



# Reporte de Sustentabilidad 2016

## Información general

[G4-3] - [G4-5] - [G4-7] - [G4-31]

**Razón social:**

Itaú Corpbanca

**Régimen de propiedad:**

Sociedad anónima bancaria.

**Domicilio sede central:**

Av. Presidente Riesco 5537, Las Condes

**Sitio web:**

[www.ita.cl](http://www.ita.cl)

**Itaú Phone:**

(600) 686 0888

**Diseño y contenidos:**

[www.gestionsocial.cl](http://www.gestionsocial.cl)



# Contenidos



06

Bienvenido a nuestro nuevo banco



08

Somos Itaú



24

Cultura, mérito y desarrollo



32

Compromiso con nuestros clientes



42

Responsabilidad con nuestro entorno



58

Índice GRI





# Bienvenido a nuestro nuevo banco

[G4-1]

Los invito a leer el primer Reporte de Sustentabilidad del nuevo banco, el que resume todo el trabajo realizado durante 2016 para generar valor compartido para colaboradores, clientes, accionistas y la sociedad en general.

El 2016 fue un año bastante particular para nosotros, iniciamos el proceso de fusión por el que estaremos transitando los próximos dos años. Sumado a esto, la desaceleración que ha traído la economía el último tiempo continuó con fuerza, lo que produjo un ciclo económico más flojo e impactó en todas nuestras líneas de negocio.

Frente a este escenario complejo, fuimos a hablar con los inversionistas, con el mercado y a explicar lo que pasaba, como reflejo de nuestra manera de manejar las cosas, con transparencia y apertura.

Estas mismas dificultades las tomamos como una oportunidad. Atravesar un año con una economía más baja nos permitió enfocarnos con mayor fuerza en la fusión y nos brindó la oportunidad de situarnos como un banco nuevo, con un gobierno corporativo también nuevo, que privilegia una visión de largo plazo y la búsqueda de resultados sostenibles.

En Chile somos un banco de seis mil colaboradores, con una capacidad importante para hacer crecer el mercado laboral y la economía local. Por ende, en la medida que mejoremos nuestros resultados, mayor será nuestro aporte tributario, lo que también tiene un efecto positivo en la economía.

Todo esto ha ido acompañado de un cambio cultural que nos ha permitido instalar los valores de Itaú entre todos quienes integramos este nuevo banco. Somos fanáticos de la performance y buscamos resultados, pero no a cualquier costo. Trabajamos para lograr que éstos sean sostenibles y esa es la manera como Itaú crece.

Sabemos que durante este proceso que hemos atravesado, el banco ha estado con una mirada más hacia adentro que hacia afuera, pero el foco sigue estando en los resultados y, por sobre todo, en nuestros clientes, porque son ellos quienes están en el centro de todas nuestras decisiones. Queremos ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de los clientes, esa es nuestra visión, y el desafío está en estimular el desarrollo social, ambiental y económico de forma equilibrada, responsable y sustentable. Para lograrlo, nos comprometemos a guiar nuestro actuar bajo determinados focos estratégicos, además de apoyar grandes causas como la movilidad urbana, la cultura, el deporte y la educación.

Buscamos servir como un agente de transformación, por lo que procuramos estar conectados con nuestros socios y aliados para orientar nuestro accionar de acuerdo a principios y valores universales. En esta línea, mantenemos nuestro compromiso con la Red Chilena de Pacto Global, iniciativa de Naciones Unidas que llama a las compañías a adoptar diez principios universales relacionados

con los derechos humanos, las normas laborales, el medioambiente y la anticorrupción.

Durante 2016 desarrollamos un intenso trabajo de cultura y gobierno corporativo, lo que nos permitió terminar el año alcanzando los objetivos propuestos y enfrentar un 2017 con un banco ordenado, con roles y responsabilidades bien delimitadas y una plana ejecutiva comprometida con nuestros objetivos estratégicos.

En 2017 continuaremos enfocados en nuestra fusión e integración. Queremos ser un aporte a la sociedad, por lo que seguiremos orientados en nuestras causas y focos estratégicos, para lo que aprovecharemos no sólo lo que hacemos en Chile, sino que también nuestra plataforma de sustentabilidad en Brasil.

Seguiremos construyendo un banco que entrega resultados a todos los stakeholders en el largo plazo, un banco que pone en práctica sus valores y cuya ética es innegociable. Tenemos la visión de quedarnos en los mercados en los que entramos. Por eso, nuestro gran desafío es ser un banco chileno con una matriz brasileña, y aprovechar todo lo que ella puede aportar. Trabajaremos con mucha humildad para posicionarnos en Chile como un banco que está para crecer con los clientes y ocupar el espacio que queremos.

Cordialmente,  
**Milton Maluhy Filho**





# 1. Somos Itaú



# Visión global [G4-4] - [G4-6] - [G4-9]

## Itaú Unibanco

El mayor banco privado de América Latina y uno de los 15 más grandes del mundo, con una capitalización de mercado que alcanza a US\$67.303 millones, más de 60 millones de clientes en Latinoamérica, Europa y Asia, un equipo compuesto por más de 94 mil colaboradores, 5 mil sucursales y 46 mil cajeros automáticos.

**Itaú en Chile:**  
5.903 colaboradores<sup>1</sup>  
224 sucursales  
502 cajeros automáticos  
340 mil clientes  
mayoristas y minoristas  
11,4% participación de  
mercado en Chile

**Itaú en Colombia:**  
3.675 colaboradores<sup>2</sup>  
174 sucursales  
180 cajeros automáticos

<sup>1</sup> Información correspondiente al 31-12-2016, que considera las operaciones del banco y sus filiales en Chile.

<sup>2</sup> Información correspondiente al 31-12-2016, que considera la operación en Colombia y sus filiales de Colombia y Panamá.

## Nuestros productos y soluciones financieras:

Para las **personas:**

- Cuenta corriente
- Tarjetas de crédito
- Línea de crédito
- Créditos
- Crédito hipotecario
- Inversiones
- Mesa de dinero
- Seguros

Para las **empresas:**

- Cuenta corriente
- Tarjetas de crédito
- Financiamiento
- Mesa de dinero
- Seguros empresa
- Inversiones
- Cash management
- Corporate finance

## 1.1 Nuestra identidad

[G4-56]

Somos Itaú, un banco que construimos todos, hecho a nuestra manera.

Perseguimos un gran sueño, guiados por nuestra visión de ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes.

Cada uno de nosotros es responsable de entregar lo mejor, agregando valor a nuestros actuales y futuros

clientes, porque las personas son lo más importante para nosotros y creemos que con las actitudes adecuadas podemos lograr mucho más que buenos resultados: podemos transformar el mundo.

Somos un gran equipo y todos somos protagonistas. Así es como lo hacemos y resulta<sup>3</sup>.

### Nuestra visión

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

Una performance sustentable significa generar valor compartido para colaboradores, clientes, accionistas y sociedad en general, garantizando la sustentabilidad de nuestros negocios y asegurando la satisfacción de nuestros clientes.

<sup>3</sup> Para más información sobre nuestra cultura corporativa, revisar el capítulo 2 del presente reporte: "Cultura, mérito y desarrollo".

## Nuestra manera

\_sólo es bueno para nosotros si es bueno para el cliente\_

\_fanáticos de la performance\_

\_las personas son todo para nosotros\_

\_el mejor argumento es lo que vale\_

\_simple. siempre\_

\_pensamos y actuamos como dueños\_

\_la ética es innegociable\_

## Un nuevo banco hecho para ti

Nacimos de la fusión de dos importantes bancos en Chile. Uno, el banco más antiguo del país, con 145 años de historia desde sus inicios en la ciudad de Concepción. El otro, a 10 años de su desembarco en Chile y con más de 90 años de historia en Brasil.

Juntos, al servicio de nuestros clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad, nos convertimos en el cuarto banco privado más grande de Chile y en una de las instituciones financieras más sólidas en América Latina.

Así, nuestra estrategia está dirigida a otorgar soluciones integrales que satisfagan las necesidades de los distintos segmentos de clientes que atendemos, tanto en Chile como en Colombia, así como a través de la Sucursal Nueva York, las filiales en Panamá y la Oficina de Representación en España.



**Junio:** en Junta Extraordinaria de Accionistas, Corpbanca aprobó la fusión con Banco Itaú Chile sujeta a la condición de que fuese aprobada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.

**Marzo:** (G4-13) en sesiones extraordinarias de Directorio de CorpBanca y Banco Itaú Chile, ambos bancos confirmaron el cumplimiento de las condiciones a que quedó sujeta la fusión y fijaron como fecha de materialización el 1 de abril de 2016.

**1 Abril:** Legal Day One (LD1), se materializó la fusión entre Corpbanca y Banco Itaú Chile, cambiando su razón social por la de Itaú Corpbanca<sup>4</sup>.

2015

2016

**Septiembre:** la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras aprobó la fusión de Corpbanca con Banco Itaú Chile, mediante la incorporación del segundo al primero.

**Agosto - octubre:** durante el tercer trimestre comenzó la migración de clientes y de la red de sucursales Corpbanca. En octubre se inició la primera ola de migración y segmentación masiva de clientes, y con ello comenzó el recorrido para operar bajo una única marca.

**Noviembre:** traslado de los primeros equipos de trabajo a su nueva casa, el edificio corporativo Nueva Las Condes.

<sup>4</sup>El nombre de la sociedad anónima especial bancaria será "ITAÚ CORPBANCA", pudiendo utilizar también para fines comerciales y publicitarios indistintamente los nombres de fantasía "BANCO ITAÚ" e "ITAÚ".

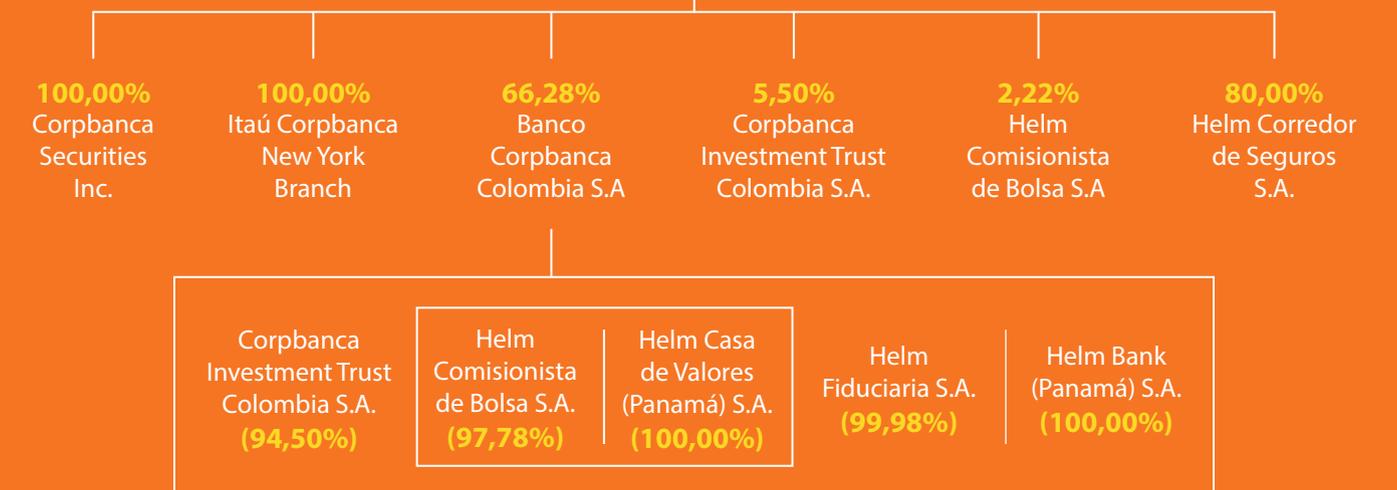
## Mercado nacional

### Itaú Corpbanca



## Mercado extranjero

### Itaú Corpbanca



## Desempeño económico y crecimiento [G4-EC1]

A partir de la fusión, pasamos a ser el cuarto banco más grande del país en colocaciones totales y una de las instituciones financieras mejor capitalizadas en Chile. Sin embargo, y a pesar de nuestras fortalezas, el 2016 fue un año complejo. Nuestros resultados financieros se vieron afectados, en parte, por los costos propios de una fusión de esta envergadura y también por el ciclo económico.

Si bien se trata de resultados dentro de los pronósticos esperados para un ejercicio particular como fue

2016, terminamos este periodo muy conformes con los desafíos que enfrentamos y los logros alcanzados.

Ahora enfrentamos el 2017 con optimismo, considerando que somos una institución financiera con objetivos claros, sólida patrimonialmente, con una plana ejecutiva de primer nivel en la industria y con accionistas que tienen prestigio y reconocimiento en el sector, tanto en Chile como en el extranjero.

Para lograr nuestros objetivos estratégicos, hemos puesto en marcha iniciativas robustas, tales como un nuevo modelo de segmentación de

clientes, de forma tal de asegurar óptimos niveles de satisfacción en productos y servicios acordes a las necesidades de cada uno de ellos.

De esta forma, esperamos seguir creciendo en el negocio mayorista porque es parte de nuestro ADN, pero también lograr un crecimiento minorista por encima del mayorista, de manera de lograr resultados sustentables. El desafío constante de lograr el liderazgo en performance nos hizo llegar donde estamos y seguirá guiando a nuestra empresa en dirección a sus objetivos.

## Desempeño económico y crecimiento

### ¿Por qué es relevante?

Lograr un crecimiento sostenible en el tiempo depende directamente del desempeño económico que mostremos en nuestra operación ordinaria. Es así como, a través de la eficiencia y el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, nos consolidaremos como actor relevante en el mercado nacional y regional.

### ¿Cuál es el objetivo?

En los próximos cinco años queremos tener un equilibrio distinto entre el negocio minorista y mayorista. Nuestro objetivo es seguir creciendo en el negocio mayorista porque es parte de nuestro ADN, pero también queremos lograr un crecimiento minorista por encima del mayorista, que nos permita ser el banco principal de nuestros clientes.

### ¿Cómo se gestiona?

A través de la creación de una nueva segmentación y de una nueva propuesta de valor a nuestros clientes, con dos focos en banca personas: Personal Bank e Itaú. Son distintos los desafíos y las metas que cada una de las redes tiene, pero ambas nos generan importantes contribuciones. Con este nuevo modelo de negocio y con esta nueva segmentación, seremos capaces no sólo de retener a nuestros clientes actuales, sino que también de hacer crecer la base y atraer nuevos clientes al banco.

### ¿Para qué grupo de interés es más relevante?

Para todos nuestros grupos de interés.

## Valor económico directo generado y distribuido año 2016<sup>5</sup> (MM\$)

### Valor económico generado (A)

Ingresos \$ 778.657

### Valor económico distribuido (B)

Gastos operativos \$ 224.754

Sueldos y prestaciones a colaboradores \$ 245.665

Pagos a proveedores de capital \$ 156.251

Pagos a gobierno \$ 21.387

Inversiones en comunidades<sup>6</sup> \$ 4.226

### Valor económico retenido

Diferencia (A-B) \$ 126.374

## 1.2 Gobierno corporativo

[G4-34] - [GC2] - [GC3]

Nuestro gobierno corporativo se encarga de cumplir con la visión institucional, definir estrategias, tomar decisiones y monitorear la relación del banco con sus diferentes grupos de interés, asegurando la creación de valor sustentable y teniendo como pilar fundamental el respeto y la aplicación de la transparencia y la ética. Su funcionamiento y atribuciones se encuentran regulados por la normativa local vigente y por el pacto de accionistas firmado a partir de la fusión, entre Itaú Unibanco- controlador del banco- y CorpGroup.

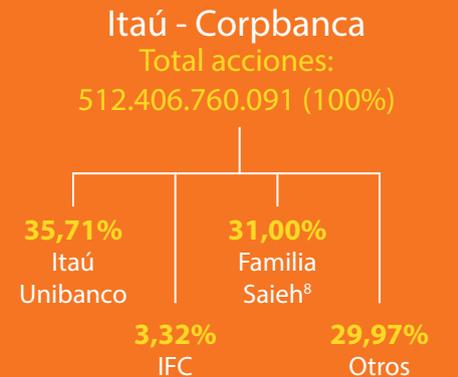
Así, el Directorio de Itaú, órgano superior de gobierno del banco, está conformado por once miembros titulares y dos suplentes, designados por la Junta de Accionistas, y sesiona ordinariamente una vez al mes.

Por acuerdo de los dos principales accionistas, nuestro Directorio cuenta con cuatro directores que cumplen con los requisitos para ser considerados independientes; dos de ellos fueron propuestos por los controladores y dos por inversionistas institucionales.

<sup>5</sup> Este cuadro se hizo sobre la base de los estados financieros consolidados a diciembre de 2016 y, por consiguiente, considera las operaciones completas del banco y sus filiales, tanto en Chile como Colombia. Más información en [www.itaui.cl/relacion-con-inversionistas](http://www.itaui.cl/relacion-con-inversionistas).

<sup>6</sup> Este monto corresponde a donaciones y aportes que realizamos a proyectos sociales y comunitarios, los que se encuentran amparados en nuestra Política de Donaciones. En este mismo documento, nos comprometemos a no hacer contribuciones o gastos en organizaciones políticas, campañas, lobistas o gobierno.

## Accionistas % capital accionario total 31 diciembre 2016<sup>7</sup>



Tenedores de ADRs e inversionistas extranj.	14,08%
Corredoras de Bolsa	6,45%
Grupo Santo Domingo	1,92%
Cias. de Seguros	1,31%
AFPs	0,54%
Otros accionistas minoritarios	5,67%

<sup>7</sup> Estructura de propiedad al 31 de diciembre de 2016. De acuerdo a la Ley General de Bancos, no se permite compartir emisiones para servicios de remuneraciones. Más información: [www.itaui.cl/relacion-con-inversionistas](http://www.itaui.cl/relacion-con-inversionistas).

<sup>8</sup> Incluye 182.125.023 acciones de Cía. Inmobiliaria y de Inversiones Saga SpA que están bajo custodia.

Nombre <sup>9</sup>	Cargo	Nacionalidad
Jorge Andrés Saieh Guzmán	Presidente <sup>10</sup>	Chileno
Ricardo Villela Marino	Vicepresidente	Brasileño
Jorge Selume Zoror	Director	Chileno
Fernando Aguad Dagach	Director	Chileno
Gustavo Arriagada Morales	Director <sup>11</sup>	Chileno
Eduardo Mazzilli de Vassimon	Director	Brasileño
Boris Buvinic Guerovich	Director	Chileno
Andrés Bucher Cepeda	Director	Chileno
Pedro Samhan Escándar	Director <sup>11</sup>	Chileno
Fernando Concha Ureta	Director <sup>12</sup>	Chileno
João Lucas Duchene	Director <sup>12</sup>	Brasileño
José Luis Mardones Santander	Director Suplente <sup>11</sup>	Chileno
Camilo Morales Riquelme	Director Suplente	Chileno

## Contamos con ocho comités directivos, en los que participan directores del banco, miembros de la alta administración y asesores externos.

Somos fanáticos de la performance, razón por la cual anualmente nuestro Directorio es sometido a una Encuesta de Autoevaluación, donde se considera la estructura, funcionamiento y desempeño de éste, el desempeño de la administración y evaluación de riesgos.

No contamos con una política que determine lineamientos específicos para la participación de los miembros del Directorio en otros órganos superiores de gobierno. No obstante, nos regimos por nuestra Política de Gobierno Corporativo, la cual toma en consideración no sólo disposiciones

legales nacionales y extranjeras, sino además los principios establecidos por la OCDE y el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, con el objeto de que nuestras actuaciones y decisiones corporativas se desarrollen en un ambiente de altos estándares y con la adopción de acciones socialmente responsables.

### Comités directivos [G4-34]

Contamos con ocho comités directivos, en los que participan directores del banco, miembros de la alta administración y asesores externos.

<sup>9</sup> Directorio de Itaú Corpbanca al 31 de diciembre de 2016.

<sup>10</sup> Su presidente no ocupa un cargo ejecutivo al interior de la compañía.

<sup>11</sup> Acogemos la definición de director independiente dada por la Ley de Sociedades Anónimas (N° 18.046), cuya principal característica es que no mantienen alguna relación con la sociedad, las demás sociedades del grupo del que ella forma parte, su controlador, ni con los ejecutivos principales de cualquiera de ellas.

<sup>12</sup> Directores independientes conforme a la Ley de Sociedades Anónimas (N° 18.046), Superintendencia de Valores y Seguros. Fuente: www.svs.cl



### Comité de Auditoría

Tiene por finalidad vigilar la eficiencia de los sistemas de control interno del banco y demás entidades que se encuentren en el ámbito de su competencia, y el cumplimiento de sus reglamentos y demás normativas internas. Además, se encarga de supervisar los distintos aspectos que involucran la mantención, aplicación y funcionamiento de los controles internos del banco, así como de vigilar atentamente el cumplimiento de las normas y procedimientos que rigen su práctica, como también debe tener una clara comprensión de los riesgos que pueden significar para la institución los negocios que realice.

El Comité de Auditoría debe reforzar y respaldar tanto la función de la Gerencia Corporativa de Auditoría, como su independencia de la administración, y servir a su vez de vínculo y coordinador de las tareas entre la auditoría interna y los auditores externos, ejerciendo también de nexo entre éstos y el Directorio.

### Comité de Directores

Tiene por finalidad, además de las funciones específicas que le entrega la ley, fortalecer la autorregulación del banco y demás entidades que se encuentren en el ámbito de su competencia, haciendo así más eficiente el desempeño del Directorio al incorporar una mayor fiscalización en las actividades que realiza la administración. Asimismo, le corresponde adoptar los acuerdos necesarios en protección de los accionistas, especialmente los minoritarios, debiendo examinar los sistemas de compensaciones de los ejecutivos y aprobar las transacciones relacionadas.

### Comité de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Cohecho (Comité PLD)

Tiene por finalidad principal la de planificar y coordinar las actividades de cumplimiento de las políticas y procedimientos de prevención del lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho, tomar conocimiento de la labor desarrollada por el Gerente de Cumplimiento, quien además ha sido designado como encargado de prevención en conformidad a la Ley 20.393, así como también adoptar los acuerdos tendientes a obtener mejoras a las medidas de prevención y control que éste proponga.

### Comité de Activos y Pasivos (Comité ALCO)

Tiene como finalidad principal dar cumplimiento a las directrices financieras establecidas por el Directorio. En este sentido, debe aprobar y hacer seguimiento a las estrategias financieras que guían al banco respecto de la composición de sus activos y pasivos, los flujos de ingresos y egresos y las operaciones con instrumentos financieros. Considera además las distintas alternativas disponibles para tomar las decisiones que permitan asegurar la más alta y sostenible rentabilidad compatible con un nivel de riesgo financiero coherente a la naturaleza del negocio, a las normas vigentes y los estándares.

### Comité Superior de Crédito

Tiene como objetivo aprobar las operaciones y materias sometidas a su conocimiento bajo los límites y procedimientos definidos, asegurando la aplicación y cumplimiento de las políticas de riesgo de crédito definidas por el Banco y bajo estricta sujeción a la normativa vigente.

### Comité de Cumplimiento

Tiene como finalidad principal definir, promover y velar por un comportamiento con altos estándares de excelencia profesional y personal de parte de todos los colaboradores de Itaú Corpbanca, y demás entidades que se encuentren en el ámbito de su competencia, el que en todo momento se ha de guiar por los principios y valores corporativos que dan cuenta de su espíritu, filosofía y buenas prácticas en los negocios. Del mismo modo, velar por la aplicación del Modelo de Cumplimiento Normativo, en el marco de las definiciones establecidas por este Comité, y tomar conocimiento de la labor desarrollada por el Gerente de Cumplimiento en estas materias, como también adoptar los acuerdos tendientes a obtener mejoras a las medidas de control que éste proponga.

### Comité de Gobierno Corporativo

Se definió como un órgano consultivo del Directorio que tiene por finalidad velar por la existencia y desarrollo de las mejores prácticas de gobierno corporativo para entidades financieras. Con tal fin, le corresponde evaluar las prácticas y políticas en ejecución, proponiendo y haciendo recomendaciones al Directorio de mejoras, reformas o adecuaciones y velando constantemente por la debida implementación y aplicación de dichas prácticas y políticas de gobierno corporativo.

### Comité de Gestión y Talentos

Fue constituido como un órgano principalmente asesor y consultivo en materias relativas a diversos aspectos vinculados con la gestión de personas y la administración de los recursos humanos del banco y demás entidades que se encuentren en el ámbito de su competencia.

## 1.3 Gestión de la ética

[G4-41] - [G4-SO4]

Nos comprometemos siempre con la excelencia y las buenas prácticas, creando relaciones de confianza y transparencia, basadas en nuestros lineamientos éticos.

Los conceptos de ética, anticorrupción y conducta que deben respetar todos los colaboradores y directores del banco y sus filiales, se basan en tres documentos principales: el Código de Conducta General, el Código de Ética y el Código de Conducta en los Mercados de Valores. Éstos reglamentan y fijan los principios en

el ámbito de conflictos de interés, confidencialidad y manejo de información privilegiada.

Somos especialmente cuidadosos en relación a nuestras operaciones. De esta forma, cualquier operación relacionada a créditos, inversiones, prestaciones de servicio u otro procedimiento en el que algún director, ejecutivo o accionista pueda tener un interés personal, sólo puede tener lugar en condiciones de mercado, siempre y cuando se establezca que no existe conflicto de interés.



### Comportamiento ético

#### ¿Por qué es relevante?

Un comportamiento basado en la ética es clave para mantener nuestra credibilidad como institución y la confianza de nuestros colaboradores, clientes, accionistas y sociedad en general. La ética para nosotros es innegociable, tal como lo establece "Nuestra Manera".

#### ¿Cuál es el objetivo?

Ejercer nuestro liderazgo de forma transparente y responsable, comprometidos con la sociedad y con las mejores prácticas de gobernanza y gestión. Hacer lo correcto, sin trampas ni atajos.

#### ¿Cómo se gestiona?

La Gerencia de Cumplimiento vela por la observancia de nuestros diferentes reglamentos de conducta internos, contando dentro de su estructura organizacional con un área de dedicación exclusiva para la supervisión de estas materias.

#### ¿Para qué grupo de interés es más relevante?

Para todos nuestros grupos de interés.



#### Mecanismos de asesoramiento ético y denuncias [G4-57]

Contamos con distintas herramientas para apoyar la difusión y entendimiento de nuestros valores y principios, y promover así el comportamiento ético de nuestros colaboradores. La primera de ellas es la jornada de inducción a todos los nuevos colaboradores, instancia en la que se da a conocer la visión y cultura del

banco, se refuerza la relevancia que la ética tiene para nosotros y se explican los canales de consulta y denuncia existentes.

Además, contamos con un curso e-learning disponible para todos nuestros colaboradores, que durante 2016 contó con un 83% de participación, y con un plan de comunicación aplicado a sucursales, a través del cual capacitamos a colaboradores de 42 sucursales, lo que equivale a 1.026 colaboradores aproximadamente.

<sup>13</sup> En nuestro código de ética nos comprometemos con el respeto de los derechos humanos y la promoción de la diversidad en nuestros colaboradores. Adoptamos políticas y prácticas de prevención y combate a todo tipo de discriminación, acoso, prejuicio y condiciones de trabajo indignas (como el trabajo infantil o forzado).

## Código de ética<sup>13</sup>

[G4-56] - [G4-HR5]

#### Objetivo:

Orientar una postura más adecuada y coherente con nuestras directrices.

#### Principios:

##### 1. Principio de identidad:

Somos una empresa dedicada al crecimiento, la eficiencia y la satisfacción de los clientes con base en una conducta empresarial ética y en el desarrollo sustentable.

##### 2. Principio de Interdependencia:

Interactuamos con nuestro público y con la sociedad con el fin de compartir valores y acciones que lleven al bien común.

##### 3. Principio de Buena Fe:

Actuamos de buena fe y asumimos la responsabilidad de nuestros actos y elecciones.

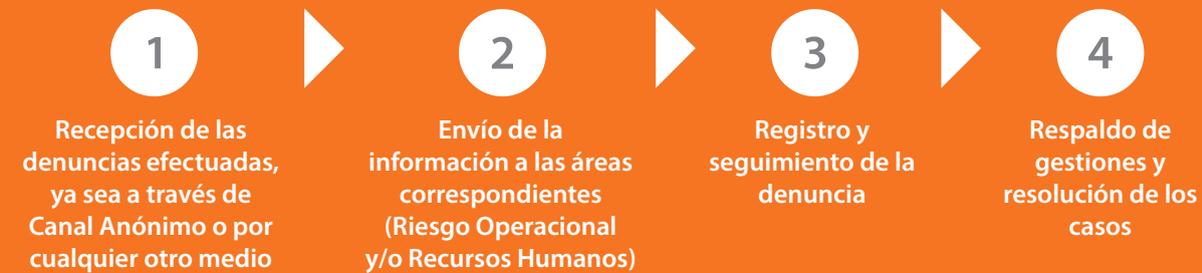
##### 4. Principio de Excelencia:

Mejoramos continuamente la calidad de nuestro trabajo y cultivamos ambientes motivadores y que estimulen la cooperación.

## Mecanismo de investigación de denuncias

[G4-58]

Contamos con un flujo de investigación que tiene una duración promedio de dos o tres meses y que considera las siguientes etapas:



### Canales

- a) Gerente Cumplimiento
- b) Gerente de Recursos Humanos
- c) Aplicación en Intranet: canal anónimo
- d) Mail
- e) Teléfono
- f) Correo
- g) En persona

Durante 2016 recibimos un total de 40 denuncias; 23 a través del canal anónimo y 17 por algún otro canal. Al cierre del año, 30 de las denuncias fueron cerradas y sólo 10 se encuentran aún en investigación.

En 2016 recibimos un total de 40 denuncias; 23 a través del canal anónimo y 17 por algún otro canal.



## 1.4 Gestión de riesgos

[G4-41] - [G4-S04]

El banco y sus filiales, en el ejercicio de su actividad, está expuesto a diversos tipos de riesgo, principalmente relacionados con riesgo de crédito, financiero, legal, operacional y de cumplimiento. Por esta razón, contamos con normas y

procedimientos a través de los cuales buscamos desarrollar un ambiente de control apropiado, por medio de una cultura integral de gestión de riesgos, en la cual todos nuestros colaboradores comprendan sus roles y responsabilidades.

### Gestión de riesgos

#### ¿Por qué es relevante?

Definir el apetito por riesgo ayuda a determinar la cancha en la que nos movemos. Así, desarrollar una adecuada gestión del riesgo nos proporciona estabilidad, consistencia y ventaja competitiva.

#### ¿Cuál es el objetivo?

Garantizar un ambiente de seguridad que permita a las áreas de negocios cumplir con sus objetivos en un ambiente de control adecuado, para así fomentar positivamente la continuidad del negocio en el largo plazo.

#### ¿Cómo se gestiona?

La administración del riesgo es responsabilidad de la Gerencia Corporativa de Riesgo y su gestión se basa en el fomento de una cultura de oportuna detección y administración del riesgo, fortalecida con constante capacitación a colaboradores y directores.

#### ¿Para qué grupos de interés es más relevante?

Accionistas, clientes y proveedores.

## Principales funciones de la administración del riesgo:

- Gestionar y controlar el riesgo de crédito, participando activamente en todas las etapas del ciclo de crédito para todos los segmentos de negocios.
- Definir políticas y procedimientos, junto con definir y desarrollar las metodologías de riesgo de crédito y provisiones, en concordancia con las normas y lineamientos establecidos por la alta dirección y por los reguladores externos.
- Desarrollar el análisis, control y monitoreo de la gestión de riesgo de crédito del banco.
- Administrar y gestionar el riesgo operacional, con un rol fundamental en el control de procesos operacionales para asegurar la continuidad de negocios, el control de seguridad de la información y el monitoreo preventivo e identificación y control de fraudes.

## Con el compromiso de buscar siempre la implementación de mejores prácticas, en septiembre de 2015 certificamos nuestro Modelo de Prevención de Delitos conforme a la Ley 20.393

### Prevención de delitos

Contamos con distintos mecanismos y documentos que forman parte del Sistema de Prevención de Delitos del banco. Su contenido mínimo e indispensable se encuentra establecido en el Manual de Prevención de Delitos, en el cual

se definen los valores corporativos, las conductas esperadas de los colaboradores y las respectivas sanciones en caso de incumplimiento. Con el compromiso de buscar siempre la implementación de mejores prácticas, en septiembre de 2015 certificamos nuestro Modelo de Prevención de Delitos conforme a la

Ley 20.393, con vigencia por dos años. Para estos efectos, contamos con un manual que establece las principales políticas y procedimientos.

A su vez, el programa de cumplimiento de las normas de prevención del lavado de dinero entrega las herramientas necesarias para reconocer operaciones sospechosas y prevenir cualquier actividad relacionada a lavado de dinero o financiamiento del terrorismo.

El área de prevención del lavado de dinero revisa un promedio de 27.500 alertas anuales, las que pasan por un primer filtro para luego ser investigados sólo aquellos clientes con movimientos inusuales o que no concuerden con su perfil. Una vez terminada la investigación, el Oficial de Cumplimiento presenta los resultados de los casos al Comité de Prevención de Lavado de Dinero, integrado por la alta gerencia y un director. Dicho comité se encarga de determinar las acciones necesarias.

### Análisis de riesgos sociales y ambientales [G4-14] - [FS1] - [FS10]

Otra arista relevante de nuestra gestión de riesgo tiene que ver

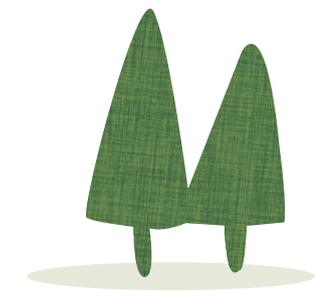
con la identificación y evaluación de los riesgos socioambientales de los proyectos y empresas que financiamos.

En nuestra calidad de filial de Itaú Unibanco, somos signatarios de los Principios del Ecuador, un marco de referencia para que las instituciones financieras puedan determinar, evaluar y administrar los riesgos sociales y ambientales de sus proyectos.

Adicionalmente, nuestro mayor accionista minoritario es International Finance Corporation (IFC), la mayor institución de desarrollo global en el mundo, miembro del World Bank Group, centrada exclusivamente en el sector privado en países en desarrollo.

A partir de estos compromisos, y en concordancia con nuestra Estrategia de Sustentabilidad, desarrollamos nuestra Política de Riesgo de Impacto Social y Ambiental y un Manual de Procedimiento, todos los cuales sientan las bases de nuestro Sistema de Evaluación de Impactos Sociales y Ambientales (SEMS Plan). Para mayor información sobre este punto, puedes revisar el capítulo Responsabilidad con Nuestro Entorno.

Somos signatarios de los Principios del Ecuador, un marco de referencia para que las instituciones financieras puedan determinar, evaluar y administrar los riesgos sociales y ambientales de sus proyectos.





## 2. Cultura, mérito y desarrollo



# Visión global [G4-10] - [G4-LA1] - [G4-LA11]

Nuestro Equipo	Mujeres	Hombres	Total
Gerentes corporativos	1	9	10
Gerentes y subgerentes	96	252	348
Profesionales	1.233	1.278	2.511
Técnicos	1.285	662	1.947
Administrativos	457	630	1.087
<b>Total</b>	<b>3.072 (51%)</b>	<b>2.831 (49%)</b>	<b>5.903</b>

## Colaboradores

### Por edad

**1.956** 18-34 años  
**2.115** 35-44 años  
**1.726** 45-60 años  
**106** + 60 años

### Por contrato

**193** plazo fijo  
**5.710** plazo indefinido  
**5.770** jornada completa  
**133** jornada parcial

### Por diversidad

**115** extranjeros  
 (Latinoamérica: 97,  
 Europa: 13, Otros: 5)  
**6** en situación de  
 discapacidad

### Promedio antigüedad

**6,4** años

### Rotación

**6,8%** tasa rotación  
 voluntaria  
**799** contratados  
**17,3%** tasa rotación  
 total

### Sindicatos

**5** sindicatos  
 (49% sindicalización)  
**2** convenios  
 colectivos vigentes

## 2.1 Cultura Itaú

Somos un banco inclusivo, que cultiva un ambiente desafiante, abierto al cuestionamiento y al debate constructivo. Por eso, priorizamos el talento y la meritocracia para atraer y retener a los mejores colaboradores, ya que todo lo que realizamos lo hacemos con las personas.

Nuestra Manera es la forma en como generamos negocios en Itaú, es nuestra cultura que vivimos a diario. Se basa en 7 actitudes que definen nuestra identidad, nuestra manera de hacer las cosas, y nos distingue en el mercado.

Una cultura en la cual las personas son todo para nosotros, que promueve un ambiente de colaboración, meritocracia y alta performance. Una cultura que tiene la generación de resultados sustentables en su ADN, y que cree que la simplicidad es siempre el mejor camino para la eficiencia. Una cultura donde la ética es innegociable, que pone los objetivos colectivos por encima de la ambición personal, ejerciendo un liderazgo de forma transparente y responsable.

Esta cultura emana desde la holding Itaú Unibanco y es el faro que orienta a todas las unidades internacionales.



No hacemos las cosas de cualquier manera, las hacemos a Nuestra Manera.

### Cultura Itaú

#### ¿Por qué es relevante?

Nuestra cultura es lo que identifica Nuestra Manera de ser y de hacer las cosas. Tener actitudes alineadas a nuestra esencia desde adentro, con nuestros colaboradores, es fundamental para ser inconfundibles.

#### ¿Cuál es el objetivo?

Si los colaboradores se identifican con nuestras actitudes, vamos por un buen camino para atender a nuestros clientes cada vez mejor. Ellos son el centro de todo nuestro quehacer.

#### ¿Cómo se gestiona?

Nuestros colaboradores son indispensables para la satisfacción de los clientes, porque son los que mueven el funcionamiento de la institución y son quienes crean valor a largo plazo. Por eso, nuestra cultura la construimos centrándonos en la espiral de la performance sustentable, desarrollando una identidad única que sea perdurable y que promueva la integridad y el valor compartido.

#### ¿Para qué grupo de interés es más relevante?

Para colaboradores.



## Nuestra Manera

Buscamos crear una cultura amparada en siete actitudes que definen nuestra identidad y nos identifican en la forma de hacer negocios. Cada una de éstas representa la esencia de lo que primamos como institución.

1

### Sólo es bueno para nosotros si es bueno para el cliente

Somos personas al servicio de las personas, con pasión y excelencia. Trabajamos con y para el cliente - porque él es la razón mayor de todo lo que hacemos.

2

### Fanáticos de la performance

La generación de resultados sustentables está en nuestro ADN. El desafío constante de lograr el liderazgo en performance nos hizo llegar donde estamos y seguirá guiando nuestra empresa en dirección a nuestros objetivos.

3

### Las personas son todo para nosotros

Todo lo que realizamos lo hacemos por medio de personas. Personas de talento a quienes les gusta trabajar en un ambiente de colaboración, meritocracia y alta performance.

4

### El mejor argumento es lo que vale

Cultivamos un ambiente desafiante, abierto al cuestionamiento y al debate constructivo. Para nosotros, la única jerarquía que importa es la de la mejor idea.

5

### Simple. siempre

Creemos que la simplicidad es el mejor camino para la eficiencia. Por eso luchamos para que la profundidad no se confunda con la complejidad y la simplicidad no se transforme en simplismo.

6

### Pensamos y actuamos como dueños

Pensamos siempre como dueños de la empresa, liderando por medio del ejemplo y poniendo los objetivos colectivos por encima de la ambición personal.

7

### La ética es innegociable

Hacemos lo correcto, sin trampas, sin atajos. Ejercemos nuestro liderazgo de forma transparente y responsable, totalmente comprometidos con la sociedad y con las mejores prácticas de gobernanza y gestión.

## 2.2 Meritocracia y desempeño



Entendemos la meritocracia como la forma de liderazgo que pone en perspectiva los desempeños relativos y destacados de cada colaborador. Es la forma de gestionar a las personas, y es lo que da la motivación a nuestros colaboradores para crecer y desarrollar su talento.

Apoyamos la creatividad y permitimos el espacio para que ésta se desarrolle, manteniendo siempre al cliente en el centro de las decisiones y de nuestro quehacer.

Estamos comprometidos con innovar, desarrollar y mejorar los procesos, productos y servicios, porque estos compromisos son parte de las acciones que realiza nuestro principal grupo de interés, los colaboradores.

La fusión ha exigido un esfuerzo mayor de nuestros colaboradores, quienes con dedicación, talento y excelencia han sido clave para construir este nuevo banco.

### Programa de gestión de performance [G4-LA11]

Para evaluar y medir el desempeño de nuestros colaboradores, contamos con el programa de gestión de

performance, el que además de evaluarlos en distintos ámbitos, genera instancias de alineamiento a la cultura corporativa.

Durante 2016 iniciamos la implementación progresiva del modelo de evaluación de performance de Itaú Unibanco, de manera de contar con un programa alineado con nuestra cultura y performance.

Iniciamos este proceso definiendo las metas para el Eje X del programa y luego, finalizando el año, aplicamos las evaluaciones del Eje Y (conductas) y de las metas.

Particularmente para el Eje Y, utilizamos dos modalidades de evaluación. En el caso de gerentes y subgerentes, aplicamos una medición en 360°, la que considera evaluaciones de parte de las jefaturas, pares, clientes internos y equipo. Para el resto de los colaboradores, se midió en 90°.

Para el 2017 esperamos seguir avanzando en la implementación de este programa, ampliando la evaluación en 360° a todas las jefaturas del banco y reforzando el entrenamiento en las conductas a evaluar.

## Programa de gestión de performance

### Objetivos del programa:

- Alinear las metas con los desafíos del banco
- Evaluar el desempeño de los colaboradores
- Diferenciar performances para gestionar las diferentes decisiones de los procesos de RR.HH. (becas, promociones o planes de acción).
- Impulsar mejores resultados
- Fomentar el desarrollo por medio del feedback

### Resultados 2016:

- 71% de los colaboradores fueron evaluados por este programa, lo que corresponde a 4.200 personas.

### Ejes del programa:

- Eje X: medición cuantitativa sobre la base de metas acordadas y logradas según indicadores concretos.
- Eje Y: medición cualitativa de conductas en base a la evaluación de otros colaboradores.

**65.818**  
horas de formación  
**6.133**  
colaboradores capacitados  
**28,9**  
horas promedio formación  
por colaborador

**Capacitaciones**  
[G4-LA9]

En Itaú apoyamos a nuestros colaboradores en su desarrollo profesional porque sabemos que las actividades formativas son esenciales para el desarrollo integral de las personas. De esta forma, logramos entregar servicios y productos de

excelente calidad a nuestros clientes y atender a los más altos estándares de exigencia de nuestros accionistas en los negocios.

A los colaboradores se les impartió un promedio de 29 horas<sup>14</sup> de capacitación y actividades de desarrollo en el año 2016.

<sup>14</sup> Resultado = Total de Horas de Capacitación / Rut distintos de las capacitaciones

	Mujeres			Hombres		
	Colaboradores	Horas de formación	Promedio	Colaboradores	Horas de formación	Promedio
Gerentes y subgerentes	65	1.961	83	258	6.395	66
Staff	2.574	68.654	27	2.268	73.118	32
Supervisores	399	11.189	28	569	16.261	29
Total	3.038	81.804	27	3.095	95.774	31



## 2.3 Estudios de percepción

[DSCL.14] [DSCL. 15]

Para nuestros colaboradores, la fusión está asociada a nuevas demandas, nuevas tareas y por consiguiente, al desarrollo de una nueva cultura. Durante este proceso, nos hemos preocupado de medir el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores a través de distintos instrumentos.

Hable Francamente es una medición anual, que a través de una encuesta online busca identificar aspectos positivos y oportunidades de mejora del ambiente laboral y la gestión de nuestros colaboradores.

La medición fue realizada entre los meses de septiembre y octubre, y los resultados fueron entregados en noviembre de 2016.

Para esa medición se utiliza el modelo de Great Place to Work (GPTW), la que consta de un total de 55 afirmaciones agrupadas en 5 dimensiones.

En el año 2016, hubo un 61,58% de participación y el nivel de satisfacción de los colaboradores fue de un 69,97%. Este resultado se asocia a las complejidades que los colaboradores tuvieron que enfrentar a nivel laboral, en el marco de la fusión.

En 2017 implementaremos una medición que nos permita levantar la percepción de nuestros colaboradores respecto de la oferta de valor del banco en materia laboral. Concretamente, buscaremos medir el conocimiento, la satisfacción y el uso que nuestros colaboradores hacen de los distintos instrumentos que la gerencia de Recursos Humanos pone a su disposición.

Algunos de los ítems incluidos en esta evaluación son: beneficios, canales y atributos de la comunicación, manejo de información del banco y del trabajo de recursos humanos.

El objetivo de este estudio, el cual utilizará herramientas cuantitativas y cualitativas de medición, es ser el punto de inicio de un proceso que permita mapear para luego focalizar las acciones que desde Recursos Humanos son gestionadas. Esto, en línea con nuestra cultura y convicción de que todo comienza con nuestros colaboradores, y que sólo teniendo colaboradores felices podremos atender a nuestros clientes cada vez mejor.

### Dimensiones modelo "Hable francamente"

**Credibilidad**

Asegurar la comunicación asertiva y la excelencia en la ética y gestión de personas.

**Subdimensiones:** comunicación, competencia, integridad.

**Respeto**

Promover oportunidades de desarrollo profesional y reconocimiento para todos.

**Subdimensiones:** apoyo, colaboración y consideración.

**Imparcialidad**

Garantizar el reconocimiento justo e imparcial en un ambiente meritocrático.

**Subdimensiones:** equidad, imparcialidad en el reconocimiento y justicia.

**Orgullo**

Los empleados con el orgullo de pertenencia y comprometidos con los objetivos de la organización.

**Subdimensiones:** trabajo, equipo y empresa.

**Camaradería**

Reforzar la importancia del trabajo en equipo y un ambiente receptivo.

**Subdimensiones:** hospitalidad, proximidad y comunidad.





# 3. Compromiso con nuestros clientes



# Visión global [G4-PR5]

**Región de Arica y Parinacota**  
19 colaboradores / 2 Sucursales

**Región de Tarapacá**  
88 colaboradores / 6 Sucursales

**Región de Antofagasta**  
119 colaboradores / 8 Sucursales

**Región de Atacama**  
48 colaboradores / 5 Sucursales

**Región de Coquimbo**  
97 colaboradores / 8 Sucursales

**Región de Valparaíso**  
309 colaboradores / 24 Sucursales

**Región Metropolitana**  
4.478 colaboradores / 118 Sucursales

**Región de O'Higgins**  
82 colaboradores / 6 Sucursales

**Región del Maule**  
108 colaboradores / 8 Sucursales

**Región de Biobío**  
315 colaboradores / 19 Sucursales

**Región de la Araucanía**  
71 colaboradores / 6 Sucursales

**Región de Los Ríos**  
39 colaboradores / 3 Sucursales

**Región de Los Lagos**  
83 colaboradores / 7 Sucursales

**Región de Aysén<sup>15</sup>**  
6 colaboradores / 1 Sucursales

**Región de Magallanes y Antártica**  
41 colaboradores / 3 Sucursales

<sup>15</sup>Sucursal Condell

**Total colaboradores: 5.903 / Total sucursales: 224**



## 3.1 Nuestros clientes

Somos un banco al servicio de las personas, con pasión y excelencia. Trabajamos con y para el cliente porque él es la razón de todo lo que hacemos.

Para esto, contamos con un modelo de segmentación que busca asegurar la mayor satisfacción en productos y servicios, acorde a las necesidades de cada uno de nuestros más de 340 mil clientes.

Nuestro modelo de segmentación abarca tanto a clientes personas como empresas, ofreciendo una

amplia gama de productos y servicios dependiendo de su tamaño, estructura de propiedad y/o inversiones<sup>16</sup>.

### Banca Mayorista:

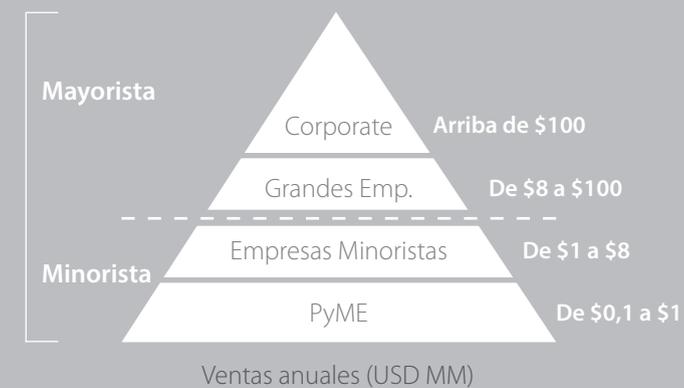
- Corporate
- Grandes Empresas e Inmobiliario
- Private Banking

### Banca Minorista:

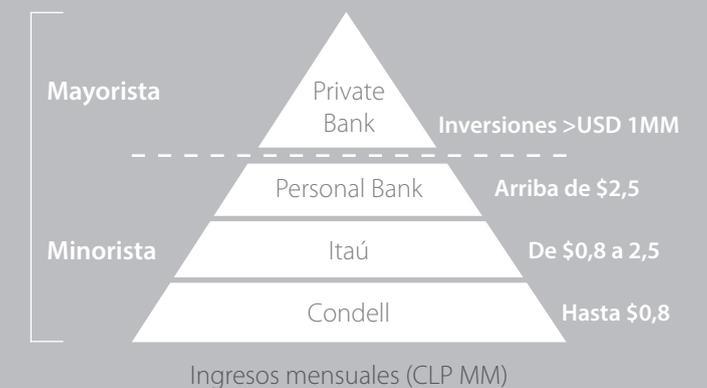
- Empresas Minoristas
- PyME
- Itaú Personal Bank
- Itaú
- Condell



### Empresas



### Personas



<sup>16</sup>Para mayor información al respecto, puedes revisar nuestra Memoria Anual 2016 en [www.itaú.cl/relacion-con-inversionistas](http://www.itaú.cl/relacion-con-inversionistas).



## 3.2 Trabajamos para apoyar a nuestros clientes

Estamos comprometidos con la calidad del servicio que entregamos, porque queremos ser el banco ideal para nuestros clientes. Eso es lo que nos mueve y es lo que buscamos construir.

tuvimos que realizar una serie de ajustes en nuestras operaciones, lo que nos está permitiendo ir mejorando y fortaleciendo cada vez más la relación con nuestros clientes.

Entendiendo que toda fusión conlleva grandes cambios, durante 2016



### Compromiso y experiencia del cliente

#### ¿Por qué es relevante?

El compromiso y la experiencia son claves para construir relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, quienes están en primer lugar y en el centro de nuestras acciones.

#### ¿Cuál es el objetivo?

Mejorar la calidad de nuestros servicios y productos para satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes.

#### ¿Cómo se gestiona?

Nuestra cultura de poner la satisfacción del cliente en el centro de nuestras operaciones, nos hace a todos responsables de la entrega de un servicio de calidad. Trabajamos para facilitar y simplificar los trámites, es por eso que nuestros esfuerzos están enfocados en la digitalización de nuestros servicios para ser más eficientes.

#### ¿Para qué grupo de interés es más relevante?

Para clientes, accionistas y colaboradores.

#### Medición de satisfacción [G4-PR5]

Con el objetivo de optimizar de forma continua la calidad de nuestros servicios, estamos en permanente revisión y monitoreo de nuestros estudios de satisfacción, porque la experiencia del cliente es lo más importante.

En la constante búsqueda por optimizar la relación con los clientes, y acorde al contexto de fusión que vivimos, a partir de abril de 2016 comenzamos un proceso de homologación de nuestras métricas de satisfacción, con el fin de obtener resultados consolidados y construir un nuevo modelo de medición para 2017. A partir de este trabajo logramos obtener la satisfacción neta de nuestros clientes, que fue de 61% para clientes personas<sup>17</sup>, lo que nos ubicó por sobre el promedio de la industria, el que fue de 58%.

Además, contamos con plataformas tecnológicas que permiten el registro y gestión de todos los problemas y requerimientos que recibimos en nuestros distintos canales de contacto,

incluyendo aquellos que son emitidos a través de organismos reguladores.

De esta forma, logramos formalizar el registro y activar flujos de respuesta y solución del problema con estándares que entreguen un servicio superior, además de proveer información necesaria para realizar las correcciones y ajustes que correspondan.

La administración de estas plataformas depende del área de Servicio al Cliente, pero Calidad es la responsable de garantizar el monitoreo periódico de problemas, requerimientos y percepción de los clientes respecto de los productos, canales y servicios que entregamos.

A esto se suman los reclamos que recibimos vía organismos reguladores, tales como el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) y la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF). De acuerdo al Ranking del Mercado Financiero del primer semestre de 2016, emitido por el SERNAC, somos el segundo banco con menor tasa de reclamos asociados a productos de deuda<sup>18</sup>.

## En 2016 logramos una satisfacción neta de 61% para clientes personas.

<sup>17</sup> Fuente: Estudio Servitest Personas 2016, Ipsos Chile.

<sup>18</sup> Único ranking disponible a la fecha de publicación de este informe.

## Migración de clientes y sucursales

Para realizar la migración de clientes, definimos un traspaso paulatino denominado "olas de migración". Así, en octubre de 2016 se materializó la primera ola de migración masiva de clientes, con lo cual comenzamos nuestro recorrido para operar bajo una única marca. Como parte de este proceso, 32 sucursales cambiaron su imagen, remodelándose totalmente, buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes más exigentes.

Tras los primeros meses de trabajo, en los que se han sentado las bases para un exitoso proceso de migración, se inició un nuevo capítulo de nuestra historia, el cual esperamos consolidar con las siguientes olas programadas para completarse durante 2017, replicando aspectos de atención, eficiencia operacional y de procesos, que beneficien al cliente.

La integración de las operaciones para formar un banco robusto y comprometido con nuestros clientes, permitirá contar con más canales de atención, más expertos financieros y una amplia red de sucursales en nuestro país.

# Canales de comunicación

Queremos mejorar constantemente para tener nuestros servicios alineados con las necesidades de nuestros clientes. Es por eso que buscamos informarnos de la calidad del servicio que entregamos y responder a las inquietudes y requerimientos de nuestros clientes. Para eso, contamos con una serie de canales de comunicación y atención de clientes:



## 224 sucursales

- Distribuidas a lo largo del país



## Canales de atención telefónica (disponibles las 24 horas del día, 365 días al año)

- Orientación y asistencia telefónica para bloquear tarjetas de débito y crédito o dar orden de no pago a tus cheques
- Información transaccional y pagos de productos
- Asesoría y habilitación de la navegación del sitio privado



## Web Institucional (www.itaú.cl)

- Consultas desde dispositivos móviles de saldo de cuenta, últimos movimientos e inversiones
- Transferencias y pagos en línea, información sobre beneficios de tarjetas de crédito y búsqueda de la sucursal o cajero automático más cercano



## App Itaú

- Para revisar el saldo de la cuenta y línea, como también los últimos movimientos y conocer el estado de deuda de las tarjetas de crédito Itaú. Además, se pueden consultar los puntos Itaú Dólares acumulados y revisar las compras nacionales e internacionales no facturadas.



## Redes Sociales

- Facebook: [ww.facebook.com/itauchile](http://ww.facebook.com/itauchile)
- Twitter: @itauchile

# 3.3 Comprometidos con la calidad

[G4-PR3]

Hemos establecido como pilar fundamental la calidad de servicio y la sustentabilidad, de manera de que la información de todos nuestros productos se encuentre ajustada a la normativa y vaya incluso más allá, garantizando la comprensión de los consumidores. Esto, a través de un procedimiento que regula internamente las promociones y publicidad que como institución difundimos masivamente.

En Itaú estamos comprometidos con ser transparentes y entregar toda la información sobre nuestros productos y

servicios. Actuamos en forma íntegra por lo que nuestros colaboradores cuidan la calidad de nuestros productos y servicios, entregando toda información desde el inicio de la relación del cliente con el banco.

Nuestros productos y servicios recogen la normativa vigente y aplicable para cada uno de los segmentos de clientes y de las distintas unidades de negocio. En el segmento minorista, el eje central es la Ley de Protección al Consumidor, la Ley General de Bancos así como los reglamentos dictados por la Superintendencia de

Bancos e Instituciones Financieras. Por otro lado, en la banca mayorista las normas legales fundantes con nuestros clientes son el Código Civil y el Código de Comercio así como también las normas emanadas por el mismo organismo regulador. En el caso de nuestras filiales, incorporamos también las normativas dictada por la Superintendencia de Valores y Seguros.

De esta forma, nuestras políticas y herramientas brindan confianza y seguridad a nuestros clientes en los servicios y productos que entregamos.

## Procedimientos internos

- Manual de procedimiento de gestión de reclamos y requerimientos de clientes.
- Recepción de reclamos y requerimientos de clientes: establece colaboradores responsables, plazos e instrumentos necesarios para una óptima gestión.
- Bloqueos preventivos de tarjetas de crédito y débito ante posibles patrones de fraude.
- Gestión de informaciones corporativas y marketing: revisa y prepara las comunicaciones desde el área de Marketing y la información oficial que se entrega al público.

## Cumplimiento con regulaciones externas

- Arbitraje de la Defensoría del Cliente: canal de reclamos de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF), que permite que los clientes de bancos asociados hagan reclamos que no fueron resueltos por su entidad bancaria.
- Gestión de reclamos severos recibidos a través de organismos reguladores: señala las tareas y responsables en el proceso de gestión correspondiente. Establece el accionar del personal, los conceptos y las herramientas para optimizar la gestión.
- ABIF asigna gratuitamente un abogado para resolver el problema y actúa como árbitro en un fallo externo.

## Banca digital

En Latinoamérica, hay actualmente 344,5 millones de usuarios de internet. En Chile ha habido un crecimiento significativo en el mobile banking, lo que se traduce en que cada día son más los clientes que utilizan internet para acceder a información sobre su cuenta corriente.

Es por esto que estamos trabajando en la banca digital, una iniciativa que hemos venido desarrollando con la idea de prepararnos para esta nueva era que estamos comenzando a vivir. El

propósito es tener un mayor número de clientes con transacciones y operaciones digitales.

Como una manera de contribuir a la migración de transacciones realizadas en sucursales y disminuir los tiempos de atención a clientes, hemos puesto todos nuestros esfuerzos en la conducción de los clientes hacia canales digitales, y al mismo tiempo, construyendo nuevas funcionalidades que aporten a este fin.



## 3.4 Cliente seguro y protegido

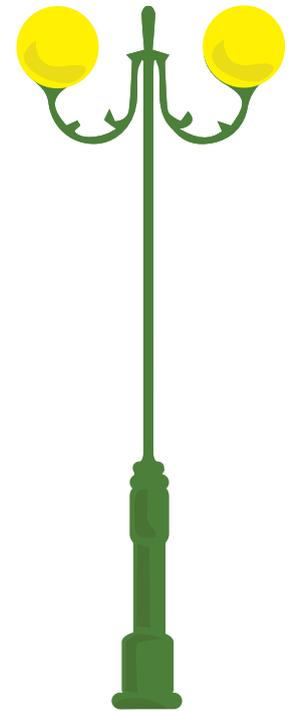
La seguridad de la información es uno de los pilares de nuestra relación con los clientes y un lineamiento corporativo que incluye una serie de políticas asociadas. Por eso, nuestro compromiso es velar por la privacidad y protección de datos y transacciones de nuestros clientes, accionistas y colaboradores, resguardando su uso responsable y seguro.

Para esto, durante 2016 desarrollamos la campaña "Más Seguridad", la que considera una serie de medidas que refuerzan el correcto actuar de nuestros colaboradores en temas de seguridad

de la información, entre las que se destacan capacitaciones presenciales, mensajes de concientización vía mail y tótems informativos en los distintos lugares de trabajo.

Finalmente, y de cara a nuestros clientes, realizamos permanentemente campañas digitales en las que les informamos sobre la seguridad de sus transacciones. Con esto, buscamos, garantizar la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros, y concientizar sobre las distintas medidas que se pueden tomar para estar aún más protegidos.

Durante 2016 desarrollamos la campaña "Más Seguridad", la que considera una serie de medidas que refuerzan el correcto actuar de nuestros colaboradores en temas de seguridad de la información.



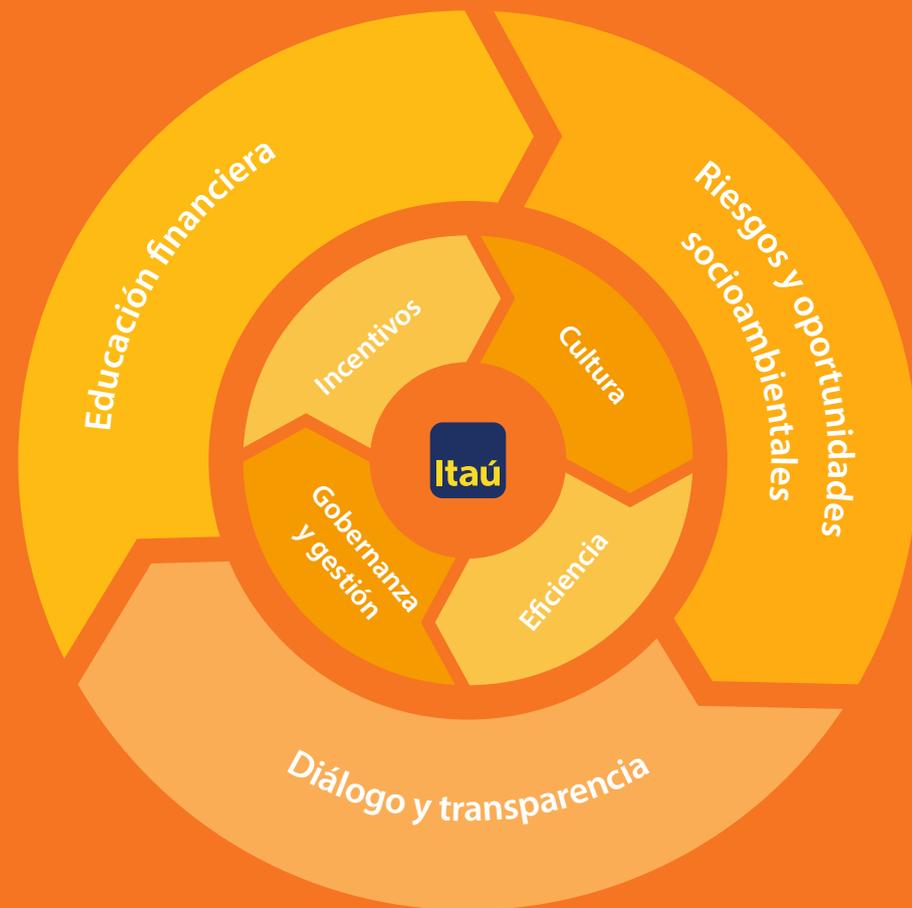


# 4. Responsabilidad con nuestro entorno



# Visión global

Ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes



## 4.1 Performance sustentable

Con la visión de ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de los clientes, declaramos a través de nuestra Política de Sustentabilidad, nuestro compromiso con el desarrollo sustentable y asumimos el desafío de estimular el desarrollo social, ambiental y económico, de forma equilibrada, responsable y sustentable.

A su vez, a través de nuestra Estrategia de Sustentabilidad reafirmamos con acciones concretas el compromiso

que tenemos con nuestros grupos de interés, y nos comprometemos a guiar nuestro actuar bajo tres focos estratégicos y cuatro frentes facilitadores.

Además, nuestro compromiso de servir como un agente de transformación, nos lleva a apoyar grandes causas como la movilidad urbana, la cultura, el deporte y la educación, a través de auspicios, alianzas y proyectos en beneficio para la comunidad.



### Performance sustentable

#### ¿Por qué es relevante?

La sustentabilidad forma parte de nuestra visión y es nuestra manera de hacer negocio, ya que es parte del compromiso adquirido con nuestros grupos de interés.

#### ¿Cuál es el objetivo?

Buscamos convertirnos en un referente de sustentabilidad en la industria financiera, tanto nacional como internacional, teniendo un rol transformador que vaya más allá de las operaciones propias y siendo capaz de estimular el desarrollo social, ambiental y económico, de forma equilibrada, responsable y sustentable.

#### ¿Cómo se gestiona?

Promovemos que nuestro modelo de sustentabilidad esté considerado en todas las decisiones estratégicas, administrativas y operacionales del banco, a través de la gobernanza existente liderada por el Comité de Sustentabilidad.

#### ¿Para qué grupo de interés es más relevante?

Para todos los grupos de interés del banco.

# Estrategia de Sustentabilidad

## Focos estratégicos

- **Diálogo y transparencia:** acciones que buscan construir relaciones de confianza y de largo plazo con todos nuestros grupos de interés, lo que nos facilita el generar valor compartido y mejorar nuestros negocios.
- **Riesgos y oportunidades socioambientales:** acciones que buscan generar oportunidades de negocios y disminuir riesgos socioambientales, considerando tanto las tendencias del mercado, como los requerimientos de nuestros grupos de interés.
- **Educación financiera:** acciones que tienen por objetivo que nuestros clientes tengan salud financiera, a través de la entrega de información y de la búsqueda de servicios que se adecuen a sus necesidades.

## Frentes facilitadores

- **Gobierno y gestión:** una organización corporativa dinámica y con una estructura activa, facilita insertar la sostenibilidad de manera transversal en el banco.
- **Incentivos:** contar con herramientas para fomentar el logro de buenos resultados, permite promoverlos en el tiempo.
- **Eficiencia:** el ahorro de costos y aumento de la generación de ingresos son promovidos como conductas deseables, ya que potencian el desempeño de banco.
- **Cultura:** nuestra manera es el sello que nos caracteriza, y que nos invita a ser el banco líder en performance sustentable y satisfacción de clientes.

## Nuestras causas

- **Cultura:** la música tiene un poder transformador de momentos y emociones, además de dar identidad y sentido de pertenencia. A través de este recurso, buscamos contribuir a transformar la vida de las personas de manera colectiva, como sociedad y como país.
- **Deporte:** creemos que el deporte ayuda a mejorar la vida de las personas, tanto por el beneficio físico como emocional que este aporta, al unir a las personas en torno a una causa común.
- **Movilidad urbana:** nuestro foco es promover la bicicleta como un transporte activo para mejorar la movilidad, reducir el tráfico y las emisiones de gases de efecto invernadero, y consecuentemente mejorar la calidad de vida de las personas en la ciudad.
- **Educación:** estamos seguros que la educación es el medio a través del cual las personas pueden cambiar y mejorar su futuro y sus vidas. De esta forma, buscamos ser un ente transformador que aporte a mejorar la calidad de la educación en Chile.
- **Sociedad:** queremos ser aliados en el desarrollo de las personas, de la sociedad y de los países donde actuamos, y por medio de un diálogo permanente, entender sus expectativas y necesidades. De esta forma, buscamos alianzas que nos permitan aportar a la generación de valor compartido.

## Diálogo y Transparencia [G4-15] - [G4-16]

Buscamos estar conectados con nuestros socios y aliados de manera de mantener un diálogo constante que nos permita orientar nuestro accionar y dar cuenta de nuestras prácticas a los principales grupos de interés.

Somos signatarios de las siguientes asociaciones:



Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF)	Cámara de Comercio de Santiago (CCS)	Cámara Chilena Brasileña de Comercio	Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (AmCham Chile)	ICARE	Instituto de Banca y Finanzas Subercaseaux

Además, suscribimos a las siguientes iniciativas y principios en materia de sustentabilidad:

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible:** en particular, hemos adquirido un compromiso prioritario con los objetivos "Educación de calidad" (ODS 4), "Trabajo decente y crecimiento económico" (ODS 8), "Ciudades y Comunidades Sostenibles" (ODS 11) y "Alianzas para lograr los objetivos" (ODS 17).
- **Pacto Global:** al igual que nuestra matriz en Brasil, somos parte de esta iniciativa y, por ende, adoptamos

los diez principios universales que ellos promueven, en relación con derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción.

- **ACCIÓN Empresas:** esta membresía nos permite contar con un espacio de diálogo permanente con otras empresas, con miras a mejorar nuestro desempeño y compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.
- **Global Reporting Initiative (GRI):** metodología utilizada para el desarrollo de nuestro reporte de sustentabilidad.

También, en nuestra calidad de filial de Itaú Unibanco, adherimos a las siguientes iniciativas en materia de financiamiento responsable:

- **UNEP-FI:** somos signatarios de esta asociación entre el programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el sector financiero, creada con la misión de promover el financiamiento sostenible.
- **Principios del Ecuador:** adherimos a este marco de referencia para instituciones financieras, con el fin de determinar, evaluar y administrar los riesgos sociales y ambientales de nuestros proyectos.



**Riesgos y Oportunidades Socioambientales**  
[FS1]

A partir de la fusión, durante 2016 elaboramos nuestra nueva Política y Manual de Procedimientos de Riesgo Social y Ambiental. Ambos documentos tienen por objetivo fijar los estándares de riesgo socioambiental del banco, asociado a su cartera de clientes.

A su vez, el Comité de Sustentabilidad es el responsable de velar por un correcto entendimiento sobre cuestiones de riesgo socioambiental al interior del banco y por el debido cumplimiento del Sistema de Evaluación de Riesgos Sociales y Ambientales (SEMS).

Para la evaluación de los clientes de los segmentos Corporativos, Grandes Empresas, Inmobiliarias (sólo constructoras) y Pymes, se utiliza el Cuestionario de Riesgo Socioambiental específico para cada segmento, considerado como declaración jurada.

## Sistema de Evaluación de Impactos Sociales y Ambientales (SEMS)

### Ámbitos de acción

- **Levantamiento de los principales riesgos socioambientales** de la cartera del banco a través de la aplicación de un cuestionario.
- **Evaluación socioambiental** de un grupo de proyectos clasificados bajo la categoría de Project Finance, que cumplen determinadas condiciones de montos y plazo.
- **Control de la concentración de clientes** que operan en determinados sectores de la economía a través de listas de exclusión y de exclusión condicionada.

### Principales cifras

- SEMS da alcance a 205.546 clientes
  - Durante 2016 evaluamos a 1.378 clientes
- Distribución de clientes evaluados por SEMS según riesgo:**
- 59% C: Riesgo bajo
  - 29% B: Riesgo medio
  - 12% A: Riesgo alto
- 36 proyectos fueron ingresados al SEMS debido a sus características y exposición de riesgo socioambiental, aportando y fortaleciendo el buen desempeño ambiental de nuestros clientes.

Para la evaluación de proyectos, se establece su categorización durante el proceso de evaluación crediticia o de asesoría financiera. La asignación de una categoría dependerá de los criterios indicados en los Principios del Ecuador, las Normas de Desempeño del IFC y el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA).

Finalmente, en el proceso de otorgamiento de crédito y/o financiamiento, el área comercial junto con el área de riesgo admisión de crédito, identifican a los clientes que son personas jurídicas pertenecientes a las listas de exclusión y de exclusión condicionada, e informan al área de operaciones.

**Educación Financiera**  
[DSCC.20]

Hemos establecido como pilar fundamental que tanto la

documentación como la información de todos y cada uno de nuestros productos se encuentre enmarcada en la misma línea de la normativa aplicable a ellos, procurando ir en algunos casos más allá y teniendo siempre presente que nuestros principios de transparencia, calidad y sustentabilidad tengan tanto o más valor que la legislación aplicable.

Adecuados niveles de conocimiento financiero, permiten que individuos y empresas tengan una relación saludable con el dinero, realizando elecciones más conscientes y planificadas, adecuadas a sus necesidades y situación financiera.

Durante 2016, y en nuestra calidad de socios de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF), apoyamos dos importantes iniciativas colaborativas en materia de educación financiera.



## Cartillas informativas

Apoyamos la creación y difusión de cartillas informativas para nuestros clientes, con el fin de entregar de manera simple y clara, la información que todos nuestros clientes necesitan saber sobre los cuatro principales productos del sistema financiero: cuenta corriente, tarjeta de crédito, crédito hipotecario y crédito de consumo.

<https://www.abif.cl/educacion-financiera/>

## Campaña "Ya no me vienen con cuentos"

Llamado de la industria bancaria a todos nuestros clientes, respecto de la necesidad de elevar los estándares de seguridad para un correcto uso de las tecnologías. El objetivo de la campaña fue entregar recomendaciones a los cuentacorristas para evitar fraudes y mantener seguras sus claves y tarjetas bancarias.

[www.nomascuentos.cl](http://www.nomascuentos.cl)

## Créditos internacionales

Durante 2016 mantuvimos activos tres créditos con organismos internacionales. Se trata de créditos otorgados por bancos internacionales en conjunto con la Corporación Financiera Internacional (IFC), el Deutsche Investitions – und Entwicklungsgesellschaft (DEG) y la Corporación Interamericana de Inversiones (CII), respectivamente.

El propósito común de estos créditos fue fomentar el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en Chile, especialmente de aquellas creadas o dirigidas por mujeres, en el caso del crédito otorgado por el IFC.

En línea con nuestro compromiso socioambiental, parte de las obligaciones asociadas a estos créditos es la evaluación y monitoreo de los riesgos sociales y ambientales de las pequeñas y medianas empresas a las que otorgamos financiamiento.

### Fechas de vencimiento:

- **IFC:** la primera mitad vence en diciembre de 2018 y la otra en diciembre de 2020.
- **DEG:** el crédito completo vence en agosto de 2018.
- **CII:** el crédito completo vence en diciembre de 2018.



## 4.2 Nuestras causas

[DSC.24]

Dados los desafíos que nos ha presentado el proceso de fusión, durante 2016 pusimos nuestros esfuerzos principalmente en el desarrollo interno y en aquellos proyectos que consideramos tienen un mayor impacto social.

Así, las iniciativas realizadas en torno a nuestras causas en 2016, buscaron ser acciones concretas que nos permitieran contribuir al desarrollo de la sociedad chilena.

**Mediciones medioambientales**  
[G4-EN3] - [G4-EN8] - [G4-EN16]

Como parte de nuestra Política de Sustentabilidad, promovemos el respeto al medioambiente, desarrollando y perfeccionando mecanismos y políticas para la gestión de los impactos directos e indirectos de nuestras operaciones.

Producto de la fusión, la información disponible a la fecha de elaboración de este reporte, respecto de nuestra operación 2016, considera el 25,5% de nuestra operación total.

## Educación

La educación es el medio a través del cual las personas pueden cambiar y mejorar su futuro y sus vidas. Por eso, hace más de 10 años que buscamos entregar herramientas para la transformación social y la educación a través de nuestro voluntariado corporativo, el cual es canalizado por la Fundación Itaú.

Con el programa Experiencia Empresa, nuestros colaboradores junto a trabajadores de otras empresas, brindan una prepráctica laboral a estudiantes de liceos técnico-profesionales. La iniciativa les permite a los alumnos contar con una primera experiencia que les facilite su ingreso al mundo laboral, desarrollando posteriormente habilidades para trabajar en equipo, resolver conflictos y comunicarse de manera más efectiva.

Los colaboradores voluntarios se involucran a través del desarrollo de tutorías y acompañamiento a los jóvenes, favoreciendo el sentido de pertenencia y contribuyendo al clima laboral.

### Resultados 2016:

- 174 tutores, de los cuales 68 son colaboradores del banco
- 174 estudiantes beneficiarios
- 3 regiones: Metropolitana, Valparaíso y La Araucanía
- Estudiantes de 5 especialidades: administración, electricidad, electrónica, telecomunicaciones y operación portuaria
- 8 empresas comprometidas con el programa

<http://www.fundacionitau.cl>

## Deporte

El deporte, y en particular el fútbol, une a las personas en torno a una causa común, lo que puede ser transformador para un país entero. Por esta razón, somos auspiciadores oficiales de la Selección Chilena de Fútbol.

## Sociedad

Sabemos que Chile es un país que constantemente se está enfrentando a catástrofes naturales de diverso tipo y como banco no podemos quedar al margen.

Esto nos hizo darnos cuenta de lo importante que es transformarnos en un agente activo y efectivo. Dado este escenario, firmamos un acuerdo con la Cruz Roja Chilena para poder contribuir de manera permanente con la sociedad.

## Cultura

La música tiene un poder transformador de momentos y emociones, además de dar identidad y sentido de pertenencia.

Durante 2016 esta causa se sustentó en el auspicio que entregamos al festival Lollapalooza.

## Movilidad urbana

La movilidad urbana contribuye a mejorar la vida de las personas, tanto por un tema de salud como medioambiental.

A través del proyecto Bike Santiago buscamos mejorar la calidad de vida de las personas que viven en Santiago, al mismo tiempo que ayudamos al cuidado del medioambiente.

## Principales indicadores medioambientales de nuestra gestión 2016

### 1 Consumo energético interno

- Consumo de electricidad: 29.280 Gigajoules
- Consumo de gas: 757 Gigajoules
- Total: 30.037 Gigajoules**

### 2 Captación de agua

- Fuente: suministro de agua municipal o de otras empresas de aguas.
- Total: 31.478 m<sup>3</sup>**

### 3 Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)

- Emisiones indirectas: cuenta las emisiones producto de la generación de la electricidad que consumimos. Dado el giro de nuestro negocio, el consumo de esta electricidad adquirida significa nuestra principal fuente de emisiones de GEI, por lo que es aquí donde concentramos nuestro esfuerzo de medición y gestión.
- Total: 3.311,8 tCO<sub>2</sub>eq**



## 4.3 Nuestros proveedores

[G4-12] - [G4-EC9] - [G4-HR5] - [G4-HR6] - [G4-HR10]

Reconocemos la importancia de los proveedores en nuestro negocio y por tanto buscamos servicios de calidad, estableciendo relaciones confiables y de largo plazo que aporten a la generación de valor compartido.

Dado el contexto de fusión, durante 2016 trabajamos en la homologación de las políticas de proveedores de Itaú Chile y Corpbanca, de manera de contar con criterios únicos que nos permitieran avanzar hacia una mejor relación con este grupo de interés. De esta forma, a partir de abril de 2017 contamos con una nueva Política de

Compras y Pagos a Proveedores, la cual establece los lineamientos de nuestra relación con actuales y futuros proveedores.

Con esta política, nos comprometemos a promover y facilitar su desarrollo, perfeccionando los requisitos de contratación, para que éstos atiendan también a criterios de sustentabilidad. Adicionalmente, mantuvimos el plazo de pago existente en ambos bancos previo a la fusión, comprometiéndonos a pagar dentro de 30 días corridos desde la fecha de recepción del producto o servicio.

### Proveedores 2016



### Evaluación de proveedores



Alineado a nuestros principios y compromisos, todos nuestros contratos con proveedores incluyen cláusulas en materia de Derechos Humanos, prohibiéndose prácticas como el trabajo forzado o el trabajo infantil.



# 5. Acerca de este reporte

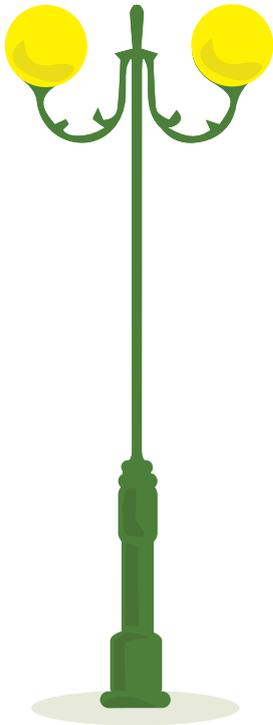
[G4-23] - [G4-28] - [G4-29] - [G4-30] - [G4-22] - [G4-23] - [G4-32]

En el primer reporte de sustentabilidad del nuevo banco, queremos presentar a nuestros grupos de interés los principales y más relevantes aspectos que reflejan nuestro desempeño social, económico y ambiental en lo que comprende el periodo de operación desde el Legal Day One en abril de 2016, hasta el 31 de diciembre del mismo año.

El alcance de la información reportada considera las operaciones completas del banco y sus filiales, únicamente en Chile. Debido al proceso de fusión que

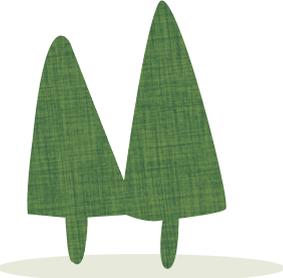
nos encontramos viviendo, algunos de los datos levantados consideran un alcance acotado, situación que es especificada en cada caso.

Este reporte fue desarrollado considerando la metodología establecida en Global Reporting Initiative (GRI)<sup>19</sup> y Dow Jones Sustainability Indexes. Además, para este documento se consideró la Guía de Indicadores Chilenos para la Sostenibilidad, que fue elaborada por la organización sin fines de lucro Acción Empresas.



<sup>19</sup> Para los fines de este reporte, se utiliza el Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, opción esencial.

## 5.1 Proceso de materialidad 2016



[G4-18]

Para la definición de los temas materiales se llevó a cabo un análisis de fuentes de información primarias y secundarias, concretamente se consideraron documentos internos del banco y publicaciones en prensa. Además, se realizaron entrevistas a los principales ejecutivos del

banco y a algunos actores externos, representantes de los grupos de interés más relevantes de Itaú.

De esta forma, la priorización dada a los temas materiales considera tanto la visión del banco como la de sus principales grupos de interés.



## 5.2 Matriz de materialidad

[G4-19] - [G4-48] - [GC.1] - [G4-27] - [G4-20] - [G4-21]

Sobre la base de la información levantada, fueron definidos seis temas materiales que representan los asuntos más relevantes del banco en 2016. Este listado fue validado por el Gerente General de Itaú, Milton Maluhy.

En el siguiente cuadro se detallan los temas más importantes tanto para la empresa como para los grupos de interés, con su respectiva cobertura de impacto.

Temas materiales	Cobertura del impacto
Desempeño Económico y Crecimiento	Interna
Comportamiento Ético	Interna y externa
Gestión de Riesgos	Interna y externa
Cultura Itaú	Interna
Compromiso y Experiencia del cliente	Interna y externa
Performance Sustentable	Interna y externa



## 5.2 Diálogo con grupos de interés

[G4-24] - [G4-25] - [G4-26]

En Itaú valoramos tener relaciones de confianza y diálogo fluido con nuestros principales grupos de interés, definidos a partir de la naturaleza del negocio y de nuestra visión y estrategia de sustentabilidad.

Por eso, mantenemos diversos canales de comunicación con cada uno de ellos, respondiendo así a sus necesidades específicas y a los temas que son de su importancia.

Grupo de interés	Temas relevantes	Canales e instancias de comunicación
Accionistas	Crecimiento Comportamiento ético Gestión de riesgos	Sitio web inversionistas ( <a href="http://www.itaú.cl/relacion-con-inversionistas">www.itaú.cl/relacion-con-inversionistas</a> ) Junta de accionistas Reuniones periódicas Conferencias telefónicas Reportes anuales (memoria anual, reporte de sustentabilidad, Form 20-F)
Colaboradores	Crecimiento Comportamiento ético Compromiso y experiencia del cliente Cultura Itaú	Encuesta Hable Francamente Reuniones de área Intranet E-mails corporativos Mundo Gestores Itaú Contigo
Clientes	Crecimiento Comportamiento ético Gestión de riesgos Compromiso y experiencia del cliente	Sitio web ( <a href="http://www.itaú.cl">www.itaú.cl</a> ) 224 sucursales Canales telefónicos App Itaú Redes sociales (Facebook, Twitter) Emergencias bancarias
Sociedad	Crecimiento Comportamiento ético	Sitio web ( <a href="http://www.itaú.cl">www.itaú.cl</a> ) Reportes anuales (memoria anual, reporte de sustentabilidad, Form 20-F)
Proveedores	Crecimiento Comportamiento ético Gestión de riesgos	Sitio web ( <a href="http://www.itaú.cl">www.itaú.cl</a> ) Casillas área Contratos y Compras ( <a href="mailto:departamento_de_compras@itaú.cl">departamento_de_compras@itaú.cl</a> ; <a href="mailto:contrato@itaú.cl">contrato@itaú.cl</a> )





# Índice GRI

Código (GRI/ Acción / Propios)	Contenidos Básicos generales - Descripción Indicador	Página	Principios de Pacto Global
<b>Estrategia y Análisis</b>			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia.	6	-
<b>Perfil de la Organización</b>			
G4-3	Nombre de la organización.	3	-
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	10	-
G4-5	Localización de la sede principal de la organización.	10	-
G4-6	Países en los que opera la organización o lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto del Informe.	10	-
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	3	-
G4-8	Mercados a los que se sirve.	34	-
G4-9	Escala de la organización (número de empleados; operaciones; ventas netas; capitalización; y cantidad de productos o servicios que se ofrecen).	10	-
G4-10	Dotación de trabajadores desglosada por tipo de contrato laboral, jornada laboral, región y sexo, cambios significativos en el número de trabajadores y total de la fuerza laboral contratista.	26	6
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	51%	3
G4-12	Cadena de suministro de la organización.	52	-
G4-13	Cambios significativos durante el período en el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización.	12	-
G4-14	Cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	23	-
G4-15	Lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	47	-
G4-16	Lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	47	-



Código (GRI/ Acción / Propios)	Descripción Indicador	Página	Principios de Pacto Global
<b>Aspectos Materiales y Cobertura</b>			
G4-17	Entidades financieras que figuran en los estados financieros consolidados y otros documentos equivalentes.	Para más información sobre el desempeño económico de Itaú, revise nuestra Memoria Financiera 2016, disponible en <a href="http://www.itaú.cl">www.itaú.cl</a> .	-
G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido del Informe y la cobertura de cada Aspecto Material.	55	-
G4-19	Lista de los Aspectos Materiales.	56	-
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto Material.	56	-
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto Material.	56	-
G4-22	Consecuencias de reformulaciones de información facilitada en Informes anteriores y sus causas.	54	-
G4-23	Cambios significativos en Alcance y Cobertura de cada Aspecto respecto a Informes anteriores.	54	-
<b>Participación de los Grupos de Interés</b>			
G4-24	Lista de grupos de interés vinculados a la organización.	57	-
G4-25	Base para la selección de grupos de interés con los que se trabaja en la organización.	57	-
G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	57	-
G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	56	-
<b>Perfil de la Memoria</b>			
G4-28	Período objeto del Reporte.	54	-
G4-29	Fecha del último Reporte.	54	-
G4-30	Ciclo de presentación del Reporte.	54	-
G4-31	Punto de contacto para solventar dudas que puedan surgir en relación al contenido del Informe.	3	-

Código (GRI/ Acción / Propios)	Descripción Indicador	Página	Principios de Pacto Global
G4-32	Se Indica qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización y se facilita el Índice de GRI de la opción elegida. Se facilita la referencia al informe de verificación externa.	54	-
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa.	Este reporte no fue sometido a verificación externa.	-
<b>Gobierno</b>			
GC 1	Señale si la materialidad ha sido presentada al Directorio y/o representante legal de la empresa.	56	-
GC 2	Indique si existe para los integrantes del órgano máximo de gobierno una política de participación en otros directorios.	15	-
GC 3	Frecuencia temporal de participación en los mismos (mensual, trimestral, semestral, anual, etc.).	15	-
G4-34	Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno e indicando qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	15-16	10
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos Materiales queden reflejados.	56	-
<b>Ética y Transparencia (Comportamiento Ético)</b>			
G4-41	Se describen los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés.	18-21	-
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	11-19	10
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.	19	10
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas.	20	10

Código (GRI/ Acción / Propios)	Contenidos Básicos específicos - Descripción Indicador	Página	Principios de Pacto Global
<b>Comportamiento Ético (continuación)</b>			
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	52	2, 5
<b>Desempeño económico y crecimiento</b>			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	15	-
<b>Gestión de riesgos</b>			
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	18-21	10
FS.1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocios.	23-48	7
FS.10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	23	8
<b>Cultura Itaú</b>			
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados desglosados por grupo etario, sexo y región.	26	6
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	30	-
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y del desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	26-29	6
DSCL.14	Indique si se ha realizado un estudio de clima laboral en su organización.	31	6
DSCL.15	Señale las principales medidas implementadas para la gestión del clima laboral, a partir de los resultados del estudio de clima laboral.	31	6
<b>Compromiso y experiencia al cliente</b>			
DSCC. 20	Describa las prácticas en temáticas de consumo responsable de productos/servicios para los clientes/consumidores.	49	-
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	39	-

Código (GRI/ Acción / Propios)	Descripción Indicador	Página	Principios de Pacto Global
G4-PR5	Resultados o principales conclusiones de encuestas de satisfacción a clientes.	37	-
<b>Performance Sustentable</b>			
DSC. 24	Describa su(s) programa(s) de inversión en la comunidad, indicando: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los principales resultados logrados en cada caso.</li> <li>• Cómo se vinculan a los riesgos presentes y futuros previamente identificados.</li> <li>• Los instrumentos de evaluación de los programas.</li> </ul>	50	1
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	52	-
G4-EN3	Consumo energético interno.	50	7,8
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	50	-
G4-EN16	Emisiones directas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)	50	-
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	19 - 52	4
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	52	4
ITAU1	Desempeño del Sistema Intercomunal de Bicicletas Públicas Bike Santiago (SIBP)	51	9







[www.itaú.cl](http://www.itaú.cl)