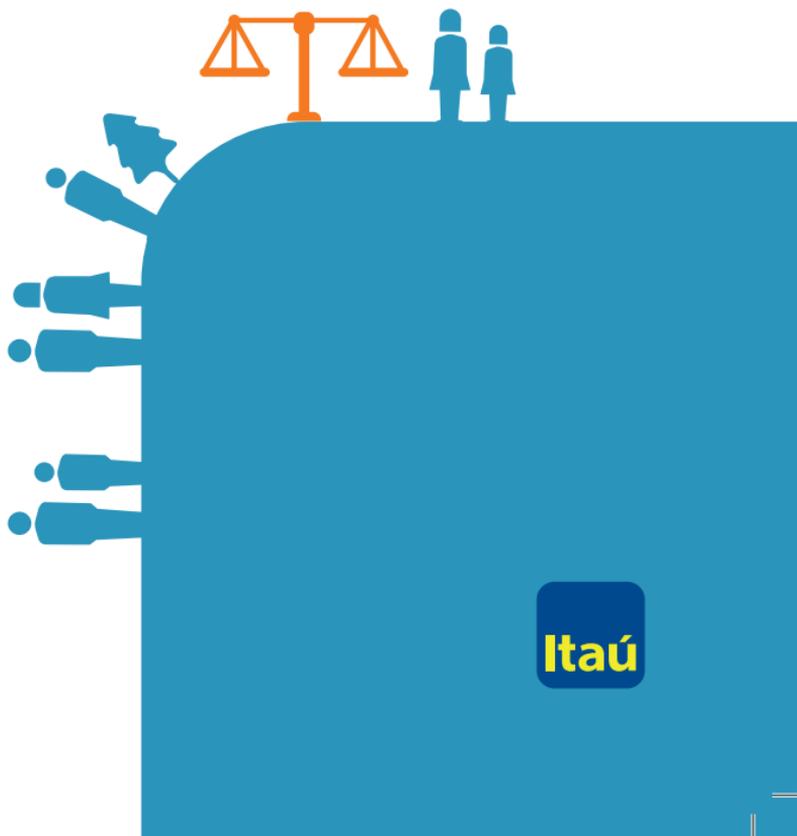


Código de Ética

Itaú Unibanco



Código de Ética

Itaú Unibanco

Índice

Los fines y los medios	06
La importancia de los Principios de Ética	08
Nuestros valores	10
Los Principios de Ética de Itaú Unibanco	12
Prácticas y conductas que consolidan nuestros Principios de Ética	14
Principio de identidad	15
• Responsabilidad corporativa.....	17
• Cumplimiento de leyes, normas y reglamentos.....	18
• Relaciones laborales	19
Principio de buena fe	21
• Actitudes que son ejemplos de buena fe	22
Principio de interdependencia	25
• Accionistas e inversores.....	26
• Clientes y consumidores	27
• Proveedores, prestadores de servicios y aliados de negocios y comerciales	28
• Sector público.....	29
• Tercer sector	30
• Competencia	31
• Medios de comunicación.....	31

Principio de excelencia.....	33
• Sobre conductas personales.....	34
• Sobre prácticas y relaciones profesionales.....	36
• Sobre la gestión de las finanzas personales.....	38
• Sobre préstamos, comercio y colectas entre colegas ..	39
• Sobre conflictos de intereses.....	39
- Protección de las informaciones y del know-how ...	40
- Operaciones financieras personales	41
- Obsequios, regalos y cortesías.....	41
- Actividades externas	42
- Relaciones comerciales.....	43
- Familiares en la empresa.....	43
Alcance y gestión del Código de Ética	44
Comunicación de desvíos éticos.....	47
Notas adicionales para las unidades internacionales	51
• Desvíos de conducta en las unidades internacionales.....	51
• Canal de comunicación de desvíos éticos – Local	52
• ¿Qué es la superintendencia de ombudsman?.....	53
Código de conducta de la unidad internacional	55
Notas de traducción	56

Los fines y los medios

La Visión Itaú Unibanco –ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de los clientes– expresa nuestra convicción de que las organizaciones que desean ser perdurables no admiten la ganancia a cualquier precio y que su éxito depende de su capacidad de liderar de forma ética y responsable.

La sociedad espera de las grandes empresas transparencia y rectitud respecto a los objetivos y compromisos asumidos. Pequeños deslices pueden arruinar en cuestión de horas una buena reputación y una marca forjada a lo largo de décadas.

Desde esa perspectiva económica y social, eficiencia y crecimiento caminan de la mano con actitudes correctas y objetivos moralmente justificables. Es necesario valorar las cuestiones socioambientales inherentes a nuestra actividad, generar beneficios para la sociedad y adoptar modelos de gestión que aseguren la perdurabilidad de la organización.

Tenemos un compromiso con nuestro público. Precisamos mantener el respeto y la confianza del mercado y la credibilidad que nos hemos ganado a lo largo de nuestra historia.



Por eso, nuestros negocios y prácticas deben respetar nuestros valores y principios, explicitados en este Código de Ética. Corresponde a cada uno de nosotros conocer, divulgar y cumplir tales directrices, conscientes de que no existe una forma adecuada de hacer algo incorrecto.

Más que un material de consulta, se trata de un instrumento de trabajo que muestra la mejor forma de actuar. No sólo indica la conducta que se espera de nuestros colaboradores, sino que presenta la firme convicción de Itaú Unibanco acerca de cuáles son las mejores prácticas de mercado.

Estamos seguros de que nuestro Código de Ética nos ayudará a construir un banco aún más sólido y confiable, capaz de presentar resultados diferenciados obtenidos con base en la alianza entre desempeño y ética. Un banco mejor para todos.

Pedro Moreira Salles

Presidente del Consejo
de Administración

Roberto Setubal

Presidente Ejecutivo

La importancia de los Principios de Ética

Delimitar comportamientos y actitudes que beneficien y faciliten la vida en sociedad. Es con ese objetivo que se construyen los Principios de Ética que rigen los comportamientos individuales y organizacionales más deseados en diferentes tiempos, lugares y culturas.

Basado en esa premisa, Itaú Unibanco eligió los cuatro principios –Identidad, Buena Fe, Interdependencia y Excelencia– que ahora fundamentan este Código de Ética. En su totalidad, reflejan el compromiso del conglomerado con el bienestar de su público, de la sociedad y del planeta.

Si bien presenta un conjunto de prácticas y conductas que deben formar parte de nuestro día a día, este Código no es un manual de comportamiento ni responde a todas las preguntas. Su función es fomentar la reflexión sobre los valores que queremos preservar en nuestra práctica organizacional.



Por eso, recuerde: ante la duda, hable con su gestor o consulte los canales de comunicación para poder tomar la decisión más adecuada.

Piense en los principios como los pilares que deben orientar la conducta de cada uno de nuestros colaboradores. Actuar de acuerdo con ellos es una cuestión de integridad personal y profesional.

Itaú Unibanco se siente orgulloso de actuar de forma correcta y mantener con su público relaciones basadas en la ética y la transparencia. Así es como queremos retribuir la confianza de nuestros clientes, establecer alianzas con nuestros proveedores y ofrecer servicios a la sociedad.

Ricardo Villela Marino

Vicepresidente de Personas

Nuestros valores

Nuestra ética corporativa también se refleja en nuestros comportamientos, prácticas, convicciones y valores. Al ejercer diariamente nuestras actividades demostramos de hecho quiénes somos y cómo somos. Por eso mismo, Itaú Unibanco considera que tan importante como la ética son nuestra visión y nuestra cultura corporativa.

A raíz de la unión de Itaú y Unibanco, visión y cultura adquirieron fuerza gracias a la diversidad de nuestros orígenes, formación y experiencia. Igualmente, se identificaron valores en común que serán el gran diferencial de esta organización durante los próximos años.

En Itaú Unibanco, las personas están en primer lugar, sean colaboradores, proveedores, clientes o sociedad en general. Anhelamos formar equipos de alta performance cuyos talentos individuales sólo tengan sentido si son capaces de formar equipos vencedores. Valoramos a las personas que disfrutan de trabajar en la organización, servir al cliente y resolver los problemas de forma ágil y competente.



Queremos construir un ambiente informal, sin espacio para la rigidez o la burocracia innecesaria, conscientes de que por encima de todo está el respeto a las leyes y a los valores éticos, el trabajo constante en pro de la transparencia y la confidencialidad de las informaciones de nuestros clientes.

Buscamos la innovación que facilite la vida de todos y que nos permita construir un banco cada vez mejor. El progreso, el crecimiento sustentable y la performance son metas permanentes. Itaú Unibanco se siente orgulloso de ser un banco sólido, contemporáneo, presente en la vida de las personas. Un banco que establece relaciones saludables con todos a su alrededor, consciente de su papel en la sociedad y de su impacto sobre el medio ambiente.

El mundo ha cambiado mucho durante los últimos años. Itaú Unibanco también. Pero lo que no cambia son nuestros valores y nuestra ética. En ellos reside nuestra fuerza. Es lo que nos permitirá, día a día, ser un banco cada vez mejor. En constante evolución. Como nuestros colaboradores, proveedores y clientes. Como nuestro país.

Los Principios de Ética de Itaú Unibanco





Identidad

Alineamos nuestras empresas a la identidad corporativa, basada en elevados estándares de ética, resiliencia y respeto por la sustentabilidad.



Buena Fe

Actuamos con transparencia y asumimos la responsabilidad de nuestros actos y elecciones.



Interdependencia

Estamos abiertos al diálogo e interactuamos con nuestro público con el fin de compartir acciones y objetivos que lleven al bien común.



Excelencia

Cultivamos ambientes que propicien la realización de un trabajo de alta calidad, relevante para quien lo ejecuta, para la institución y para la sociedad.

Prácticas y conductas que consolidan nuestros Principios de Ética





Principio de identidad

Alineamos nuestras empresas a la identidad corporativa, basada en elevados estándares de ética, resiliencia y respeto por la sustentabilidad.

Principio de identidad

En una sociedad en la que los cambios son rápidos y la competencia intensa, el gran desafío que las organizaciones tienen ante sí no es sólo crecer sino crecer con integridad. Para Itaú Unibanco, esto significa preservar en todas las empresas del grupo los valores, principios y objetivos que definen nuestra manera de pensar y de actuar.

Garantizar que la gestión de nuestras empresas y que todos nuestros productos y operaciones estén alineados con tales propósitos refuerza la identidad del conglomerado y protege la parte de nuestro patrimonio formada por activos intangibles, tales como credibilidad, valor de la marca, cultura y reputación, entre otros.

Somos una organización orgullosa de actuar de forma correcta. Por eso mismo, nos esforzamos para establecer vínculos efectivos con nuestro público (stakeholders: colaboradores, clientes, accionistas e inversores, proveedores, competencia, sector público, tercer sector y medios de comunicación), para evaluar los impactos socioambientales de la actividad financiera y para adoptar prácticas que apoyen la construcción de un mundo sustentable.

Responsabilidade corporativa

- Tomamos todos los cuidados necesarios para que los negocios y las operaciones de las empresas del grupo estén alineados con la Visión, los Valores, la Cultura, la Política de Sustentabilidad, con este Código y con los compromisos de gobierno reflejados en nuestras políticas de gestión de personas, performance, gestión de riesgos, controles financieros, auditoría, compliance, controles internos y seguridad corporativa.
- Difundimos las orientaciones y disposiciones del Código de Ética Itaú Unibanco entre nuestro público y le ofrecemos canales de diálogo en conformidad con la AccountAbility AA1000 –norma internacional que evalúa el nivel de compromiso y diálogo con el público.
- Garantizamos que nuestros estados contables reflejen de forma clara, simple y consistente la realidad de la institución, de sus empresas y de sus operaciones.
- Fomentamos, en nuestro día a día, la adopción de decisiones éticas y la adhesión a las mejores prácticas internacionales de marketing y ventas.

Principio de identidad

- Ayudamos a promover el desarrollo sustentable de las sociedades en las que actuamos.

Cumplimiento de leyes, normas y reglamentos

- Cumplimos las leyes, normas y reglamentos de los países en los que estamos presentes y respetamos todas las instancias del derecho (administrativo, ambiental, civil, comercial, laboral y tributario).
- Seguimos las directrices éticas y operacionales de los organismos reguladores del sistema financiero de los países y lugares en que actuamos, así como los dispositivos autorreguladores de las asociaciones empresariales a las que estamos vinculados.
- Promovemos internamente la idea de que leyes, normas y reglamentos por sí solos no cubren las implicaciones éticas de todas las situaciones. Por tal motivo, incentivamos a las personas a que reflexionen sobre la influencia que nuestras acciones ejercen, desde un punto de vista ético, sobre nuestro público, la sociedad y el medio ambiente.

- Mantenemos políticas y prácticas de prevención y lucha contra todo tipo de corrupción (desde el pago de coima y tráfico de influencias hasta el favorecimiento indebido), lavado de dinero, fraudes y otros actos ilícitos o criminales.

Relaciones laborales

- Cultivamos un ambiente de respeto a la dignidad, a la diversidad y a los derechos humanos.
- Adoptamos políticas y prácticas que contribuyen activamente a la prevención, combate y erradicación de formas degradantes de trabajo (infantil, forzoso y esclavo).
- Repudiamos cualquier tipo de discriminación, acoso, falta de respeto, explotación y prejuicio.
- Propiciamos el desarrollo humano y profesional de nuestros colaboradores por medio de prácticas y políticas adecuadas de salarios y beneficios, al igual que promovemos programas de educación, seguridad y salud en el trabajo.
- Respetamos el derecho de libre asociación sindical y de negociación colectiva.



Principio de buena fe

**Actuamos con transparencia y asumimos la
responsabilidad de nuestros actos y elecciones.**

Principio de buena fe

La buena fe radica en el origen de toda conducta ética, se basa en el respeto humano y tiene como premisas la honestidad de propósitos, la sinceridad y la cortesía.

Su práctica mejora nuestra percepción de las necesidades ajenas, aumenta el grado de confianza que tenemos los unos con los otros y facilita el diálogo y la convivencia.

La buena fe da como resultado una actuación más transparente y responsable que influye positivamente sobre la concretización de buenos negocios.

Actitudes que son ejemplos de buena fe

- Empeñarse en hacer lo correcto.
- Tratar a los demás como nos gustaría que nos trataran.
- Cultivar la cordialidad en las relaciones.
- Practicar el diálogo y no la imposición de un punto de vista.

- Practicar la escucha activa, dando lugar a la diversidad de opiniones relativas al trabajo y estimular el acercamiento entre pares, colegas y equipos.
- Colaborar con los colegas para la buena realización de las tareas y orientar con paciencia e interés a todos aquellos que nos lo soliciten.
- Compartir informaciones no confidenciales cuya falta de conocimiento pueda inducir a alguien a caer en error.
- Otorgar el debido crédito a las ideas y realizaciones de los colegas.
- No presentar ideas, opiniones o preferencias personales como si fuesen de la organización o de sus administradores.



Principio de interdependencia

Estamos abiertos al diálogo e interactuamos con nuestro público con el fin de compartir acciones y objetivos que lleven al bien común.

Principio de interdependencia

La Política de Sustentabilidad Itaú Unibanco parte de la convicción de que nuestro éxito presente y futuro se basa en la interacción ética y transparente con clientes, colaboradores, accionistas e inversores, aliados de negocios y sociedad en general.

De hecho, ese público tiene intereses legítimos en los buenos resultados y en la continuidad de la institución. Compartimos con él nuestros intereses en común y buscamos oportunidades de mutua colaboración que nos permitan establecer interacciones provechosas para todos.

Accionistas e inversores

- Desarrollamos buenas prácticas de gobierno corporativo con el fin de garantizar la continuidad de los negocios y retornos competitivos.
- Mantenemos al mercado informado de nuestra performance rindiendo cuentas oportunamente y con transparencia.
- Administramos con imparcialidad y eficiencia los intereses contrapuestos.

Cientes y consumidores

- Escuchamos con verdadero interés sugerencias, críticas y dudas e intentamos responder con profesionalismo y rapidez, teniendo en cuenta los intereses, el tiempo, las opiniones y los sentimientos de los consumidores.
- Respetamos la libertad de elección, por lo que informamos de forma clara y correcta para que se tomen decisiones conscientes.
- Rechazamos el uso de artificios como ventas atadas (ventas de productos condicionadas a la adquisición de otros) y otras formas de imposición o situaciones embarazosas en la realización de negocios.
- Adoptamos contratos de fácil comprensión para formalizar nuestras transacciones.

Principio de interdependencia

Proveedores, prestadores de servicios y aliados de negocios y comerciales

- Animamos a todos los aliados a compartir nuestros valores y principios éticos.
- Promovemos el trabajo digno y apoyamos el desarrollo sustentable en toda la cadena de suministro.
- Adoptamos criterios transparentes de selección y contratación y cultivamos relaciones basadas en el profesionalismo y en el respeto mutuo.

Sector público

- Orientamos nuestras relaciones con el sector público según los principios de la ciudadanía corporativa.
- Mantenemos nuestras decisiones libres de preferencias partidarias o ideológicas.
- Condicionamos eventuales contribuciones a partidos y candidatos políticos a las determinaciones de las legislaciones locales y a la conformidad con nuestras directrices corporativas.

Principio de interdependencia

Tercer sector

- Nos asociamos con entidades de la sociedad civil con vistas a la promoción de la sustentabilidad, el desarrollo social y cultural de las comunidades y el favorecimiento de las generaciones futuras.
- Condicionamos eventuales contribuciones a organizaciones no gubernamentales, sociedades civiles sin fines de lucro, entidades filantrópicas y otras asociaciones similares al cumplimiento de las legislaciones locales y a la conformidad con nuestras directrices corporativas.

Competencia

- Participamos en asociaciones empresariales con espíritu de cooperación y a efectos de mejorar el sector financiero.
- Actuamos en conformidad con los preceptos de la libre competencia y respetamos la reputación y las opiniones de la competencia.
- Respetamos la propiedad intelectual y no utilizamos informaciones de la competencia sin su autorización expresa.

Medios de comunicación

- Reconocemos y respetamos el deber de la prensa de informar a la opinión pública.
- Basamos nuestra relación con los medios en principios de veracidad e independencia.
- No confundimos el deber de informar con acciones de marketing y de publicidad.



Principio de excelencia

Cultivamos ambientes que propicien la realización de un trabajo de alta calidad, relevante para quien lo ejecuta, para la institución y para la sociedad.

Principio de excelencia

La forma en que llevamos a cabo nuestras tareas, cumplimos nuestros compromisos y nos comportamos pone de manifiesto el valor que atribuimos a los demás y a nosotros mismos, lo que indica nuestro carácter, civilidad y humanidad.

Nuestros hábitos y actitudes pueden tanto influir positivamente en la reputación y confianza que recibimos como generar dudas y dar origen a insatisfacciones personales y profesionales que, en casos extremos, pueden conducir a prácticas de corrupción y actos ilícitos. Por eso es tan importante cultivar comportamientos que protejan nuestra dignidad personal y hagan que los colegas y la empresa confíen en nosotros.

Sobre conductas personales

- Respete a quien piense diferente o no esté de acuerdo con usted.
- Recuerde que no se debe discriminar a nadie en función de preferencias políticas, sexuales, religiosas o culturales.
- No transmita rumores ni insidias.

- Recorra al sentido común y a la buena educación para aclarar malentendidos.
- Si se equivoca, no lo oculte. Esfuércese por mitigar las eventuales consecuencias negativas e intente aprender de sus errores.
- Utilice de forma consciente y responsable los beneficios que recibe, tales como medicina prepaga, productos bancarios, acceso a clubes, estacionamientos y otros.
- Participe con puntualidad y dedicación en los cursos de capacitación que la institución ofrece.
- Cuide las instalaciones, recursos, equipos y material de trabajo y no los utilice para fines particulares.
- Controle el consumo de agua, energía, papel, objetos de plástico y material de oficina para contribuir a la preservación del medio ambiente.

Principio de excelencia

Sobre prácticas y relaciones profesionales

- Comunique al gestor o al canal competente cualquier transgresión al Código de Ética Itaú Unibanco.
- Lleve a cabo su trabajo de forma consciente, íntegra, diligente y fiel a los intereses del conglomerado.
- Manténgase actualizado sobre los avances de su área, esforzándose para obtener las certificaciones que sean necesarias y para cumplir el código de conducta específico de su profesión.
- Sea cauteloso con las informaciones a las que tiene acceso e impida su filtración.
- Jamás dé consejos, divulgue informaciones o negocie con base en rumores.
- Relación con el equipo
Valore el trabajo en equipo, participe, entregue puntualmente lo que haya sido acordado y comparta conocimientos e informaciones que no sean de naturaleza confidencial.

- Relaciones con aliados de negocios y comerciales
Procure conocer las actividades y el origen de los recursos de los aliados de negocios para evitar que la institución contribuya con actos ilícitos involuntariamente.
- Relaciones con clientes y consumidores
Recorra a los canales competentes para atender solicitudes o solucionar conflictos que no sean de nuestra competencia.

Combata el lavado de dinero, fraudes y demás actos ilícitos siguiendo lo dispuesto en el programa *Conozca a su Cliente*.

- Relaciones con los medios de comunicación
Pida orientación a la asesoría de prensa antes de participar en entrevistas y programas en los medios.

Absténgase de hablar en nombre del conglomerado o de sus empresas en caso de no ser una fuente previamente autorizada.

Principio de excelencia

Sobre la gestión de finanzas personales

- Prevéngase contra desequilibrios financieros, pues traen perjuicios de orden moral, psicológico, profesional y social.
- Administre los negocios personales y familiares con planificación, prudencia y responsabilidad.
- Evite el incumplimiento.
- Dé prioridad a las inversiones a largo plazo y no realice negocios muy arriesgados u oportunistas.
- Haga uso de los recursos financieros de forma consciente.

Sobre préstamos, comercio y colectas entre colegas

- Evite solicitar o conceder préstamos a colegas de trabajo.
- No compre ni venda mercaderías en las oficinas de la organización.
- Garantice la participación facultativa y voluntaria en colectas para costear conmemoraciones o donaciones y no divulgue ni deje constancia de los montos que los participantes hayan donado.

Sobre conflictos de intereses

Siempre que los intereses personales de un colaborador o líder empresarial son contrarios a los de la institución o de su público surge un conflicto. Esas situaciones colocan en riesgo nuestra integridad y reputación. Por eso hay que resolverlas con eficiencia y transparencia, así como comunicarlas rápidamente a los canales competentes. Conozca las actitudes que ayudan a evitar el surgimiento de conflictos.

Principio de excelencia

- Protección de las informaciones y del *know-how*
Las informaciones y el *know-how* (conocimientos, tecnologías, métodos, sistemas, etc.) que circulan internamente son propiedad de Itaú Unibanco y no pueden utilizarse para fines particulares ni transmitirse a terceros. Las informaciones no públicas (restringidas, confidenciales e internas) merecen un cuidado especial. Su filtración puede perjudicar a nuestro público y a las relaciones de confianza que mantenemos con él.

Utilice nuestras informaciones y *know-how* únicamente en beneficio del conglomerado y de su público.

- Respete la privacidad de los clientes y mantenga en secreto sus informaciones, operaciones y servicios contratados.
- Proteja e impida la filtración de cualquier documento o información que pueda causar perjuicios o resultar incómodo para personas o empresas.
- Asegúrese de que otros sectores del conglomerado no tengan acceso a informaciones no públicas que circulen en su área.

- Solicite la autorización de un director antes de utilizar informaciones y *know-how* de Itaú Unibanco en actividades y publicaciones externas o de comentarlas en comunidades y medios de internet.

- Al desvincularse de la institución, no se lleve copias de informaciones, procesos o conocimientos que sean propiedad de Itaú Unibanco.

- Operaciones financieras personales

Base sus inversiones, financiamientos y préstamos en informaciones públicas, siguiendo las legislaciones y restricciones de las políticas, normas y procedimientos internos que prohíben el uso de informaciones privilegiadas.

- Obsequios, regalos y cortesías

Evite aceptar u ofrecer obsequios, regalos, gratificaciones, patrocinios, descuentos en transacciones de carácter personal, viajes de negocios o turismo, invitaciones para participar en eventos y cualquier otra ventaja.

En el caso de que las prácticas de mercado exijan un intercambio de obsequios, limite su valor a la cuantía que el conglomerado establece anualmente vía norma interna.

Principio de excelencia

En lo que se refiere al sector público, jamás ofrezca o acepte regalos, favores o ventajas de funcionarios –profesionales concursados o designados– de cualquier instancia e institución, incluidos aquellos que ocupen cargos políticos y sus partidos.

Los administradores y colaboradores del Directorio de Compras de Itaú Unibanco S.A. (Brasil) no deben aceptar ningún obsequio, regalo o ventaja, incluidos los más simples, como agendas o bolígrafos.

- **Actividades externas**

El trabajo en otras organizaciones como empleado, prestador de servicio, consultor, director o consejero no puede estar en conflicto de ninguna manera (naturaleza, propósito, tiempo) con su actividad en el conglomerado y debe contar con la autorización del comité de ética de la institución.

- Relaciones comerciales

Solicite autorización expresa de un director antes de establecer relaciones comerciales particulares con clientes, proveedores, prestadores de servicios, aliados de negocios o empresas que mantengan cualquier tipo de relación, interés o vínculo con el conglomerado.

- Familiares en la empresa

La indicación y contratación de familiares está permitida en el ámbito de la institución, siempre y cuando no traiga consigo conflictos de interés potenciales o presumidos. No obstante, está prohibido el trabajo de familiares de primero y segundo grados en una misma superintendencia. Las excepciones deberán someterse al análisis y la aprobación del comité de ética. De cualquier forma, al indicar a un familiar, informe siempre al responsable de la contratación.

Alcance y gestión del Código de Ética



Al difundir nuestros valores y orientar los mejores comportamientos y actitudes para diferentes situaciones del cotidiano corporativo, nuestro Código de Ética ayuda a garantizar que las políticas y prácticas de la organización se mantengan moralmente alineadas y coherentes con los principios que defendemos.

El Consejo de Administración aprobó las directrices del Código de Ética, que forman parte del Programa de Ética establecido por la Comisión Superior de Ética del conglomerado, que también evalúa el cumplimiento de este Código en todas las instancias de la institución. Esta gestión se realiza por medio de la Consultoría de Ética Corporativa, vinculada al área de Personas.

Por tanto, más que un simple documento, el Código de Ética es una herramienta de trabajo para todos en la organización, independientemente del nivel jerárquico. Cada colaborador, consejero o director de una empresa de Itaú Unibanco Holding S.A., en Brasil y en el exterior, debe actuar de acuerdo con las orientaciones de este Código.

El efectivo compromiso con nuestros Principios de Ética es la primera contribución de cada uno para construir un banco sólido, perdurable y capaz de desarrollarse de manera sustentable y comprometida con su tiempo.

Comunicación de desvíos éticos



Cada uno de nosotros tiene la responsabilidad de asegurar el cumplimiento del Código de Ética de Itaú Unibanco en todas las instancias de la organización. Administradores y colaboradores deben estar atentos y comunicar eventuales irregularidades a los canales competentes.

En el día a día, también pueden surgir situaciones dudosas o que no estén previstas en este Código y que requieran un análisis individual.

Sea como sea, el conglomerado mantiene canales preparados para recibir dudas, denuncias, quejas y sugerencias y realizar las averiguaciones que sean necesarias. Los denunciantes estarán protegidos contra represalias y las averiguaciones se llevarán a cabo de forma profesional, imparcial, sigilosa y confidencial. Manifestaciones anónimas también serán aceptadas. Lo importante es no abstenerse. **Ante la duda, pregunte.**

Superintendencia de ombudsman

Esta superintendencia recibe y solicita la investigación de hechos y prácticas contrarios al Código por parte de colaboradores y administradores de todos los niveles.

Recibe y solicita la evaluación, por parte de la Comisión Superior de Ética, de dudas de interpretación sobre el Código, cuestionamientos sobre situaciones no previstas, impases y dilemas éticos y consultas sobre conflictos de interés.

Contacto:

Teléfono: 0800 721 4040

Fax: 0800 721 3030

E-mails externos:

ombudsman@ombudsman.itau-unibanco.com.br

y ombudsman.itub@terra.com.br

E-mail interno: ombudsman

Sitio intranet: Portal Digital Itaú>Ombudsman>Site / Blog

Correspondencia: Caixa Postal: 26517 – CEP 04311-970

Para hablar en persona, es necesario pedir cita por teléfono.

Comité de auditoría

Recibe y solicita la investigación de casos de desvíos de conducta de administradores, de sospechas y denuncias de incumplimiento legales o reglamentarias, de fraudes y errores en controles internos y en actividades de contabilidad y auditoría.

Contacto:

E-mail externo: comite.auditoria@itau-unibanco.com.br

E-mail interno: comite auditoria

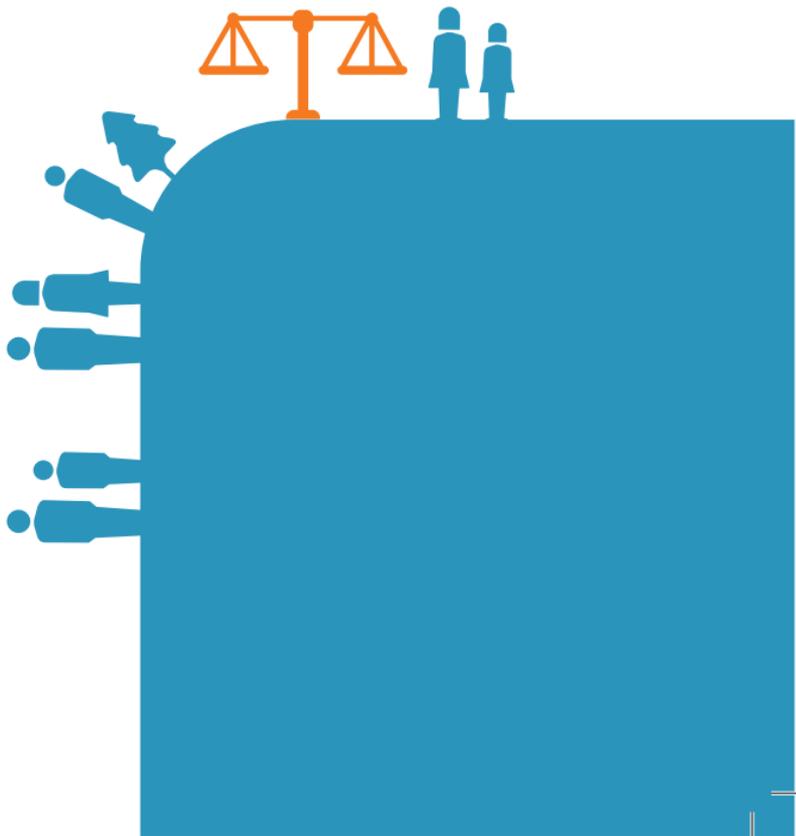
Correspondencia:

Comitê de Auditoria Itaú Unibanco Holding S.A.

Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100

Torre Olavo Setubal, Piso PM

CEP 04344-902 – São Paulo – SP



Notas adicionales para las unidades internacionales



Desvíos de conducta en las unidades internacionales

Las Unidades Internacionales continúan realizando los procedimientos actuales para recibir y tratar las manifestaciones relativas al Código de Ética Corporativo (denuncias, reclamaciones, sugerencias, pedidos de orientación, etc.).

Observación: las Unidades Internacionales deben enviar reportes trimestrales a la Superintendencia de Ombudsman para que el ombudsman y la Consultoría de Ética Corporativa (CONET) consoliden todos los reportes (Brasil incluido) e informen a la Comisión Superior de Ética.

El canal Comité de Auditoría se aplica a todas las Unidades Internacionales, es decir, todos los casos mencionados en el párrafo de la página 48 deberán enviarse, en el momento oportuno, al e-mail del Comité de Auditoría en Brasil.

Canal de comunicación de desvíos éticos – Local

Las denuncias se podrán canalizar a través de Compliance personalmente o por mail a compliance@oca.com.uy

¿Qué es la superintendencia de ombudsman?

La Superintendencia de Ombudsman, creada en noviembre de 2007, actúa con la intención de mantener un ambiente abierto y de confianza, facilitar que los colaboradores estén cada vez más alineados a la identidad de Itaú Unibanco y, de esta forma, contribuir a sustentar un alto nivel de integridad en toda la organización.

El ombudsman ayuda a los colaboradores a encontrar las mejores soluciones para cuestiones relativas al ambiente de trabajo, tales como: dificultad de entablar relaciones interpersonales, dilemas, conflictos, problemas de gestión y necesidad de consejo. Para ello, este servicio se rige por tres principios: independencia, confidencialidad y neutralidad. La confidencialidad es una opción que se le ofrece al colaborador quien, a su libre albedrío, elegirá entre identificarse o adoptar determinado grado de anonimato o sigilo. La finalidad de este principio es proteger al colaborador de una exposición innecesaria o no deseada. La neutralidad es fundamental para tratar del caso sin tomar partido, sin emitir juicios de valor u opiniones. A su vez, la independencia es importante para garantizar la libertad de acción, la transparencia necesaria en el proceso de atención y el derecho del ombudsman de ponerse en contacto con cualquier persona, de cualquier nivel jerárquico, cuando sea necesario.

Código de conducta de la unidad internacional



OCA como Institución financiera está sujeta a leyes, decretos y normas del BCU que regulan la actividad financiera en el país y el relacionamiento con los clientes a fin de velar por el mantenimiento de la confianza pública en las Instituciones y productos del sistema financiero y de promover la protección de los derechos de los clientes.

El incumplimiento de estas normas podría dar lugar a sanciones además de afectar la imagen de OCA como Institución.

En tal sentido, la Dirección ha asumido un compromiso en el cumplimiento de todas las regulaciones, por lo cual en caso de verificar violaciones a las mismas además de tomar las medidas de corrección necesarias y de sancionar desvíos, las infracciones deberán ser informadas al Banco Central del Uruguay.

Notas de traducción



AccountAbility – Organización global, independiente y sin fines de lucro que promueve responsabilidad, prácticas de negocio sustentables y responsabilidad corporativa.

AA1000 – Norma internacional que exige certificación desarrollada por AccountAbility compuesta de principios y estándares de proceso centrados en el establecimiento de vínculos con el público estratégico. Itaú Unibanco adoptó esta norma en 2006.

Conozca a su cliente – Traducción de la expresión en inglés Know your Client / Customer (KYC). Se trata de una medida exigida por los organismos reguladores bancarios por medio de la cual las instituciones financieras y otras empresas deben identificar a sus clientes con objeto de entablar negocios financieros con ellos. En los Estados Unidos, el procedimiento KYC es una política implementada en conformidad con el programa de identificación de clientes requerido por Bank Secrecy Act y USA PATRIOT Act.

OSCIP – Organización de la Sociedad Civil de Interés Público. Son organizaciones (grupos de personas o profesionales) sin fines de lucro que trabajan en asociación con organismos públicos con el objetivo de fomentar la realización de actividades de interés público.

Resiliencia – En el ámbito corporativo significa la capacidad de resistir a las crisis y recuperar las actividades, o la disposición de mantener un nivel deseable de operacionalización a pesar de las presiones del ambiente en que se actúa.

Tercer sector – Son todas las iniciativas privadas de utilidad pública con origen en la sociedad civil.

Código de Ética

Itaú Unibanco

Este Código de Ética se aplica a todos los administradores y colaboradores de Itaú Unibanco Holding S.A.