



Sobre Itaú y su compromiso de impacto positivo

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

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

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



Contexto macroeconómico

103-1, 103-2, 103-3

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

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

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

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

Sobre Itaú en el mundo

102-4, 102-6, 102-7



Nos propusimos como objetivos:

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

Sobre Itaú en Uruguay

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

Nuestra historia

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

Nuestro propósito

Estimular el poder de transformación de las personas.

Nuestra visión

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

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

Nuestra manera

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

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

Nuestro negocio

102-6

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

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

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

Alianzas estratégicas

102-12, 102-13

Compromisos voluntarios internacionales:

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

Membresías

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

Participación en directorios

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

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

Premios y reconocimientos

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

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

Reconocimiento a las empresas con mejor reputación de Uruguay

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

Reconocimiento de DERES al Programa de Educación financiera

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

Estrategia de Sustentabilidad

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

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



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



Compromiso de Impacto Positivo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Gestión del área de Sustentabilidad

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

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

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

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

132

colaboradores capacitados (23 % de la dotación del Banco)

30

participaron en dos o más capacitaciones

418

horas de capacitación

3

horas de capacitación promedio por participante

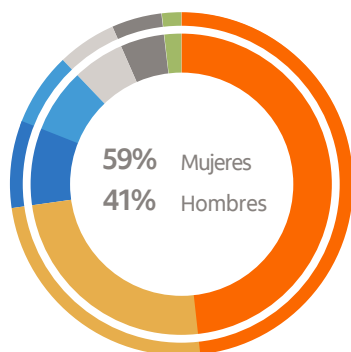
4,4*

nivel de satisfacción promedio

4,9*

mayor nivel de satisfacción: clasificación de residuos

*sobre un máximo de 5 puntos



Participantes por áreas

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

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

Comunicación 102-40, 102-42, 413-1

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



Colaboradores

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

Clientes

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

Proveedores

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

Sociedad

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

Aliados

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

Gobernanza del Área de Sustentabilidad 102-18

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

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

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

Para clientes, proveedores y comunidad

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

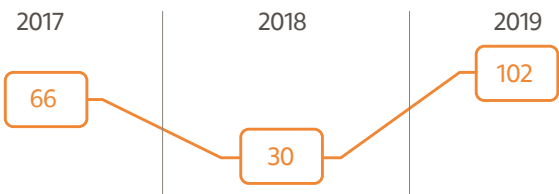
	2017	2018	2019	Total
Cantidad de participantes	176	391	184	751
Cantidad de charlas	12	23	6	41
Cantidad de voluntarios	24	34	14	72

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

Para colaboradores

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

Cantidad de colaboradores capacitados



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

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

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

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

Programa Más Emprendedoras

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

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

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

250
participantes
en mentorías

+4900
horas de
capacitación

Compromisos voluntarios 102-12

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

Pacto Global de Naciones Unidas

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

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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



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



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

Materialidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible, metas específicas y proyectos

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

 4.1 / 4.3 / 4.4 / 4.5 Programa Social de Fundación Itaú 4.2 Programa Leé para un niño  5.c Programa Cultural y Cursos del Centro de Capacitación de Fundación Itaú 5.1 / 5.5 / 5.c Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de personas / Código de Ética / Estrategia de diversidad	5.1 / 5.5 / 5.c Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de personas / Código de Ética / Estrategia de diversidad 5.4 Políticas de Área de Personas / Home office y horario flexible 5.2 Código de Ética / Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos 5.2 Ley de tercerización en contratación de proveedores 5.5 Apoyo a Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU) y su programa Más Emprendedoras	 8.2 Estrategia de Transformación Digital 8.3/8.10 Programa de Orientación financiera para clientes / Ley de Inclusión financiera 8.1 Valor económico distribuido a través de aportes y patrocinios 8.3 Programa Cultural y Centro de Capacitación de Fundación Itaú 8.6 Programa Social de Fundación Itaú 8.1 Valor económico distribuido a través de remuneraciones y beneficios 8.5 Estrategia de Diversidad 8.8 Políticas de Área de Personas 8.10 Programa de Orientación financiera para colaboradores	8.1 Valor económico distribuido entre stakeholders 8.4 Principios de Ecuador 8.7 Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos / Código de Ética 8.1 Valor económico distribuido a través de pagos a proveedores 8.3 Apoyo el emprendedurismo / Apoyo a OMEU
 9.3 Contratación de PyMEs como proveedoras / Productos y servicios para segmento PyMEs  10.2 Programa de Orientación financiera / Ley de Inclusión financiera 10.2 Programa de Orientación financiera para colaboradores / Estrategia de Diversidad 10.3 / 10.4 Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Políticas de Área de Personas / Estrategia de Diversidad 10.2 Principios de Empoderamientos de las Mujeres / Estrategia de diversidad 10.3 Accesibilidad en oficinas	 11.1 Alianza con TECHO / Programa de Voluntariado Corporativo 11.4 Programa Cultural de Fundación Itaú 11.2 Líneas de crédito para financiar movilidad ecoeficiente 11.6 Programa de gestión de residuos  12.5/12.6 Capacitación y sensibilización en gestión ambiental / Programa de Integridad 12.2/12.5 Programa de gestión de residuos 12.6 Reporte de Sustentabilidad  13.2 Principios de Ecuador	 16.4 Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo 16.6 Reporte de sustentabilidad / Pacto global 16.2 Políticas de Riesgo con sectores de actividad ilícitos / Código de Ética 16.b Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Pacto Global 16.5 Código de Ética 16.10 Reporte de sustentabilidad / Informes y balances financieros públicos	 17.17 Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Leé para un niño 17.17 Pacto Global / Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Grupos de trabajo DERES / Consejo Empresarial B 17.16 Pacto Global / Principios de Empoderamiento de las Mujeres / Grupos de trabajo DERES / Consejo Empresarial B

Diálogo con grupos de interés

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

Grupos de trabajo

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

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

102-21

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