

Sustentabilidad



SUSTENTABILIDAD

Gobernanza

102-18

Desde 2016 contamos con un Área de Sustentabilidad liderada por la Gerencia de Marketing y Sustentabilidad que se encuentra dentro de la Dirección Banca Personas y Comercios.



En 2018 se generó una reestructura dentro del área a partir de la cual se asignó a una persona a Sustentabilidad, 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.

Por otro lado, se formó un Comité de Sustentabilidad compuesto por miembros de áreas clave de la organización. Considerando los tres comités realizados en 2018, ya suman nueve instancias desde su implementación a fines de 2016.

Los miembros permanentes son: Gerencia General, responsables de las Direcciones de Banca Personas y Comercios, Riesgos, Contabilidad y Control, Área de Personas y Banca Empresa e integrantes de las siguientes áreas: Marketing y Sustentabilidad, Productos, Sucursales, Calidad y Seguros, Pymes, Productos Banca Empresa, Riesgos de crédito Empresas, Riesgos de crédito Personas y Comercios, Operaciones, Seguridad y Activos Fijos, Área de Personas y Fundación Itaú.

Además, para integrar la mirada de sustentabilidad en la organización se definió una metodología basada en grupos de trabajo interdisciplinarios. Sus participantes son invitados al Comité de Sustentabilidad para presentar los avances en los distintos temas.



37
personas

participaron
del comité

31
personas

participaron en los
grupos de trabajo

Las funciones del Comité de Sustentabilidad son:

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

Estrategia de sustentabilidad

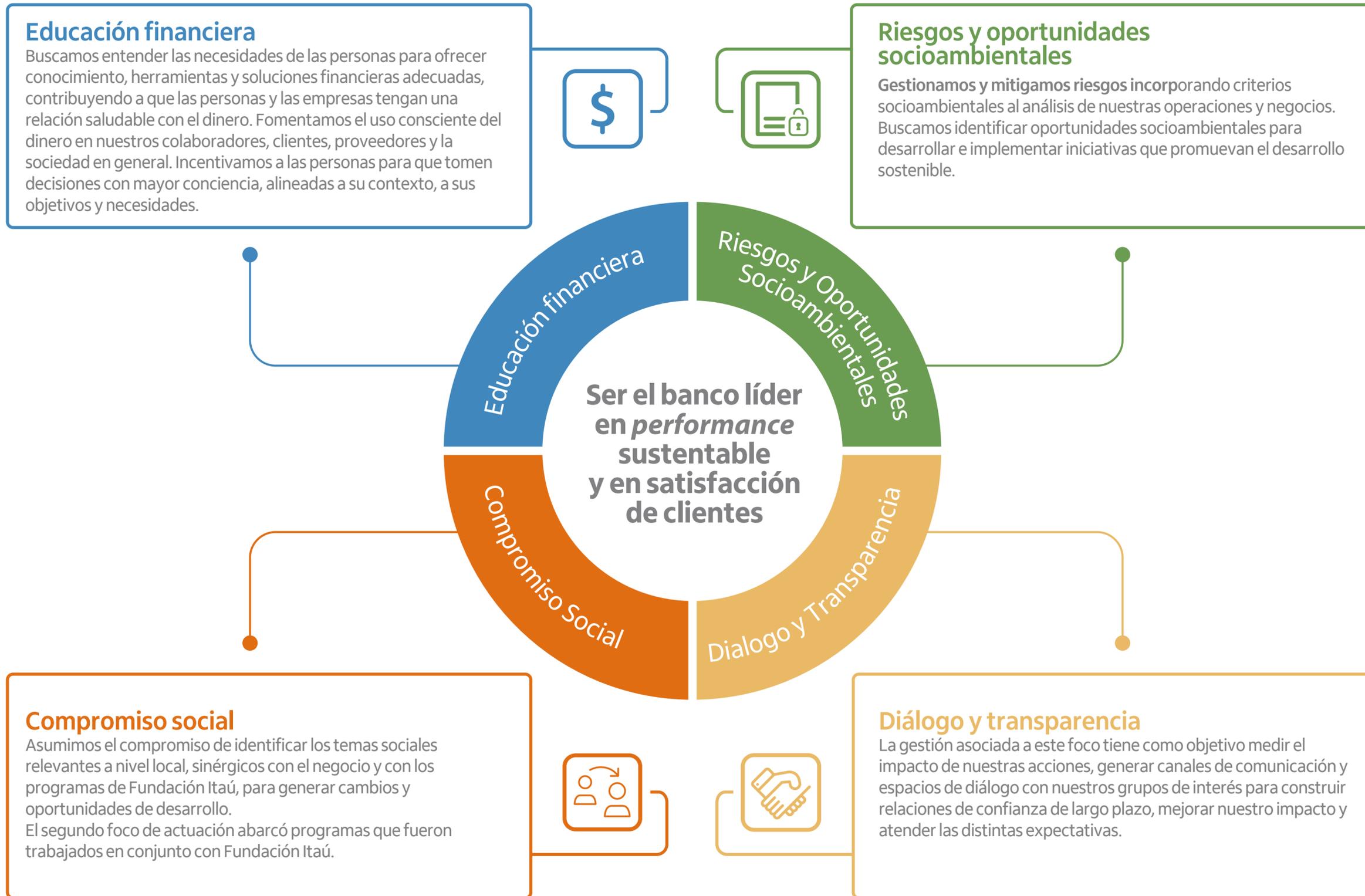
103-1, 103-2, 103-3, 102 -11, 102-15

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.

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

La sustentabilidad es un proceso en continua construcción, que se consolida a través del trabajo conjunto y la participación de los grupos de interés relevantes para el Banco.

El objetivo de la estrategia de sustentabilidad es gestionar la creación de valor en las tres dimensiones: social, ambiental y económica, guiada por cuatro focos de actuación: Educación financiera, Compromiso social, Riesgos y oportunidades socioambientales, Diálogo y transparencia.



Gestión de sustentabilidad

En Itaú entendemos el valor de incorporar la sustentabilidad como herramienta de gestión que nos permite comprender el impacto de nuestro negocio desde una perspectiva integral.

En 2018 se plantearon cuatro objetivos transversales a las actividades y a los programas que se desarrollan desde Sustentabilidad. Estos objetivos fueron: sistematizar, involucrar, posicionar y profundizar.

Sistematizar: los procesos vinculados al área, identificar las expectativas de grupos de interés y medir los impactos relacionados con la creación de triple valor.

Involucrar: consolidar la cultura interna de sustentabilidad y trabajar con las distintas partes involucradas en los programas y actividades.

Posicionar externamente a Itaú como marca comprometida con la sustentabilidad.

Profundizar: Análisis continuo para encontrar oportunidades de mejora y potenciar las acciones planificadas.

Cultura de sustentabilidad

Por cultura de sustentabilidad entendemos la internalización de los temas vinculados a sustentabilidad por parte de nuestros colaboradores. Queremos desarrollar la capacidad de dimensionar el valor que somos capaces de generar a partir del trabajo conjunto e impulsar en cada uno aquello que lo mueve.

Somos personas que mueven personas. Generamos cultura de sustentabilidad en todos nuestros puntos de contacto con el colaborador: comité, grupos de trabajo, comunicaciones, actividades, capacitaciones y encuentros.

El involucramiento de los colaboradores es fundamental para llevar adelante programas y actividades que generan valor y que hacen tangible el propósito del Banco.

Grupos de trabajo



Se trabajó con seis equipos integrados por 31 colaboradores, lo que representa el 5,5% de la dotación del Banco e involucra a las siete direcciones.

Los temas trabajados por los grupos fueron: educación financiera para colaboradores, educación financiera para clientes y proveedores, voluntariado, Leé para un Niño, medio ambiente y Mujeres en Movimiento.

Con el objetivo de evaluar la experiencia de los colaboradores, se realizó una encuesta a quienes integraron los grupos de trabajo durante 2018. Los principales resultados a destacar son los siguientes:



El aspecto más valorado por los participantes fue la oportunidad de poder trabajar con otros colaboradores.

Luego de dos años de trabajo bajo esta modalidad, se analizaron e identificaron los principales beneficios:

- Entender los temas que se estaban queriendo desarrollar desde una perspectiva más amplia que la visión del área de sustentabilidad.
- Integrar la perspectiva de colaboradores para explorar la implicancia de los temas relevantes sugeridos por la entidad controlante desde una perspectiva local.
- Generar espacios de conversación y construcción conjunta.
- Generar cultura de sustentabilidad y nutrir el diseño de los planes a partir de las iniciativas propuestas por varias personas.

A partir de estos resultados, creemos que el grupo de trabajo es una buena herramienta. Esta metodología abre espacios para que aquellos colaboradores que demuestren interés puedan involucrarse en otros temas.

Acciones de sensibilización

413-1

En 2017 las charlas de sensibilización alcanzaron principalmente a las oficinas y agencias de Montevideo, sin haberse desarrollado ninguna acción específica para llegar a las agencias del Interior. Sobre esta base, en 2018 se identificó la necesidad y la oportunidad de extender su alcance a las agencias del Interior. Dado que el programa de Cultura de Atención contaba con la misma necesidad, surgió la iniciativa de realizar una recorrida por las agencias del interior (de Mercedes, Paysandú, Salto y Tacuarembó) para compartir la estrategia de sustentabilidad, capacitar en cultura de atención y llevar el programa Uso Consciente del Dinero para que pueda implementarse con clientes.

Se generaron capacitaciones en las cuatro agencias del Interior con las que se alcanzó al 95% de sus colaboradores.

A partir de estos encuentros se impulsaron siete actividades vinculadas a Sustentabilidad en tres de las agencias.



(de izq. a der.) Federico Mezzera, Agostina Legnani, Stefania Rocca, Valentina Aguerre, Martín Castro



(de izq. a der.) Adriana Boschi, Agustín Lavecchia, Serrana Cuiligotti, Verónica Del Río, Valentina Aguerre, Agostina Legnani, Isabel Pereira, Martín Rodríguez



(de izq. a der.) Sofía Vilar, Manuel Belén, Jennifer San Pedro, Valentina Aguerre, Agostina Legnani, Carolina Sainz-Rasines, Pablo Arrieta

Principales acciones en nuestros focos de actuación

203-1, 203-2

A continuación se consolidan las principales iniciativas llevadas adelante en torno a los focos de nuestra estrategia. Buscamos desarrollar programas y actividades que contribuyan al objetivo de alinear la sustentabilidad con el negocio y con nuestro propósito.

🇺🇸 Educación financiera

En 2018 se continuó trabajando en los dos programas desarrollados en 2017: educación financiera para colaboradores del Banco y educación financiera para clientes y proveedores.

Educación financiera para colaboradores

Este programa tiene como objetivo que los colaboradores mejoren su conocimiento sobre los productos y beneficios del Banco como base para su desarrollo personal a mediano y largo plazo.

Las actividades se desarrollaron con base en la información relevada por un *focus group* realizado con los interesados en participar del equipo de trabajo y por una encuesta interna que permitió priorizar los principales temas de interés.

Los resultados obtenidos de esta encuesta fueron:

- 95% manifiestan su interés en temas de educación financiera
- 85% quieren recibir información y consejos sobre finanzas personales

• Los principales temas de interés son:

- Inversiones
- Prepararse para la jubilación
- Ahorro

En función de estos resultados se realizaron campañas internas sobre finanzas personales, productos y ahorro. Además, por segundo año consecutivo se realizó el taller de Inversiones dictado por los colaboradores de Itaú Personal Bank en el que ya han participado el 12% de los colaboradores.



Lucía Silva, Estefanía Royol, Gabriel Lamarque.

Durante 2018 se generaron algunos indicadores para monitorear el comportamiento financiero desde la implementación del programa.

- Las inversiones aumentaron un 7% con respecto a 2016
- El consumo con tarjetas de crédito aumentó 28% y la morosidad no se vio incrementada
- La morosidad promedio es 0%
- Aumentó un 4% la solicitud de créditos acordados
- Se incrementó 48% la solicitud de préstamos hipotecarios.

tips Educación financiera Planificación

Siempre hay oportunidades de ahorro. Clasifica tus gastos en fijos, variables y superfluos, visualiza tu presupuesto mensual e identifica qué gastos puedes recortar para generar un ahorro.

Con un buen presupuesto de gastos podrás ordenar tus finanzas. En tu presupuesto debes aparecer todos los gastos mensuales: comida, educación, vivienda, transporte, salud, y el porcentaje que destinamos a cada uno de ellos. Así te permitirá registrar y ordenar el destino de tu dinero.

Prevé un Fondo de Emergencias. Paga un monto mensual de ahorro que te permita contar con un resguardo para afrontar emergencias que puedan surgir de una suma importante de dinero.

Si tienes que pedir un préstamo para comprar algo, hazte estas preguntas:

- ¿Para qué necesito el dinero?
- ¿Es realmente necesario?
- ¿Qué porcentaje de tus ingresos gastas por mes?
- ¿Es el mejor momento para pedir el dinero?
- ¿Puedo hacer frente al pago de la cuota?
- ¿Puedo un préstamo para comprar una casa tener sentido, pero pedir un préstamo para comprar ropa o hacer regalos, ¿o tiene?

Haz crecer tu dinero Si tienes ahorros y no pensás gastarlos siempre es aconsejable. Hay muchas opciones y con diversos riesgos. Contactate con Itaú Personal Bank para que te orienten de acuerdo a tus necesidades (pueden ser letras, bonos, acciones, etc).

tips Educación financiera Tarjetas

Llevá un mayor control de tu dinero y acumulé miles. Realizando todos los gastos posibles con tu tarjeta de crédito o débito.

Evitá pagar recargos y generá intereses a favor en tu cuenta. seleccioná el pago de tus tarjetas de crédito a débito automático.

Asegurá que el vencimiento de la tarjeta coincida con la fecha de cobro para que tu cuenta tenga saldo. Podés pagar como si en tu tarjeta hubiera un día 4 en tu tarjeta Master Card.

Si algún mes se complica, ordená tus pagos de la siguiente manera: primero cubrí los mínimos en ambas monedas, luego los pesos y por último los dólares; la tasa de interés en pesos es más alta que la de dólares. Realizá esto únicamente en caso de dificultad, ya que los intereses por no pagar son altos.

Usá los planes de pago para bienes como electrodomésticos o un servicio cualquier otro que necesites. Usá el plan de 12 meses. Si usás el plan de 24 meses, el interés por el tiempo de consumo incrementa. Tal como comerte un plato.

Chequeá que las cuotas sean sin recargo (si usás compras algo y te ofrecen plazos en la tarjeta de crédito. A veces, por tenerlo más placentero cobran más).

Evitá atrasos y ganá miles Por tus servicios en débito automático.

Educación financiera para clientes y proveedores

El programa tiene como objetivo ofrecer información relevante sobre el uso de herramientas financieras, para que las personas tengan una relación saludable con el dinero. También busca brindar herramientas y capacitación para que las empresas mejoren su gestión.



Charla de educación financiera en Unilever dada por Martín Prieto (Hola!Itaú) y Federico Ahlers (Agro)

Por segundo año consecutivo se implementaron las charlas de Uso consciente del dinero dictadas por voluntarios de Itaú. Se realizaron siete charlas a proveedores y once a empresas clientes.

18 charlas

350 participantes, 31 voluntarios

Duplicamos la cantidad de personas impactadas (respecto a 2017)



Charla de educación financiera en Shopping Tres Cruces dada por Federico Ahlers (Agro) y Andrea Tejeira (Ag. Ciudad Vieja)

Una novedad fue que por primera vez se desarrollaron estas charlas para empresas clientes del Interior del país, en particular en la agencia Tacuarembó.



Charla de educación financiera en Ag. Tacuarembó dada por Verónica Del Río y Agustín Lavecchia

Por otro lado, para clientes Pymes se llevó a cabo la 4ª edición del ciclo de charlas Pymes en alianza con la Escuela de Negocios de la Universidad de Montevideo IEEM. Este año se realizaron cuatro charlas sobre gestión empresarial, en las que participaron 130 clientes.

Educación financiera para la comunidad

Durante 2018 se trabajó junto con DESEM para adaptar el contenido de las charlas de Uso consciente del dinero para jóvenes.



Charla de educación financiera en ANIMA junto con DESEM



Charla de educación financiera en UTU Mercedes junto con colaboradores de Ag. Mercedes: Pablo Arrieta, Manuel Belén y Jennifer San Pedro

A partir de dicha adaptación, se dictaron charlas en ANIMA, UTU de Mercedes y Salesianos de Salto.

Por otra parte, se generó el micrositio web de Uso consciente del dinero para compartir notas con contenido relevante y herramientas que sirvan a las personas para reflexionar y organizar sus finanzas personales.

Esto fue comunicado y difundido a través de las redes sociales del Banco.

www.usoconscientedeldinero.com.uy



Diversidad

En la entidad controlante existe un fuerte compromiso con el respeto a los derechos humanos y la diversidad. Desde esa visión estratégica, ha generado políticas y compromisos voluntarios para trabajar junto con instituciones internacionales referentes que garanticen y velen por el respeto de dichas normas.

Alineados con este foco, en Uruguay adherimos en 2017 al Pacto Global de las Naciones Unidas, posicionándonos como el primer banco privado en nuestro país en firmar dicho compromiso. Además, realizamos un primer diagnóstico de la situación de género a la interna del Banco utilizando la Herramienta Empresarial de Género WEP. Con base en dichos resultados y motivados en mejorar la gestión, desde la Dirección del Banco se entendió la pertinencia de adherir a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEP, de ONU Mujeres), en diciembre de 2017, siendo el primer banco en Uruguay en suscribir a este compromiso.

Durante 2018, se definió trabajar con foco en inclusión y género, para lo cual se realizaron acercamientos con distintas organizaciones que nos permitieran vincularnos con experiencias referentes en estos temas. También se incorporaron gradualmente criterios de diversidad en campañas de marketing, comunicación interna y programas de sustentabilidad.

En relación con la inclusión de personas con discapacidad, integramos el grupo de trabajo interempresarial de discapacidad liderado por DERES y participamos en el lanzamiento de la *Guía para la inclusión de personas con discapacidad en empresas*.

Desde el Banco se sigue trabajando en acciones y procesos que nos permitan definir una estrategia.

Mujeres en Movimiento

Desde el grupo de trabajo Mujeres en Movimiento nos planteamos el desafío de implementar en el Banco una gestión y planificación con perspectiva de género para los distintos grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores y comunidad. Para ello buscamos conocer y entender las necesidades, las barreras y las oportunidades que tienen las mujeres en los distintos ámbitos de manera de encontrar soluciones que permitan al Banco continuar con sus esfuerzos de fomento de igualdad de oportunidades.

1. Emprendedurismo femenino

a) Más Emprendedoras

Más Emprendedoras es un programa ejecutado por la Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU). Busca incrementar la competitividad de los emprendimientos femeninos en Uruguay, promoviendo la creación y el desarrollo de empresas lideradas por mujeres. Aspiran a que más mujeres se animen a emprender, y también lograr que aquellas mujeres que transiten por el programa sientan un diferencial en sus emprendimientos y en su rol como emprendedoras.



Florencia Lecueder (Marketing) junto al resto del jurado de Más Emprendedoras.

Desde Itaú apoyamos al programa Más Emprendedoras desde 2015. Para ello nuestras colaboradoras participan voluntariamente como mentoras y expositoras en las mentorías grupales e individuales, en temáticas específicas que enriquezcan el desarrollo de las emprendedoras. Además, generamos talleres de capacitación adicionales y promovemos la participación de expertos durante el Seminario Más Emprendedoras. En 2018 participó de dicho seminario Lucía Cabanas, gerente de Marketing y Sustentabilidad de Itaú y directora ejecutiva de Fundación Itaú. También promovemos internamente la participación de nuestras colaboradoras en este programa.

En 2018 dos colaboradoras fueron mentoreadas durante el primer semestre.



b) Voces Vitales

En 2018 apoyamos por primera vez la Caminata de Mentoreo impulsada por Voces Vitales que tiene como misión fortalecer el liderazgo de las mujeres de nuestro país para impulsar el crecimiento de sus comunidades. Las caminatas de mentoreo se realizan mundialmente en conmemoración del Día de la Mujer y tienen como objetivo demostrar la importancia del liderazgo de las mujeres en el mundo y conectar a mujeres líderes establecidas con líderes emergentes

en sus comunidades. Buscan generar un espacio común donde intercambiar información y experiencias, fortalecer capacidades y brindar herramientas a jóvenes con potencial de liderazgo.



Lucía Cabanas (Gerente de Marketing y Sustentabilidad) en el Seminario de Más Emprendedoras.

En esta oportunidad participaron de la caminata cuatro colaboradoras como mentoras (directora de Área de Personas, gerente de Marketing y Sustentabilidad, encargada del Programa Social de Fundación Itaú, encargada del Programa Cultural de Fundación Itaú) y una colaboradora como mentoreada (responsable de Sustentabilidad). En total la caminata involucró a 93 mentoreadas y 56 mentoras.

c) Programa Itaú para emprendedoras de la moda

Inspirados en los *Business Angels*, agentes inversores que buscan, creen y apoyan proyectos innovadores, Itaú lanzó en 2013 un programa de apoyo a las mujeres emprendedoras de la moda que busca incentivar el talento de los jóvenes diseñadores, ofreciéndoles mayor difusión, apoyo y asesoramiento financiero.

El Programa Itaú lleva seis ediciones; cada una de ellas se desarrolla a modo de concurso donde hay una consigna, las diseñadoras se presentan y tienen que defender sus ideas frente a un jurado. Este año la consigna fue una jornada entera de

trabajo en la que las participantes tenían que pensar sobre el futuro de sus marcas, con una mirada colaborativa y sustentable. Contaron con mentores expertos que las orientaron en sus proyectos. Estos iban desde la reutilización de desechos a soluciones para su cadena productiva, cambios en la mano de obra o planes de RSE, entre otros.

Las ganadoras del programa contaron con participación en las campañas de 25% de moda de Itaú durante el 2018, fueron una de las marcas de la campaña de Moweeek en octubre, tuvieron un stand en la edición de octubre de Moweeek, mentoría orientada a impulsar el negocio según necesidades de la marca, difusión en prensa y un préstamo en condiciones preferenciales.

Además, el Banco también tiene en cuenta a estas emprendedoras para la compra de algunos de sus regalos empresariales.

2. Sensibilización y capacitación interna

a) Mirada de género desde la cultura

En el mes de la mujer invitamos a colaboradores, clientas, proveedoras y emprendedoras sociales y culturales a una función especial de la obra *Simone, Mujer Partida* que tiene el apoyo de Fundación Itaú. Esta obra es un monólogo y tributo a Simone de Beauvoir que combina aspectos biográficos y de su pensamiento filosófico, y contó con la actuación de Gabriela Iribarren y la dirección de María Dodera. Al finalizar se generó un espacio de intercambio y reflexión liderado por un panel en el que participaron Gabriela Iribarren, María Dodera, Stella Elizaga (encargada del Programa Cultural de Fundación Itaú) y Lucía Cabanas (gerente de Marketing y Sustentabilidad de Itaú y directora

ejecutiva de Fundación Itaú). En esta instancia participaron más de 50 mujeres.



Gabriela Iribarren, María Dodera, Stella Elizaga, Lucía Cabanas (Fundación Itaú).

b) Capacitaciones de ONU Mujeres

En el marco de la firma de los WEP se realizaron durante el segundo semestre dos instancias de capacitación interna en temas de género dictadas por el equipo técnico de ONU Mujeres.

Se realizó una primera instancia exclusivamente para el Comité Gerencial en la que participaron todos los directores del Banco. El objetivo fue generar una primera sensibilización en temas de género en el ámbito empresarial, conocer el estado de situación en relación con las brechas de género y estrategias y buenas prácticas.

Luego se realizó una segunda capacitación para los miembros del Comité de Sustentabilidad y los distintos grupos de trabajo vinculados al área. Participaron de esta instancia 15 colaboradores.

c) Foro WEP en San Pablo

En agosto se realizó el foro “Principios de Empoderamiento de las Mujeres 2018: Un diálogo entre la Unión Europea y los países de América

Latina y el Caribe” en el que participaron dos colaboradores: la responsable de Marketing y el responsable de Experiencia del Colaborador de Itaú.



Florencia Lecueder, Diego Castillo.

El foro duró dos días y tuvo como objetivo inspirar al sector privado para que continúe trabajando por la igualdad de género, así como también reconocer y visibilizar los avances y buenas prácticas de las empresas signatarias de los WEP, especialmente en Brasil, que lidera los esfuerzos de promoción de los principios en la región. También se buscó dialogar sobre prácticas gubernamentales de promoción del empoderamiento económico de las mujeres, a través de ejemplos concretos como lo son las compras sensibles al género y el fortalecimiento de las capacidades de mujeres emprendedoras.

d) Ciclo WEP

Durante 2018 contamos con la participación de diez colaboradores a lo largo de los tres talleres incluidos en el Ciclo de Talleres WEP organizado por ONU Mujeres Uruguay. En el taller “Cómo ser parte del

cambio” una de los expositores fue Lucía Cabanas, quien contó cómo fue su proceso de incorporación de la perspectiva de género en Itaú.



3. Diagnóstico y planificación WEP

A partir del diagnóstico realizado con la Herramienta Empresarial de Género WEP, se trabajó en analizar los desafíos que surgían de la evaluación para identificar oportunidades. Este análisis fue llevado adelante por las áreas de Marketing y Sustentabilidad, Área de Personas y Fundación Itaú. A partir de allí, se amplió el enfoque de trabajo en función de los cuatro frentes que propone la herramienta: liderazgo y estrategia, lugar de trabajo, mercados y comunidad. Este giro permitió asignar un área responsable para cada frente, estructurar la práctica de manera tal de incorporar la mirada de género, y definir el foco en cuatro grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores y comunidad.

El análisis implicó también la construcción de indicadores, la ponderación de las acciones a llevar a cabo y la priorización para el armado de un plan de acción en 2019.

Leé para un Niño

Este programa busca fomentar la lectura como herramienta básica, para la construcción de los procesos de aprendizaje y educación.

En Uruguay, el 8% de la población total está conformada por niños de entre 0 y 5 años. Este porcentaje equivale a 275.659 niños, de los cuales casi uno de cada cinco nace en situación de pobreza (Instituto Nacional de Estadística, 2015).



Leé
para un
niño

Los indicadores de desarrollo infantil muestran que el principal problema en la primera infancia es el retraso del crecimiento. El 20% de los niños menores de 4 años presentan algún grado de alteración en su desarrollo psicomotor (Encuesta de Nutrición, Desarrollo Infantil y Salud [ENDIS], 2016 y 2018). En relación con los hábitos de lectura, en uno de cada diez hogares no hay libros (ENDIS, 2018).

Según la neurociencia y la neuroeducación, la lectura es un hábito clave en el desarrollo del aprendizaje, promueve la dimensión de la adquisición del lenguaje y la dimensión fortalecedora del vínculo niño/adulto como base emocional imprescindible para su futuro desarrollo. En la primera infancia, la lectura del adulto al niño genera interacciones de calidad que garantizan las condiciones para la mejora en el

aprendizaje y en el lenguaje. La importancia del desarrollo del lenguaje desde etapas tempranas responde a que es el principal mediador entre la persona y su entorno.

El programa involucra a colaboradores, clientes, comunidad y sector público, con el objetivo de crear conciencia social sobre la importancia de la lectura en la primera infancia, inspirar un nuevo comportamiento en las personas y unir agentes de transformación en pos de una misma causa. Su implementación es llevada a cabo por un equipo de trabajo integrado por distintas áreas, ya que el cumplimiento de los objetivos requiere de la articulación de: Marketing, Sustentabilidad, Fundación Itaú, Área de Personas y Calidad.

Con el fin de continuar el trabajo de concientización iniciado en 2016, durante 2018 se trabajó en profundizar y fortalecer las bases del programa. Para ello se realizaron capacitaciones con distintos expertos vinculados a la temática. A comienzos de año se desarrolló la capacitación "Aprender a leer para aprender a crecer: desafío de todos" dictada por Ariel Cuadro, magíster en Psicología Educacional y especialista en dificultades del aprendizaje.

Para cerrar el año se llevó a cabo un taller dictado por las sociólogas Micaela Cal y María Gutiérrez con el fin de conocer la situación de la primera infancia en Uruguay, ahondar en las políticas públicas vigentes para la primera infancia y fortalecer al equipo de trabajo que lleva adelante el programa Leé para un Niño.



Arriba (izq. a der.): Daniel García, Alejandra Dalla Rosa, Hugo Placeres, Gabriel Sabaj, Valentina Aguerre, Lucía Gutierrez, Margarita Alvarez, Andrea Tejeira, Federica Morelli, Valeria Altamiranda. Abajo (izq. a der.): Magdalena Delpiazzo, Pilar Sorhuet, Laura Huertas, María José Faral, Agustina Legnani, Leticia Caballero, Matilde Ayala, Magdalena Palermo, Adriana Boschi, Sofía Chuayre

Por otra parte, se mantuvieron reuniones con instituciones y expertos referentes para validar la causa. Entre ellos se destaca el apoyo del Plan Nacional de Lectura de la Dirección de Educación del Ministerio de Educación y Cultura, las conversaciones mantenidas con Uruguay Crece Contigo, el relacionamiento con la Cámara del Libro y el trabajo conjunto con Niré Collazo, directora de la escuela de narradores orales Caszacuento del Teatro Solís, y con Susana Aliano, directora de la editorial infantil Más Pimienta. Desde nuestro programa de voluntariado, se desarrollan actividades de mediación de lectura en centros de primera infancia de contexto crítico para lo cual se capacita a los colaboradores como mediadores de lectura. Además, se instalan bibliotecas y se realizan donaciones de libros a centros educativos públicos de bajos recursos

Los libros son seleccionados y curados por expertos en literatura infantil para alinear los contenidos a los principales valores a trabajar en la primera infancia como lo son la autoestima, tolerancia, responsabilidad y cooperación. En 2018 se realizaron por primera vez actividades de lectura en el Interior.





172 horas

de actividades voluntarias de lectura



41

voluntarios involucrados



300

niños alcanzados



Se llevó a cabo el primer taller con clientes para abordar el tema de la lectura junto con expertos, que fue valorado muy positivamente por los participantes.

A través de activaciones que implicaron intervenciones en 20 espacios, se impactaron:



42.000

personas



2.500

libros donados



Cinco veces más ingresos a la biblioteca digital (en comparación con 2017)
271.000 visitas a los cuentos digitales

Para poder medir el impacto de la campaña, se realizó por segundo año un estudio con Nielsen que constató que el 51% de los encuestados vincula a Itaú con causas sociales.

La educación es uno de los pilares institucionales de actuación de Itaú y **Leé para un Niño fortalece el compromiso social en la causa país.**

Con el fin de poder construir un programa educativo con enfoque social sólido desde el punto de vista técnico, sobre fines de 2018 se trabajó para trasladar el liderazgo de Leé para un Niño a Fundación Itaú. De esta manera se buscará profundizar las bases conceptuales, la articulación con organizaciones del sector público y ampliar el impacto.



Voluntariado

El Programa de Voluntariado Corporativo busca inspirar a los colaboradores para generar cambios reales y oportunidades de desarrollo para la comunidad. Los focos de trabajo son educación y aprendizaje y mejora de las condiciones de vida. Se destacan en 2018 las acciones de mediaciones de lectura para el programa Leé para un Niño; las charlas de educación financiera mencionadas anteriormente y la construcción de 6 casas para la organización Techo.



En total se realizaron **24** acciones de voluntariado



se movilizaron **156** voluntarios



se invirtieron más de **800** horas voluntarias



Diálogo y transparencia

102-46, 102-47

Reporte de sustentabilidad 2017

El reporte de sustentabilidad es una pieza clave en la construcción del banco que queremos ser: un banco abierto, cercano y que genere vínculos de largo plazo basados en la confianza. Es una herramienta de gestión que nos permite visualizar la empresa como un todo, para tomar decisiones a consciencia e implementar las medidas necesarias que se alineen con nuestro propósito de estimular el poder de transformación de las personas.

En 2018 asumimos el compromiso y la responsabilidad de publicar nuestro primer reporte de sustentabilidad bajo la metodología de Estándares GRI correspondiente al período 2017. El proceso implicó un trabajo en conjunto y transversal en la organización.

Para la construcción del reporte, se realizó por primera vez un análisis de materialidad en el que se involucró al Comité Gerencial, al 32% de los colaboradores, a más de 200 clientes y a una selección de proveedores estratégicos.

El proceso de Reporte implicó además la participación de 25 colaboradores pertenecientes a las siete direcciones del Banco.

Comenzamos el proceso con instancias de capacitación y a partir de estos intercambios, se logró generar un movimiento que unió a todas las direcciones del Banco tras un fin común. De esta manera fortalecimos las bases de nuestra cultura de sustentabilidad, generamos conciencia acerca de la importancia de una visión integral del negocio, dimensionamos los resultados que somos capaces de generar a partir del trabajo conjunto y fomentamos el orgullo de pertenecer al reflejar en el reporte la gestión de toda la empresa.

Grupos de interés

102-40; 102-42

Nuestros principales grupos de interés son: clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, sociedad, medio ambiente y medios de comunicación. Para cada público se estableció un objetivo.

Para cada público se estableció un objetivo que orientara los esfuerzos dedicados al mismo.

Clientes:

agregar valor a la experiencia de marca posicionando a Itaú como empresa líder en satisfacción de los clientes y comprometida con la sustentabilidad.

Colaboradores:

generar cultura de sustentabilidad en colaboradores fomentando su participación e involucramiento.

Sociedad:

alinear a la estrategia de sustentabilidad aquellos temas que sean relevantes para la comunidad local y sinérgicos con el negocio, haciendo foco en las organizaciones con las que trabaja actualmente Fundación Itaú.

Proveedores:

incorporar la mirada de sustentabilidad al relacionamiento y gestión de proveedores.

Medio ambiente:

identificar los temas ambientales relevantes de las operaciones directas e indirectas del Banco para desarrollar y ejecutar un programa que permita generar conciencia, mitigar impactos negativos y ser eficientes en el uso de los recursos.

Medios de comunicación:

identificar oportunidades de desarrollo para potenciar la comunicación estratégica de nuestras operaciones y posicionarnos como referentes en los temas materiales del Banco.



Canales de comunicación

102-43

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 acerca de nuestra actuación. Por eso trabajamos en fortalecer y desarrollar canales y espacios de comunicación y participación.

Públicos de interés	Canales de comunicación	
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de denuncia de desvíos éticos. • Comités varios • Comunicaciones corporativas • Encuesta de clima “Pulso” • Eventos especiales / Desayunos • Portal del Colaborador 	<ul style="list-style-type: none"> • Portal interno <i>Retailnet</i> • Reportes de sustentabilidad • Reuniones de áreas • Revista digital mensual <i>Viviendo Itaú Unibanco</i> • Revista digital semanal <i>Nuestra semana</i> • Sitio institucional
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción de clientes • Encuesta de tracking de marca • Investigaciones y encuestas de opinión • Mailings institucionales • Notas de prensa 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Reporte de sustentabilidad • Reuniones / Eventos especiales • Sitio institucional • Sucursales y centros de atención
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Mailings institucionales • Redes sociales • Reporte de sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones periódicas • Notas de prensa • Sitio institucional
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Reporte de sustentabilidad • Reuniones con organizaciones aliadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Notas de prensa • Sitio institucional • Suplemento de Deres
Aliados	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos especiales • Mailings institucionales • Notas de prensa 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Reporte de sustentabilidad • Suplemento de Deres

Riesgos y oportunidades socioambientales

102 -11, 413-2, FS1, FS2

Los asuntos vinculados a riesgos y oportunidades socioambientales actualmente son liderados por el Área de Riesgos.

Durante el 2018, se continuó trabajando en un proyecto liderado por la entidad controlante, con el fin de alinear regionalmente las políticas, criterios y entrenamientos en temas asociados al otorgamiento de créditos.

Se realizó un mapeo de las garantías tomadas por el Banco y sus potenciales riesgos asociados. Se identificó que existe riesgo ambiental en inmuebles hipotecados a favor del Banco al tomar un inmueble contaminado o con pasivos ambientales como garantía. A partir de ello, se incorporó una cláusula genérica de riesgo ambiental en los contratos y se modificaron los cuestionarios de tasaciones para integrar la perspectiva ambiental a la hora de evaluar los inmuebles pasibles de garantía.

Por otra parte, a raíz del desarrollo del *Workflow*(*) de Créditos para Personas Jurídicas, se incluyó una casilla de verificación para identificar aquellos proyectos que apliquen para Principios de Ecuador.

(*)Workflow es una herramienta de Business Process Management que se utiliza para la automatización de procesos.

Compromisos voluntarios

102 -12

Con el fin de fortalecer el compromiso con el desarrollo sostenible, el Banco Itaú adhiere desde 2017 a las iniciativas Pacto Global de Naciones Unidas, Principios de Ecuador y Principios de Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres.

En 2018 se presentó la primera Comunicación para el Progreso (COP) requerida por Pacto Global, en la que se rinde cuenta de los avances vinculados a los principios del Pacto. También se trabajó en redefinir la gestión con perspectiva de género, al alinear la estrategia a los cuatro frentes de trabajo propuestos por los WEP.

Además, durante 2018 se trabajó en alinear y vincular la estrategia de sustentabilidad a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

La incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a la estrategia de sustentabilidad fue un aspecto esencial que permitió profundizar la gestión del área y alinearla a un compromiso internacional. Para ello se analizaron los distintos programas y actividades impulsadas desde el área, con el fin de entender las metas específicas de los distintos ODS a las cuales estamos aportando. A partir de este análisis se identificaron los ODS prioritarios para el Área de Sustentabilidad:

