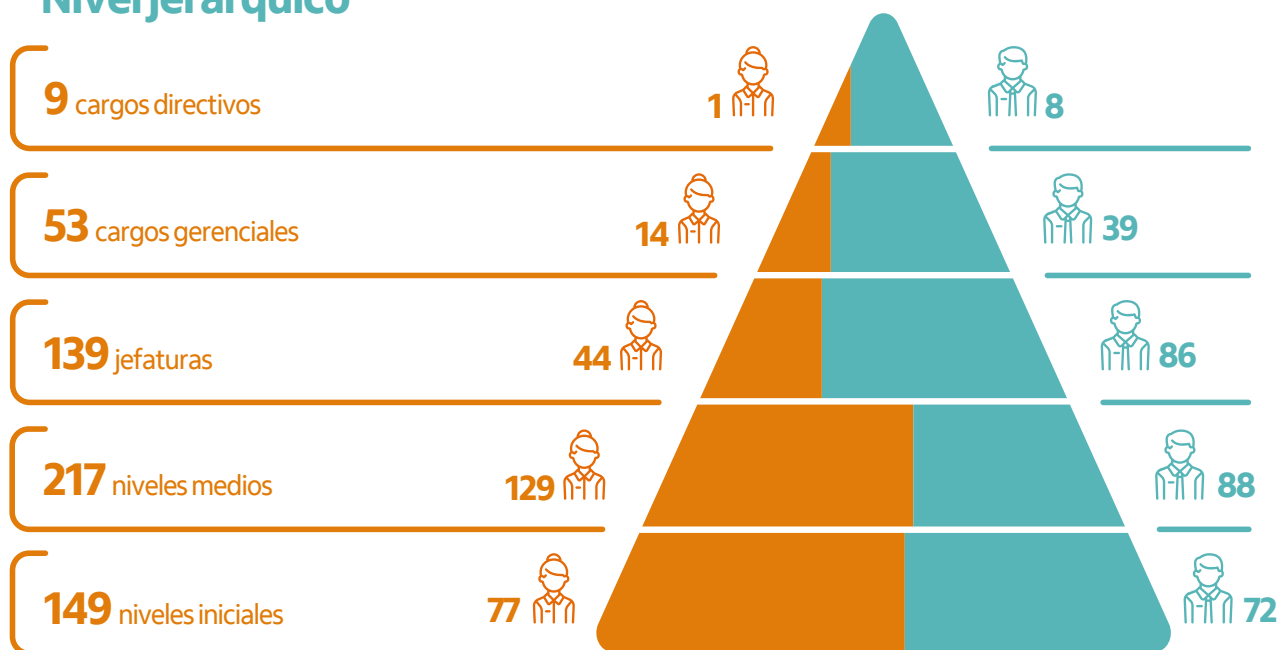
14% mayores de 50



Antigüedad
promedio en Itaú

14 años

Nivel jerárquico



48 personas se tomaron licencia por maternidad y paternidad



27 mujeres
21 hombres

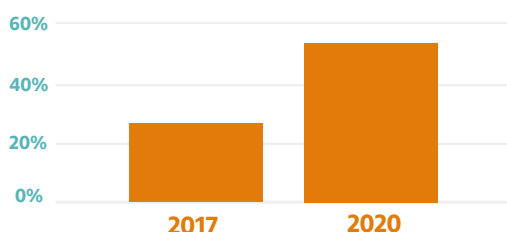


El 100% regresó y mantuvo su trabajo.

Diversidad

Banco Itaú desarrolla dos líneas de trabajo principales con relación a la diversidad: inclusión de personas con discapacidad y equidad de género. En el 2020 se avanzó principalmente en esta última línea.

Como firmantes de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEP's) de ONU, medimos las brechas de género presentes en nuestra organización a través de GGAT **Gender Gap Analysis Tool**.



Logramos pasar de un puntaje de 25% (nivel principiante) en el 2017 a un puntaje de 52% (nivel avanzado) en el 2020



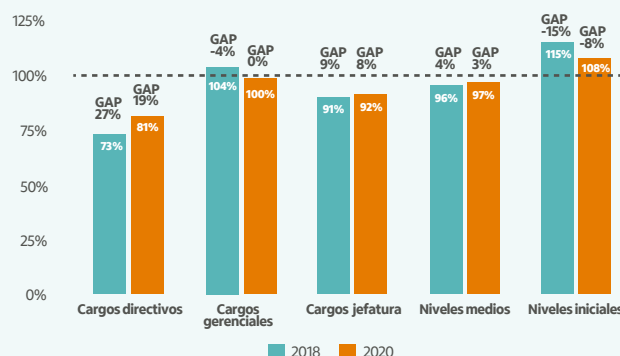
Acciones desarrolladas para crear conciencia organizacional en temas de género:

- Ajustes en políticas internas para incorporar criterios de género:
- Capacitación de comunicación y género para agencias de publicidad que trabajan con Itaú
- Ciclo de charlas Diversidad: "El valor de la diferencia", "Equidad de género y sesgos inconscientes", "Barbershop Igualdad de género en clave masculina", ciclo "Mujeres que lideran"
- Segundo diagnóstico interno de brechas de género
- **Taller de mujeres líderes:** a partir de esto se realizó el acuerdo de crear la Red de Mujeres de Itaú en 2021.

Salarios promedio con mirada de género

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.

Nivel salarial de mujeres en relación al salario de hombres



Seguridad financiera, salud y bienestar

Beneficios y compensaciones

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



Compensaciones

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



Licencias

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



Salud

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



Capacitaciones

- Becas para posgrado y máster
- Entregamos 12 cupos para la plataforma de estudios Coursera: Se asignaron los entrenamientos en función del tipo de curso elegido y la necesidad del banco frente al tema planteado.
- 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



Cobertura médica

- Cobertura total para colaboradores y sus familias.
- Cobertura costos control médico (carné de salud)
- Vacunación de la gripe en las oficinas
- Seguro de vida con beneficios adicionales para colaboradores de Itaú.
- Cobertura licencias por enfermedad y apoyo en la recuperación
- Asociación Solidaria de Donantes de Sangre de Banco Itaú en convenio con el Fondo Nacional de Sangre.

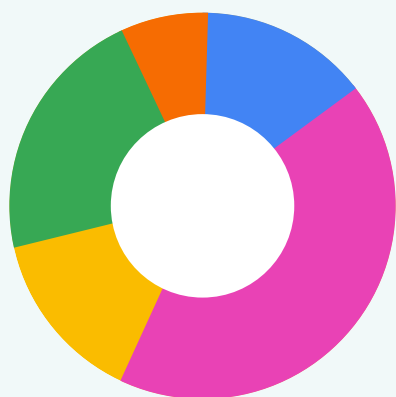
Capacitación y desarrollo

Trabajamos para motivar altos niveles de satisfacción, compromiso y excelencia profesional en los resultados planeados, a fin de incrementar el liderazgo competitivo y sustentable de la organización. **Este año, nuestra principal adaptación fue brindar nuestras capacitaciones de forma virtual, priorizando 3 focos: comportamentales, cultura digital y acompañando el día a día.**



3.462 horas
capacitación en 2020

Principales temáticas de talleres y charlas de capacitación



7,1%
Centralidad
del cliente

21,4%
Bienestar de
colaboradores

42,9%
Diversidad

14,3%
Sustentabilidad

14,3%
Cultura digital

Programa de Liderazgo

Este Programa, que lleva varios años implementándose para nuestros gestores, en 2020 se llamó "Programa Liderazgo a distancia, #crecemos juntos con el objetivo de enfrentar mejor los desafíos de liderar equipos a distancia.

Participación:

37 mujeres (95% del total de mujeres líderes)

45 hombres (63% del total de hombres líderes)

Programa de Mentoring

Mentoring es un encuentro entre un líder con experiencia y alta performance (mentor) que comparte conocimiento con otro colaborador (mentoreado) con el objetivo de desarrollarlo profesionalmente, transmitirle la estrategia de la organización, su postura institucional, cultura y valores, entre otros. En 2020 se llevó a cabo la tercera edición desarrollada de forma presencial y/o virtual, a elección del mentor y mentoreado.

19 mujeres y

20 hombres mentoreados

11 mujeres y

25 hombres Mentores

Proyecto Cultura Digital

Generar capacitaciones para fortalecer la Cultura digital ha sido una de nuestras prioridades. El contexto de la pandemia trajo el desafío de involucrar y hacer parte de esta nueva forma de trabajar a colaboradores de entre 20 y 60 años.

138 personas participaron de la charla "CULTURA DIGITAL: Metodología de trabajo brindada por el área digital del banco.



¿Más información?

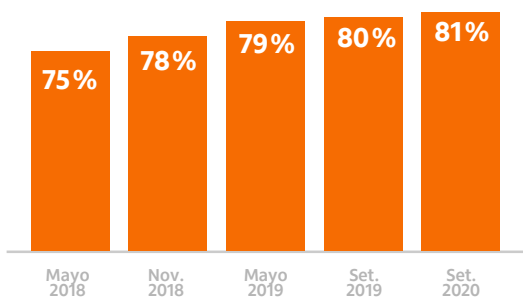
Satisfacción y compromiso

Clima laboral

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

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

Índice de satisfacción



Gestión de desempeño

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

Libertad de asociación y negociación colectiva

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

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

Acciones relacionadas al contexto de la pandemia.

Frente a la emergencia sanitaria por covid 19, nuestra primera iniciativa fue crear un comité de emergencia con reuniones diarias priorizando tres focos:

1.  **Colaboradores**

2.  **Clientes**

3.  **Banco**

Acciones destacadas:

- Home Office: se llegó a implementar un 80% de Home Office en áreas centrales, ratio que se fue ajustando en función de la realidad sanitaria del país.
- Envío de personas con enfermedades de riesgo a sus casas desde el primer día.
- Clausura de comedores.
- Reducción de aforo en salas de reuniones.
- Incentivo a la virtualidad.
- Protocolos para la presencialidad (tapabocas, distancia mínima, duración máxima de 1 hora).
- Cierre temporal de 9 agencias.
- Cierre definitivo de 3 agencias, reubicando al 100% de la dotación en otras agencias.
- Durante el 2020 no se enviaron personas al seguro de paro ni hubo egresos involuntarios.



Comunidad



En este capítulo encontrarás acciones relacionadas con los siguientes compromisos de impacto positivo y ODS:



Financiamiento de impacto positivo



Transparencia en los informes y comunicaciones



Gestión responsable de los recursos



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

Valor compartido

Estamos comprometidos con un crecimiento y rentabilidad a largo plazo, que nos permita distribuir la riqueza generada entre nuestros distintos stakeholders: nuestros accionistas (a través de la distribución de dividendos), nuestros colaboradores (remuneraciones, beneficios e incentivos), la sociedad en general (impuestos y aportes a la comunidad a través de donaciones), nuestros prestadores de servicios, y también destinar parte de dicha riqueza para la reinversión en el negocio que asegure la continuidad sustentable de nuestras operaciones.

Valor generado	11.286
Sociedad	1.638
Colaboradores	3.247
Accionistas	2.532
Prestadores de servicios	2.061
Retenido en la empresa	1.808
Valor distribuido	9,478

*Montos expresados en millones de pesos uruguayos



¿Cómo se distribuye el valor generado?

15%
Sociedad

29%
Colaboradores

22%
Accionistas

18%
Prestadores de servicios

16%
Retenido en la empresa

Compromiso cívico

Frente a la situación pandémica, redefinimos nuestra acción de voluntariado sustituyendo nuestra continua participación física por un apoyo económico. Lo concretamos con la apertura de una cuenta de donaciones para reunir fondos que luego fueron utilizados en las diversas acciones.

En el marco de las acciones impulsadas por el banco en contexto de pandemia, en 2020 creamos una alianza con Canastas UY, buscando apoyar una causa que impactaba sobre una de las necesidades básicas de las personas, que es la alimentación. El proyecto se armó para alcanzar con un plato de comida a familias de todos los rincones del país y acompañamos el camino a través de nuestro programa de millas.



Invitamos a los clientes a canjear sus millas Itaú del programa Volar por canastas de comida y por cada canasta canjeada donamos una segunda. Nos pusimos como objetivo llegar a las 15.000 canastas y en pocos días superamos las 25.000. Juntamos 50.000 canastas ya que el banco duplicaba.

Fundación Itaú

Tenemos como finalidad promover, facilitar y difundir proyectos vinculados con la cultura y la transformación social en el Uruguay.

Debido al contexto de pandemia y frente a la imposibilidad de realizar actividades presenciales, tomamos las siguientes medidas:

- Relevamos los cambios e impactos que tenía la pandemia en cada proyecto. Solo 10 proyectos no pudieron ejecutarse en 2020.

- Los tres cursos del Centro de Capacitación se dictaron 100% modalidad virtual, lo que permitió integrar alumnos del interior del país.

- Donamos \$ 1.000.000 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.



189 artistas, productores y técnicos impactados.

Gestión de proyectos

Finalizamos el proceso de desarrollo de la metodología de monitoreo y evaluación de proyectos, que comenzaremos a utilizar en 2021.

Proyectos 2020

- 105 Proyectos - 44 entrevistados
- 1 Polinización cruzada
- 1 Proyecto regional
- 32 Proyectos ejecutados

Los proyectos que no pudieron realizarse recibieron entre el 50% y el 100% del apoyo total y se ejecutarán en 2021.

Fomentamos una participación activa de mujeres como líderes de proyectos socioculturales y desde el Centro de Capacitación, incluimos como parte de la currícula un seminario con este enfoque.

- 4 hs de seminario sobre género y gestión cultural
- 23 estudiantes impactados

Programa Cultural 2020

Objetivo: Viabilizar y profesionalizar la obra de artistas nacionales para contribuir a la valorización y democratización de la cultura en la sociedad uruguaya; generar accesibilidad a la cultura y el desarrollo de nuevas audiencias.

Focos de trabajo:

Conocimiento, formación, recursos y evaluación

6 disciplinas artes visuales, música, danza, teatro, audiovisual y literatura/publicaciones

- 29 proyectos apoyados
- \$3.912.500 de inversión directa
- \$3.744.000 (neto) de inversión FIC

Programa Social

Objetivo: contribuir a la mejora del sistema educativo en Uruguay, ofreciendo formación técnica, herramientas para la evaluación y recursos para el desarrollo de proyectos socioeducativos.

En 2020 apoyamos a:

- Liceo Impulso
- Liceo Francisco de Paysandú
- ÁNIMA - Bachillerato Tecnológico
- Liceo del Centro Educativo Providencia
- Programa Salir Adelante
- Programa Camino TIC's de Universidad ORT
- Liceo Jubilar Juan Pablo II
- Fundación Niños con Alas
- Fe y Alegría Uruguay
- Eduy21

- 14 proyectos apoyados
- \$1.245.880 de inversión directa
- \$8.946.057 de donaciones especiales con beneficio tributario
- +331 técnicos involucrados
- +1.888 beneficiarios

Territorio: Montevideo, Maldonado, Canelones, Artigas, Soriano, Florida, Tacuarembó, Paysandú, Colonia, Treinta y Tres.



¿Más información?

Leé para un Niño

Buscamos contribuir a que niñas y niños de primera infancia accedan a una educación de calidad a través de la promoción de la lectura como un insumo necesario para el desarrollo emocional y cognitivo en la primera infancia.

- 2500 libros donados.
- +90 personas capacitadas
- 2 ediciones del curso virtual "La magia de ser mediador", creado y gestionado por PNL.
- 1 Curso para clientes Itaú "Encuentros afectivos con la lectura".
- \$652.375 inversión
- Alianzas estratégicas: Uruguay Crece Contigo, Plan Nacional de Lectura y Consejo Nacional de Educación No Formal.



Centro de Capacitación

Brindamos formación desde hace 25 años en temas relacionados con la gestión de la cultura.

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

En 2020 adaptamos los contenidos a modalidad 100% online.

- 3 cursos
- 58 estudiantes (41 M / 17 H)
- 8 estudiantes del interior del país
- 304 horas de capacitación
- 27 docentes



Cadena de suministro

El vínculo con las empresas proveedoras es un aspecto estratégico para el desarrollo sostenible de Itaú.

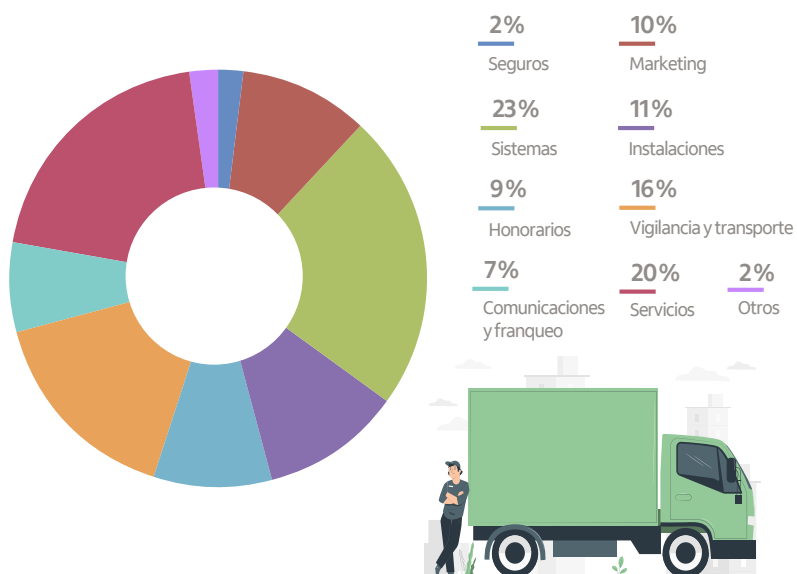
Durante el 2020 y como consecuencia de la pandemia, hicimos foco en la continuidad del negocio de ambas partes, priorizando el cuidado sanitario tanto de los colaboradores de todos los proveedores como de los nuestros.



Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro



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



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.

Durante 2020 se visitó de forma virtual a 13 proveedores estratégicos y no se detectaron incumplimientos en las revisiones de proveedores críticos. Estos proveedores representan el 15,7% de los pagos a proveedores de 2020.

Encuesta de satisfacción a proveedores

34 tienen un porcentaje de mujeres socias, dueñas o directoras de al menos 50%.

88% es de capital local.

80% trabaja con Itaú desde hace más de 6 años

17% satisfecho

78% muy satisfecho con su relación comercial con Itaú

Sistema



Difusión y empoderamiento para el desarrollo de una nueva economía

Realizamos un plan piloto en el que invitamos a clientes pymes, socios comerciales y proveedores estratégicos a una charla sobre Nuevas economías y Sistema B, alineada a la Evaluación de Impacto B que realizamos y con la intención de compartir con socios el valor de transitar esta experiencia. La charla, a cargo de Sistema B, se realizó con un público reducido de 10 empresas. A partir de los buenos comentarios recibidos de los participantes, se prevé realizar un ciclo de charlas sobre temas vinculados a nuevas economías y Sistema B para 2021.



Medio Ambiente



En este capítulo encontrarás acciones relacionadas con los siguientes compromisos de impacto positivo y ODS:



Financiamiento de impacto positivo



Inversión responsable



Gestión responsable de los recursos



Gestión ambiental

El cuidado ambiental es indispensable para lograr una gestión responsable y eficiente de los recursos.

Buscamos mejorar la medición y sistematización de los aspectos ambientales de nuestras operaciones, sensibilizar a colaboradores y empresas proveedoras, y forjar nuevas alianzas para reducir la generación de residuos, aumentar la eficiencia energética e incorporar criterios ambientales de evaluación en la cadena de valor.

Nuestra gestión se basa en:

- Medir, sistematizar y hacer seguimiento de los aspectos ambientales de nuestras operaciones
- Sensibilizar y capacitar
- Desarrollar un sistema de gestión de residuos para minimizar la disposición final
- Aumentar la eficiencia energética
- Generar alianzas con organizaciones referentes
- Incorporar criterios ambientales en la contratación y la evaluación de proveedores

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



Papel oficinas:

Aceleración hacia archivos digitales.

Impacto:

-45 % impresiones, superando ampliamente la meta propuesta.

Las resmas de fotocopias compradas en 2020 fueron 100% producidas con caña de azúcar y procesadas sin cloro.



Materiales publicitarios para clientes:

Se definió que el medio digital sería el medio prioritario para difundir los mensajes y de esa forma evitar la producción de materiales en papel.

Impacto:

-58 % impresión de materiales en papel

Gestión de residuos

Desde fines de 2017 se viene trabajando en un Plan de Gestión de Residuos basado en su clasificación y valorización. Las categorías fueron definidas según la norma UNIT 1239.

158.241 kg
de residuos

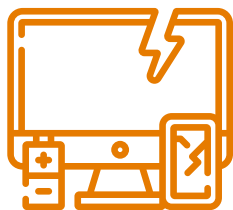
generados en 2020,
283kg por colaborador

114.285 kg
de papel y cartón

reciclados

74 %
de residuos
valorizados

23 %
de residuos
enviados a disposición
final



8 kg

de residuos de aparatos
eléctricos y electrónicos
(RAEE) se reciclaron 2020

Por requerimientos de seguridad de la información, la gran mayoría de los equipos se destruyen en una empresa especializada en el reciclaje de sus componentes.



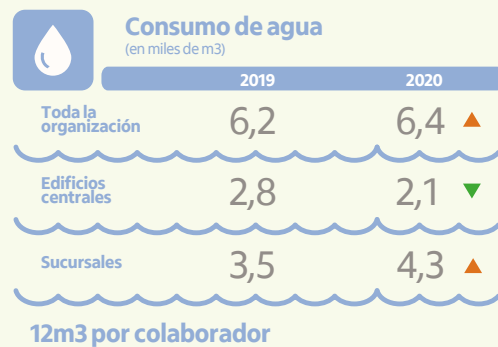
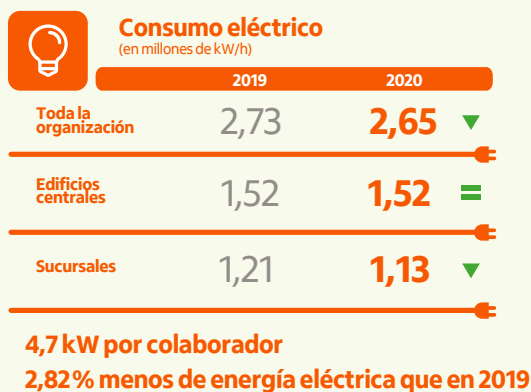
\$1.851.960
invertidos
en gestión
de residuos

[¿Más información?](#)



Agua, Energía y Emisiones

Desde fines de 2017 se viene trabajando en un Plan de Gestión de Residuos basado en su clasificación y valorización. Las categorías fueron definidas según la norma UNIT 1239.



Emisiones

Hubo una reducción del 46% de las emisiones explicada principalmente por la baja en emisiones de tipo 1. Esto se debe en primer lugar a la reducción de pérdida de gases en la recarga de gases refrigerantes de aires acondicionados, en segundo lugar a la menor recarga de extintores y por último a la disminución del uso de combustible para generadores.

214 kg
de CO₂ por
colaborador

46%
menos de emisiones
de tipo 1

Emisiones	2019 kg CO2	2019 ton CO2	2020 kg CO2	2020 ton CO2
Emisión gases	148.853	149	50.869	51
Emisión extintores	571	1	460	0
Emisión combustible	1.796	2	1.488	1
Emisión Tipo 1	151.219	151	52.816	53
Emisión Tipo 2	68.329	68	66.326	66
Emisiones totales	219.548	220	119.142	119



Muchas gracias!

¿Qué opinás del Resumen de Impacto?

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

¿Querés conocer más?

Encontranos en:

