



# contexto

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

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



# Mensaje del Gerente General

102-14

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Buena lectura,

**Horacio Vilaró**

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

# Destacados Itaú Uruguay 102-7, 103-1



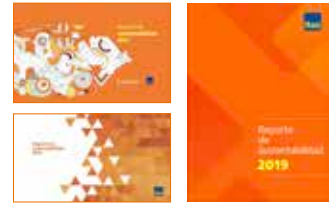
Somos **el único banco privado en Uruguay** que realiza anualmente su Reporte de sustentabilidad GRI

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

Adherimos a:



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



## Rentabilidad sostenible

**USD 4.678 millones**

de activos

(vs USD 4.447 millones en 2018)

**USD 3.915 millones**

de depósitos

(vs USD 3.845 millones en 2018)



**53,6%**

es nuestro índice de eficiencia que relaciona costos/ingresos.

**24,8%**

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



Valor económico creado:

**11.624 millones** de pesos



Distribuimos valor equivalente a

**8.718 millones**

de pesos entre nuestros grupos de interés.

## Centralidad en el cliente



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



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



Índice de satisfacción **8,4\***

Personas y PyMES

**8,3\***

Empresas

\*Sobre un total de 10 puntos



**18** agencias tradicionales



**6** agencias modernas sin caja



**1** agencia digital

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



## Cultura digital



**Líder del mercado** en canales digitales



Índice de satisfacción

**9,1\*** SuperApp

**9,2\*** Sitio transaccional

\*Sobre un total de 10 puntos



**74,5%**

de los clientes con cuentas utilizan canales digitales mensualmente.



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



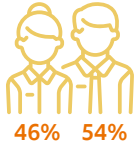
se realizaron un **42%** de las ventas de tarjetas de crédito.



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

## Las personas son todo para Itaú

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



46% 54%

**80%** es nuestro índice de satisfacción de clima interno.



**150** participantes de Voluntariado Corporativo



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

**610 horas** en actividades de voluntariado



## Gestión de riesgos

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

**90%** de colaboradores capacitados en Cultura de Riesgos



## Nuestras empresas proveedoras



**~1000** empresas activas

**94%** nacionales



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



**1.531 millones de pesos** destinados a pago a proveedores

## Gestión ambiental responsable

**-9%** energía eléctrica consumida vs 2018



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

**-17%** de resmas de papel solicitadas vs 2018



**47%** residuos valorizados (de un total de 102 toneladas)

## Fundación Itaú

**Inversión en la comunidad**



**8.9 millones de pesos** por el Programa Cultural



**9.6 millones de pesos** por el Programa Social

**Se apoyaron**



**32** proyectos culturales



**10** instituciones educativas



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

# Contexto de este reporte

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

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

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

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

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

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

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

## ¿Qué opinás del Reporte?

Queremos conocer tu opinión sobre nuestro Reporte. Todos los comentarios o consultas respecto a su contenido, pueden ser enviados a la dirección de correo electrónico [sustentabilidad@itau.com.uy](mailto:sustentabilidad@itau.com.uy).



Nuestro **Reporte de Sustentabilidad 2019**, junto con las ediciones de años anteriores, se encuentran disponibles en [www.itau.com.uy](http://www.itau.com.uy)

# Materialidad

102-44, 102- 47

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

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

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

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

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

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

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

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

## Temas materiales 2019

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

### Gráfica comparativa del grado de importancia de los temas materiales

