

Código de

# Ética

Itaú Unibanco



# Índice

|   |           |  |           |
|---|-----------|--|-----------|
| <b>Mensaje de los líderes</b>               | <b>03</b> | Conflictos de intereses  | 14        |
| <b>El Principio de identidad</b>            | <b>04</b> | Informaciones y know-how   | 14        |
| Responsabilidad social corporativa          | 04        | Relaciones de parentesco y proximidad  | 15        |
| Cumplimiento de leyes, normas y reglamentos | 05        | Actividades externas y relaciones personales con clientes, proveedores y aliados comerciales | 15        |
| Relaciones laborales                        | 05        | Regalos y aportaciones   | 16        |
| <b>El Principio de interdependencia</b>     | <b>06</b> | <b>Alcance y gestión del Código de Ética Itaú Unibanco</b>                                   | <b>17</b> |
| Clientes y consumidores                     | 06        | Dudas y excepciones  | 17        |
| Accionistas e inversores                    | 07        | Canales de orientación y notificación  | 17        |
| Proveedores                                 | 08        | Sanciones disciplinarias   | 18        |
| Competidores                                | 08        | <b>Notas adicionales para las unidades internacionales</b>                                   | <b>19</b> |
| Sector público                              | 09        | Desvíos de conducta en las unidades internacionales  | 19        |
| Tercer sector                               | 10        | Canal de comunicación de desvíos éticos – Local  | 19        |
| Medios de Comunicación                      | 10        |  |           |
| <b>El Principio de buena fe</b>             | <b>11</b> |  |           |
| <b>El Principio de excelencia</b>           | <b>12</b> |  |           |
| Postura profesional                         | 12        |  |           |



# Mensaje de los líderes

El mundo cambia. Esa verdad inexorable hace que nos replanteemos constantemente nuestra relación con la sociedad y el mercado. Por eso mismo, sentimos la necesidad de actualizar nuestro Código de Ética.

Este documento, conjuntamente con nuestra Visión y nuestra cultura corporativa, llamada Nuestra Manera, ayuda a dejar patentes nuestros valores más esenciales. Estamos convencidos de que seguir los principios que contiene ayuda a asegurar la perdurabilidad y credibilidad de Itaú Unibanco.

Nuestro Código se basa en cuatro principios básicos: identidad (lo que nos distingue de las demás empresas), interdependencia (motor de la convivencia social), buena fe (confianza que genera confianza) y excelencia (búsqueda continua de una calidad superior). Tales principios inspiran nuestras normas, reescritas con la intención de dejarlas más claras y comprensibles, pero sin perder su esencia.

El Código de Ética es, y debe ser, un documento de consulta permanente para los administradores y colaboradores de nuestra organización. Ante todo, tiene un carácter educativo, además de disciplinario, con objeto de orientar una postura más adecuada y coherente con nuestras directrices. En él queda claro qué conductas consideramos adecuadas y, por consiguiente, necesarias, y cuáles consideramos inadecuadas y, por tanto, inaceptables.

Orientarse por este Código equivale a utilizar una brújula moral que nos permita encontrar el mejor comportamiento y tomar la mejor decisión en pro del bien común.

En él se expresa nuestra convicción de que las organizaciones que desean perdurar no admiten ganar a cualquier precio y la creencia de que el éxito de una compañía depende de su capacidad de liderar con ética y responsabilidad.

No cabe duda de que si todos nos empeñamos en poner en práctica, diaria y constantemente, los principios de este Código, construiremos una organización aún más sólida y ética, motivo de orgullo para todos nosotros.

Agosto 2016

**Pedro Moreira Salles**  
Presidente del Consejo  
de Administración

**Roberto Setubal**  
Presidente Ejecutivo



# El 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.**

A ejemplo de cualquier persona cuyos rasgos de personalidad la distinguen de las demás, toda organización duradera tiene una identidad corporativa que hace que sea inconfundible. La identidad es la respuesta a una pregunta clave: ¿quiénes somos? Es decir, ¿qué rasgos nos describen y permiten que nuestro público y la sociedad nos reconozcan como una empresa distinta de las demás?

Somos una organización que se siente orgullosa de actuar de forma correcta. Por eso mismo, nos esforzamos para establecer vínculos efectivos con nuestro público, cuidamos la calidad de nuestros productos y servicios, analizamos los impactos socioambientales de nuestra actividad financiera y adoptamos prácticas que contribuyan a la construcción de valor compartido.

Esos rasgos de identidad de Itaú Unibanco están definidos, sobre todo, en nuestra cultura organizacional y en las directrices y prácticas de gobierno corporativo sintetizadas a continuación.

## Responsabilidad social corporativa

Con el fin de evitar desviaciones morales y favorecimientos indebidos para Itaú Unibanco o terceros, incentivamos la adopción de decisiones con una orientación ética. Para concretizar esta directriz:

- Alineamos las actividades, negocios y operaciones de las empresas de la organización con la Visión, Cultura, Valores, Código de Ética Itaú Unibanco y demás compromisos expresados en nuestras políticas de gestión de personas, gestión de riesgos, controles financieros, auditoría, compliance, controles internos, sustentabilidad y seguridad corporativa (lo cual incluye prevención contra actos ilícitos y seguridad de la información entre otras directrices).
- Proporcionamos de forma clara y correcta las informaciones que nuestro público y la sociedad necesitan para tomar decisiones con relación a nuestra organización.
- No hacemos uso de cualquier artificio, imposición o constreñimiento en nuestras actividades, operaciones y negocios.
- Protegemos las informaciones no públicas (restringidas, confidenciales e internas) para evitar que su filtración perjudique la organización, nuestro público y la sociedad en general, así como las relaciones de confianza que mantenemos con todos ellos.
- En nuestras operaciones y negocios tenemos en cuenta los dilemas y los riesgos asociados a temas delicados relacionados con la preservación del medio ambiente y la lucha contra el crimen, tales como: comercio de armas, generación de energía, minería, biodiversidad, casinos, uso de amianto, investigación con animales, ingeniería genética y otros.



# El Principio de Identidad

## Cumplimiento de leyes, normas y reglamentos

- Cumplimos las leyes, normas y reglamentos vigentes en los países en que operamos.
- Mantenemos políticas y prácticas institucionales de prevención y lucha contra toda forma de corrupción (soborno, tráfico de influencia, favorecimiento indebido, etc.), lavado de dinero, fraudes y otros actos ilícitos o criminales.
- Seguimos las directrices éticas y de autorregulación de las asociaciones empresariales a las que estamos vinculados.
- Internamente, extendemos 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 acerca de la influencia que nuestras acciones ejercen, desde un punto de vista ético, sobre nuestro público, la sociedad y el medio ambiente.

## Relaciones laborales

Valoramos a nuestros colaboradores al:

- Respetar los derechos humanos y promover la diversidad social. Por eso, 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 forzoso).
- Proporcionar las mismas oportunidades de acceso al trabajo y promoción profesional por medio de los procesos de selección, admisión y ascenso con la intención de identificar a las personas más adecuadas al perfil del cargo y más capacitadas para ejercer las funciones que corresponda.
- Remunerar, ascender y reconocer adecuadamente con base en criterios meritocráticos.
- Mantener programas de educación, seguridad y salud en el trabajo.
- Garantizar sus derechos de negociación colectiva y de libre asociación partidaria, religiosa y sindical.



# El Principio de Interdependencia

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

La convivencia social presupone que así como dependemos de los demás, los demás también dependen de nosotros. La realización de nuestros intereses no puede darse a costa de los intereses de los demás, pues se corre el riesgo de desgastar los lazos establecidos con nuestro público. Creemos que el valor compartido beneficia a todas las partes involucradas y permite que las relaciones perduren.

Por eso mismo, fomentamos el diálogo y la cooperación con nuestro público, intentamos armonizar sus intereses con los nuestros, acogemos sus sugerencias y críticas para potenciar nuestro desempeño, respondemos de forma ágil y correcta a sus dudas y mejoramos incansablemente nuestros productos y servicios. De esa forma, intentamos convertir nuestra atención en oportunidades para crear valor.

## Clientes y consumidores

Los clientes y consumidores son nuestra razón de ser. Identificar sus expectativas y necesidades y perfeccionar nuestras actividades, haciendo un esfuerzo permanente de sintonía, son las formas apropiadas de actuar en el mercado bancario. Por eso:



### Es necesario

- Respetar su libertad de elección después de haber facilitado, de forma clara, correcta y oportuna, las informaciones necesarias para que tomen decisiones bien fundamentadas.
- Adoptar contratos de fácil comprensión dejando claro los derechos y deberes de las partes y resaltando los riesgos existentes de modo que no resten dudas o que no haya malentendidos.

- Poner a su disposición canales de atención preparados para escucharles atentamente y aptos para solucionar rápidamente solicitudes, quejas y sugerencias.
- Valorar su privacidad y utilizar dispositivos de seguridad y protección de la información a efectos de garantizar su uso con su previo conocimiento y en su propio beneficio, en el sentido de fortalecer la relación de confianza.
- Entender las necesidades de los clientes para proporcionar informaciones y soluciones financieras que contribuyan a que individuos y empresas tengan una relación saludable con el dinero.



### Es inaceptable

- Recurrir a artimañas como ventas atadas (ventas de productos condicionadas a la adquisición de otros productos) y otras formas de imposición o situaciones embarazosas en la realización de negocios.
- Obtener resultados a cualquier precio despertando expectativas a respecto de productos o servicios que no respondan a la realidad, o induciendo a clientes y consumidores a error, dejando sus necesidades e intereses en segundo plano.
- Difundir informaciones, aconsejar o negociar con base en rumores o datos no confiables, bajo pena de causar perjuicio a las partes.



# El Principio de Interdependencia

## Accionistas e inversores

Con el fin de preservar los intereses específicos de los accionistas e inversores, Itaú Unibanco considera que:



### Es necesario

- Adoptar prácticas transparentes, objetivas e imparciales de monitoreo de los conflictos de intereses entre accionistas, administradores e Itaú Unibanco.
- Atenerse a las reglas preestablecidas, aprobadas en asamblea y previamente informadas al mercado, para realizar negocios u operaciones. Ya se trate de accionistas, controlantes, administradores y respectivos familiares y cónyuges, o empresas controladas y asociadas de la institución, hay que mantener la igualdad y el cumplimiento de las políticas y procedimientos de Itaú Unibanco.
- Proporcionar de forma clara, correcta y objetiva las informaciones necesarias para que las partes interesadas tomen decisiones fundamentadas y aumente la transparencia.
- Establecer mecanismos de prevención a la fuga de informaciones privilegiadas que contribuyan eficazmente a un buen gobierno corporativo.
- Preparar estados contables y financieros que traduzcan con rigor y claridad las transacciones efectuadas y permitan la más adecuada toma de decisiones por parte del público.
- Realizar análisis preventivos de nuestros riesgos operativos, financieros, sociales, ambientales y de reputación teniendo en cuenta la perdurabilidad del negocio.



### Es inaceptable

- Concretizar un negocio o una operación con partes relacionadas con vistas a atender exclusivamente a los intereses particulares de accionistas, administradores o terceros, puesto que tal procedimiento constituye abuso de poder.
- Dejar de recibir sugerencias, críticas y dudas de cualquier parte relacionada, o dejar de responderlas a su debido momento y de forma correcta y profesional, dando lugar a insatisfacciones y eventuales quejas.
- Beneficiarse de informaciones privilegiadas para vender o comprar activos financieros (acciones, debentures, etc.) directamente o por medio de terceros, puesto que se trata de abuso de confianza.
- Valerse de oportunidad o prospección de negocios identificada por las empresas de Itaú Unibanco para beneficiarse perjudicando a accionistas e inversores.
- Filtrar cualquier información cuya utilización pueda interferir en el valor de mercado de las acciones de Itaú Unibanco, ya que tal acto puede traer consigo perjuicios a los accionistas e inversores.



# El Principio de Interdependencia

## Proveedores

Empresas como Itaú Unibanco forman una cadena de valor en conjunto con sus proveedores de bienes, prestadores de servicios, aliados comerciales y de negocios. Nuestra responsabilidad se extiende a nuestra red de asociaciones. Por lo tanto:



### Es necesario

- Adoptar criterios objetivos, transparentes y justos de selección y contratación para no dar margen a ningún tipo de favorecimiento ni descrédito de las alianzas realizadas.
- Apoyar el desarrollo sustentable de los proveedores, la promoción del trabajo digno y el cumplimiento de los requisitos legales, laborales, ambientales, sanitarios y de seguridad, haciendo especial énfasis en la lucha contra actos ilícitos o criminales (corrupción, tráfico de influencia, fraudes, lavado de dinero y contrabando, entre otros) para mantenernos alineados con los principios de nuestro Código de Ética.



### Es inaceptable

- Tolerar cualquier forma de trabajo degradante (infantil, forzoso y otros) o condiciones de trabajo peligrosas para la salud, además de abusos físicos y psicológicos, con objeto de no apoyar la economía informal ni poner nuestra imagen en entredicho.
- Mantener con los proveedores vínculos comerciales y personales que puedan influir en la adopción de decisiones y comprometer nuestra exención.

## Competidores

Que haya competencia es algo esencial para que los clientes y consumidores puedan ejercer su derecho a la libre elección. No obstante, debemos permanecer atentos a dos tipos de prácticas: la competencia desleal, que recurre a artimañas para privilegiar unas empresas en perjuicio de otras, y la formación de trusts o carteles que someten el mercado a un juego de cartas marcadas que perjudica directamente a los compradores de bienes o servicios. En razón de ello:



### Es necesario

- Actuar en conformidad con los preceptos de la libre competencia y respetar la reputación y las opiniones de nuestros oponentes.
- Formar parte de asociaciones empresariales con espíritu de cooperación y con el único objetivo de perfeccionar los sectores de la economía en los que actuamos.
- Respetar la propiedad intelectual y no utilizar informaciones de la competencia sin su autorización expresa.



### Es inaceptable

- Promover prácticas de espionaje empresarial y obtener planes y acciones de la competencia por medio de métodos turbios.
- Hacer comentarios que puedan afectar la imagen o contribuir a divulgar rumores sobre nuestra competencia.
- Tratar con nuestros competidores de asuntos delicados que constituyan nuestros aspectos distintivos estratégicos, tales como estrategias de negocio, ventajas competitivas, política de precios, términos de contrato, costos, encuestas de mercado, resultados contables y de gestión, desarrollo de nuevos productos, servicios y tecnologías.





# El Principio de Interdependencia

## Sector público

Las relaciones y los contactos que mantenemos con agentes públicos, independientemente de cargo o jerarquía, exigen una gran transparencia y rigurosa rendición de cuentas de nuestra parte. Por eso:



### Es necesario

- Mantener nuestras decisiones corporativas libres de preferencias partidarias o ideológicas para no comprometer la exención de Itaú Unibanco.
- Relacionarse teniendo siempre en cuenta el conflicto aparente de intereses, o la percepción que otros puedan tener de nuestra conducta, para no poner en tela de juicio la integridad de Itaú Unibanco.
- Limitar nuestras alianzas y contribuciones (patrocinios, donaciones y otros) al beneficio de la colectividad y con la finalidad de perfeccionar el servicio público como forma activa de ejercer nuestra ciudadanía corporativa.
- Condicionar eventuales contribuciones a partidos o a candidatos políticos a las determinaciones de las legislaciones locales y a la conformidad con nuestras directrices de perfeccionamiento de la ciudadanía y de la sociedad. Los recursos donados deberán constar en los documentos contables y darse a conocer según la legislación vigente en los países en que operemos.
- Respetar la manifestación de opiniones y la participación política de los administradores y colaboradores en carácter estrictamente personal, siempre y cuando tales prácticas no representen explícitamente la posición de Itaú Unibanco ni constituyan una forma velada de apoyo institucional.



### Es inaceptable

- Satisfacer intereses particulares en perjuicio del bien común o contribuir a la apropiación privada de recursos públicos, puesto que son prácticas que perjudican los intereses generales y ponen en riesgo la reputación de Itaú Unibanco.
- Ganarse a autoridades, funcionarios, agentes del servicio público o candidatos a cargos electivos por medio de regalos o favores indebidos para que faciliten negocios o licitaciones o para que cumplan sus obligaciones legales o agilicen rutinas. Tales prácticas constituyen formas de corrupción y configuran infracciones criminales.
- Demostrar cualquier preferencia corporativa por actos y declaraciones de agentes gubernamentales, así como hacer comentarios de naturaleza política que comprometan el mantenimiento de relaciones que pretenden ser exclusivamente comerciales.
- Condicionar eventuales aportaciones (patrocinios, donaciones y otros) a la obtención de beneficios indebidos para Itaú Unibanco, para sí mismo o terceros en función de los efectos perjudiciales sobre los intereses públicos y la reputación de Itaú Unibanco.



# El Principio de Interdependencia

## Tercer sector

Se refiere al sector constituido por organizaciones no gubernamentales con fines no económicos, tales como Asociaciones, Fundaciones, Organizaciones Sociales (OS) y Organizaciones de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIP), cuyo principal objetivo es producir servicios de carácter público. Nuestra relación con este sector supone uno de los aspectos más importantes de nuestra ciudadanía corporativa, en la medida en que asocia la eficacia económica a la inversión social y pretende ayudar a construir una sociedad más igualitaria en cuanto a la oferta de oportunidades. En razón de ello:



### Es necesario

- Establecer alianzas destinadas a fomentar el desarrollo sustentable de la sociedad para no comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, respetando estrictamente los límites de las legislaciones locales y en conformidad con nuestras directrices corporativas.
- Destinar los patrocinios y las donaciones al desarrollo social, económico, educativo, cultural y ambiental de las comunidades con las que mantenemos relaciones.
- Apoyar y fomentar las acciones sociales que Itaú Unibanco haya realizado por medio de sus institutos y fundaciones.



### Es inaceptable

- Sellar alianzas y dar contribuciones (patrocinios y donaciones, entre otros) a organizaciones del tercer sector en función de relaciones personales o que no estén en conformidad con la legislación y las directrices corporativas.
- Realizar acciones de inversión social con el único objetivo de viabilizar negocios.

- Condicionar la inversión social a la adquisición de productos o servicios del banco por parte de las organizaciones beneficiadas.

## Medios de Comunicación

Reconocemos la importancia de los medios de comunicación de masas como línea de frente en defensa de la libertad de expresión, de los intereses públicos y de la variedad de opiniones, valores esenciales para consolidar la democracia en el país. La difusión de noticias y análisis que los medios realizan es esencial a la hora de informar a la población y dotarla de instrumentos indispensables para que adopten una posición ante los más variados problemas de modo consciente. Por eso:



### Es necesario

- Mantener una relación con los medios de comunicación que se rija por la veracidad y la independencia, con la clara intención de ayudar a que los medios de comunicación cumplan su función de informar a la opinión pública con el debido cuidado.



### Es inaceptable

- Confundir la obligación de rendir cuentas con acciones de marketing o propaganda para no dar lugar a eventuales malentendidos que induzcan a error a nuestro público.



# El Principio de Buena Fe

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

Las evidencias demuestran que confianza genera confianza, y a veces redoblada. En ese sentido, hay que aplicar la tradicional regla de oro: portarnos con los demás como nos gustaría que se portasen con nosotros.

Estamos orientados por tres ejes principales: sabemos que si no tratamos a los demás de forma justa, tal como ellos esperan, no seremos dignos de crédito; sabemos que al asumir la responsabilidad de nuestros actos y elecciones daremos prueba de la honestidad de nuestros propósitos; sabemos que no hay negocio que resista sin que haya una sólida confianza entre las partes. Por eso, y con el fin de asegurar la credibilidad de Itaú Unibanco y consolidar la confianza depositada en nosotros:



### Es necesario

- Dialogar, lo que significa estar abierto a recibir opiniones divergentes de carácter constructivo, pues eso distiende el ambiente de trabajo, favorece la convivencia social, abre horizontes y multiplica las oportunidades de innovación.
- Reconocer las ideas y realizaciones de los colegas con la intención de dignificar su trabajo y resguardar lo que les pertenezca.
- Compartir informaciones no confidenciales cuya falta de conocimiento pueda comprometer actividades o decisiones ajenas. Eso fortalece la relación con el público y la sociedad y mejora la calidad de las relaciones.



### Es inaceptable

- Inducir a error y causar perjuicio a los demás, aunque tal práctica pueda beneficiar a Itaú Unibanco.
- Usar el nombre de Itaú Unibanco o el propio cargo para obtener beneficios personales, o ventajas para familiares y terceros, asumiendo el riesgo de dañar la propia reputación profesional y la de la organización.
- Presentar ideas, opiniones y preferencias personales como si fuesen de Itaú Unibanco, de sus administradores o colaboradores, acto que mina la confianza y el clima de colaboración.



# El Principio de Excelencia

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

Para poder distinguirse en un mercado altamente competitivo, es necesario prestar servicios de calidad superior. Esos estándares de calidad dependen del perfeccionamiento continuo de nuestro trabajo y de los procesos en los que se apoya, así como de un ambiente motivador, de respeto mutuo y ampliamente cooperativo.

La excelencia de nuestro trabajo es el resultado de una construcción colectiva y depende, sobre todo, de la calidad de la postura profesional y de la manera como solucionamos conflictos de intereses.

## Postura profesional

Nuestras elecciones y actitudes tanto ejercen una influencia positiva sobre la confianza que recibimos como generan descrédito, dando origen a insatisfacciones personales y profesionales. Por eso es importante cualificar nuestra conducta profesional. Como resultado de ello:



### Es necesario

- Fomentar relaciones basadas en la cooperación y el respeto a la dignidad y la igualdad en el trato, ayudando a crear un ambiente propicio al desarrollo y a una buena interacción con la finalidad de mantener un clima participativo y cordial.
- Aprender de los errores cometidos, reconociéndolos y proponiendo posibles mecanismos de prevención debido a su potencial de provocar perjuicios a los demás colegas y a Itaú Unibanco.
- Trabajar de manera consciente, íntegra, diligente y fiel a los intereses de Itaú Unibanco.

- Cuidar de las instalaciones, recursos, equipos, máquinas y demás materiales de trabajo disponibles y utilizarlos para fines particulares solamente en casos de emergencia y con suma moderación.
- Usar de forma responsable los beneficios recibidos, a ejemplo de los programas de medicina prepaga y de cuidados odontológicos, productos y servicios bancarios, vale alimentario, transporte, estacionamiento y clubs recreativos, entre otros, respetando estrictamente las reglas y dando una sensata demostración de colaboración.
- Ejercer nuestra ciudadanía corporativa al respetar el derecho a la libre asociación partidaria, religiosa y sindical, cumplir las convenciones y los acuerdos colectivos y observar los derechos y deberes laborales.
- Seguir las orientaciones del consumo consciente y no desperdiciar recursos, tales como agua, energía, papel, objetos desechables, materiales de oficina y combustible, entre otros, haciendo un esfuerzo para preservar el medio ambiente y reciclar todo lo que sea posible.
- Garantizar y respetar la participación facultativa y voluntaria a la hora de costear conmemoraciones internas, regalos a colegas, amigo secreto o donaciones, sin permitir la divulgación de los montos desembolsados, con el fin de mantener un buen clima de cordialidad. Se recomienda prudencia y moderación en lo que se refiere a los valores para evitar exageraciones, sospechas y murmuraciones.
- Evitar realizar rifas, sorteos, apuestas o juegos con premios.
- Moderar el uso de bebidas alcohólicas en las conmemoraciones internas y no hacer demasiado ruido para no perjudicar las relaciones y la buena marcha del trabajo.
- Informar al gestor directo en caso de que se tenga la intención de ser candidato a cargo



# El Principio de Excelencia

público electivo por lo menos tres meses antes de presentar el pedido de homologación de candidatura, con el propósito de mantener el buen orden de los servicios.

- Prevenirse contra desequilibrios financieros que traen consigo perjuicios de orden moral, psicológico, profesional y social. Administrar los negocios personales y familiares de forma planificada, prudente y responsable, utilizando los recursos financieros de forma consciente.
- Basar las inversiones, financiamientos y préstamos en informaciones públicas, en conformidad con las legislaciones y las restricciones de las políticas, normas y procedimientos internos que prohíben el uso de informaciones privilegiadas.
- Evitar utilizar redes sociales o cualquier otro medio de comunicación, externos al banco, para tratar de asuntos de trabajo.
- Comunicar al gestor o al canal competente, de forma fundamentada, cualquier transgresión al presente Código, demostrando estar atento y poseer un espíritu de cooperación con Itaú Unibanco.



## Es inaceptable

- Discriminar a cualquier persona en función de su género, cultura o etnia, raza o color de piel, condición social, religión, edad, estado civil, orientación sexual, convicciones políticas o filosóficas, características físicas permanentes o temporales, discapacidades y otros. Este tipo de comportamientos representan actos de intolerancia que ofenden a las personas y atacan su dignidad.
- Practicar o tolerar el acoso moral o sexual, conductas que provocan daños a la integridad personal de quien las sufre y traen consecuencias legales y nocivas para el ambiente de trabajo.

- Usar el cargo y, consecuentemente, su influencia para obtener ventajas de cualquier tipo o beneficios indebidos para sí o para terceros.
- Practicar bullying, entendido como acto de violencia física o psicológica intencional o rutinera que tiene por objeto intimidar o agredir por medio de provocación perjudiciosa referente a discapacidades, características personales, falta de habilidad o errores de colaboradores, avergonzando a la víctima y perjudicando las relaciones en el ambiente de trabajo.
- Castigar o vengarse de quien se comunique, de buena fe, con los canales competentes para notificar una situación de acoso, discriminación o cualquier infracción al presente Código, dando lugar a un ambiente interno de persecución, miedo y falta de respeto.
- Realizar negocios de interés personal con base en informaciones de Itaú Unibanco o en perjuicio de las propias responsabilidades funcionales.
- Vender o comprar de otros colaboradores mercancías o servicios dentro de las instalaciones de Itaú Unibanco para no desperdiciar tiempo ni forzar a los compañeros.
- Solicitar o conceder préstamos a compañeros de trabajo.
- Transmitir rumores e insidias contra compañeros, competencia, clientes y aliados de negocios, lo cual genera situaciones incómodas y embarazosas e incluso retaliaciones contra uno mismo y contra Itaú Unibanco.
- Hablar con la prensa en nombre de Itaú Unibanco o de sus empresas sin autorización previa.
- Poner en práctica o tolerar negocios y operaciones que puedan contribuir a



# El Principio de Excelencia

realizar actos ilícitos o criminales, tales como corrupción, coima, lavado de dinero o fraude, infringiendo disposiciones legales y convirtiendo a Itaú Unibanco en blanco de sanciones.

- Difundir contenidos contrarios a los valores y directrices de Itaú Unibanco (pornográficos, clasistas e ilegales, entre otros).
- Usar drogas ilícitas poniendo en riesgo la imagen de Itaú Unibanco y comprometiendo el desempeño funcional y el ambiente de trabajo.

## Conflictos de intereses

Siempre que los intereses particulares, sean personales o de grupos, sean contrarios y se sobrepongan a los intereses de Itaú Unibanco o de su público surgirá un conflicto de intereses. Esto es algo que compromete la imparcialidad de nuestras acciones y pone en riesgo la reputación de Itaú Unibanco, de sus administradores y de sus colaboradores. Por eso, para no abusar de las prerrogativas de la posición que ocupamos y evitar prácticas que puedan generar beneficios particulares o ventajas indebidas a terceros, comunicamos rápidamente a los canales competentes cualquier situación en que se vislumbre conflicto de intereses y solicitamos orientación al respecto.

Para obtener más información sobre conflictos de intereses, consúltese el Anexo N-1 de la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5), disponible en el Portal Itaú Unibanco y en el sitio de Relaciones con Inversores ([www.itaubr.com.br/relacoes-com-investidores/](http://www.itaubr.com.br/relacoes-com-investidores/)).

## Informaciones y know-how

La manera cómo utilizamos las informaciones y el know-how (conocimientos, técnicas, tecnologías, métodos, sistemas y softwares, entre otros) disponibles puede dar lugar a resultados positivos o negativos, ya que ese uso provoca impactos tanto en los negocios como en la reputación de las personas. Por eso, es fundamental mantener en secreto las informaciones no públicas (restringidas, confidenciales e internas), tanto en el ámbito personal como en el profesional. En ese sentido:



### Es necesario

- Usar nuestras informaciones y conocimiento en pro de Itaú Unibanco y, cuando corresponda, a favor de nuestro público.
- Respetar la privacidad de clientes, proveedores y público de nuestra esfera de relaciones, manteniendo en secreto sus registros, informaciones, operaciones y servicios contratados, so pena de poner en riesgo la confianza adquirida.
- Proteger e impedir la fuga de cualquier documento o información que pueda ocasionar una situación desagradable o perjuicio a personas o empresas. Asegurarse de que las informaciones no públicas circulen únicamente en áreas autorizadas.
- Solicitar la autorización de un director antes de utilizar informaciones o know-how no públicos en actividades o publicaciones externas, tales como clases, congresos, conferencias, trabajos académicos, libros, revistas y otros medios (redes sociales, sitios para compartir videos o fotos, blogs y microblogs), ya que su revelación o adulteración puede llegar a causar pérdidas económicas, favorecer la competencia o afectar negativamente los negocios o la imagen de Itaú Unibanco.



# El Principio de Excelencia



## Es inaceptable

- Valerse de informaciones no públicas para fines particulares o transmitir las a terceros sin la previa autorización de los dueños de la información, puesto que pueden perjudicar a Itaú Unibanco y su público.
- Llevarse consigo copia de informaciones, procesos, metodologías, softwares y demás materiales de Itaú Unibanco, aunque hayan sido desarrollados por el colaborador en su ambiente de trabajo, por tratarse de hurto de propiedad intelectual.
- Divulgar informaciones de propiedad de Itaú Unibanco en redes sociales, así como difundir rumores o manchar la imagen de administradores, colaboradores o de la organización.

## Relaciones de parentesco y proximidad

Las indicaciones y contrataciones de familiares, cónyuges y parejas estables están permitidas, pero de implicar en conflictos de intereses reales o presumidos tendrán que someterse al análisis de la gestión y de la Consultoría de Ética.

En ese grupo de relaciones se incluyen cónyuges, parientes consanguíneos, por afinidad, por adopción en línea directa de ascendencia (padres, abuelos...), descendencia (hijos, nietos...) o por relación colateral (cuñados, primos, sobrinos, yernos, nueras, etc.); también se incluyen las parejas estables y otras relaciones de carácter afectivo (novios, etc.). Siendo así:



## Es necesario

- Informar al gestor directo y al responsable de la contratación (interna o externa) en caso de que se quiera indicar a un familiar o persona cercana con el fin de comprobar si hay algo que lo impida.



## Es inaceptable

- La existencia de conflictos de intereses o práctica de favoritismo resultante de parentesco o relaciones de proximidad por parte de administradores y colaboradores.
- En la red de sucursales, la existencia de parentesco o relaciones de proximidad en una misma sucursal o en lugares físicos similares (ej.: plataformas, núcleos, centrales).

Nota: en Brasil, las relaciones de parentesco y proximidad deben registrarse en el Portal Itaú Unibanco.

## Actividades externas y relaciones personales con clientes, proveedores y aliados comerciales

Eventuales vínculos mantenidos por los administradores y colaboradores con otras empresas pueden posibilitar los casos de favorecimiento, lo que puede manchar imágenes o destruir reputaciones. Por lo tanto:



## Es necesario

- Comunicar al gestor directo la intención de asumir actividades en otras organizaciones y aguardar su opinión con base en la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5).
- Solicitar la orientación de la Consultoría de Ética antes de formar sociedad con profesionales, empresas y administradores de empresas que sean clientes, proveedores o aliados comerciales de Itaú Unibanco para valorar las implicaciones en su justa medida.
- Buscar la orientación de la asesoría de prensa antes de participar en entrevistas y programas en los medios con relación a las actividades realizadas en Itaú Unibanco para evitar cualquier tipo de malentendido.



# Principio de Excelencia



## Es inaceptable

- Contratar a proveedores, prestadores de servicios o aliados comerciales que mantengan relaciones con administradores o colaboradores (ej.: parentesco, participación en la sociedad, etc.) que puedan generar conflictos de intereses.
- Realizar negocios particulares o sociedades con profesionales o empresas que sean clientes, proveedores o aliados comerciales, o que mantengan cualquier tipo de relación con Itaú Unibanco, cuya interacción pueda representar conflicto de interés sin que antes se haya consultado a la Consultoría de Ética y sin seguir las directrices corporativas, puesto que la relación puede suscitar dudas.
- Trabajar en otras organizaciones como gestor, colaborador, prestador de servicio, consultor o consejero, socio, socio director o socio inversor, cuyas actividades estén en conflicto con las actividades desarrolladas en Itaú Unibanco, ya sea por su naturaleza o por el tiempo que se les dedique, en la medida en que dicha situación genera dilemas y puede ocupar la atención del colaborador.

## Regalos y aportaciones

Ciertas relaciones externas o prácticas comerciales pueden considerarse intentos de ganarse a una persona o formas de influir en aquellos que toman las decisiones, tanto en el terreno comercial como en el político. Buen ejemplo de ello son: invitaciones para comer en restaurantes, regalos, ofertas de gratificaciones, premios, descuentos en transacciones de carácter personal, viajes de negocios o turismo, entradas a eventos deportivos, shows y espectáculos culturales y favores de cualquier tipo.

Tales ventajas, incluso cuando se realicen bajo el pretexto de crear afinidades entre las partes o estrechar relaciones funcionales, pueden confundirse fácilmente con mecanismos para burlar reglas o interpretarse

como medios ilegítimos de facilitar negocios. Ante una cuestión tan delicada:



## Es necesario

- Prohibir recibir o aceptar la oferta de tales artificios que, directa o indirectamente, puedan llevar a establecer vínculos o compromisos que empañen la transparencia de los negocios, a menos que las prácticas de mercado exijan el intercambio de regalos y que tales acciones estén autorizadas dentro de los límites indicados por las normas corporativas referentes al asunto.
- Realizar aportaciones en nombre de Itaú Unibanco (patrocinios o donaciones), en conformidad con las normas corporativas que regulan la cuestión, sobre todo en lo que se refiere al sector público.



## Es inaceptable

- Sugerir, ofrecer, conceder, prometer o recibir regalos, aportaciones y favores de cualquier tipo a agentes públicos y a empresas de los sectores público y privado, tercer sector o miembros de partidos políticos, así como de órganos gubernamentales, a cambio de facilitar negocios, operaciones o actividades de Itaú Unibanco o con vistas a obtener ventajas indebidas para sí propio o para terceros.
- Ofrecer o recibir regalos y aportaciones de cualquier naturaleza o valor, aunque se trate de pequeños obsequios, para no dar motivos de sospechas cuando se sea administrador o colaborador del Área de Compras de Itaú Unibanco, con el fin de evitar un eventual conflicto de interés.





# Alcance y gestión del Código de Ética Itaú Unibanco

El Código de Ética Itaú Unibanco es un documento público. El Consejo de Administración de Itaú Unibanco Holding S.A. lo aprobó y se aplica indiscriminadamente a todos los administradores y colaboradores del Conglomerado Itaú Unibanco, en Brasil y en el exterior.

Los Colegiados de Integridad y Ética monitorean las directrices del Código de Ética Itaú Unibanco y de la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5) por medio de las acciones del Programa Corporativo de Integridad y Ética.

El Comité de Auditoría supervisa el Programa Corporativo de Integridad y Ética.

El Programa Corporativo de Integridad y Ética es el conjunto de directrices y procesos con que se pretende asegurar la conformidad al Código de Ética Itaú Unibanco y a los principios y valores del Conglomerado Itaú Unibanco.

La Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5) detalla el Programa Corporativo de Integridad y Ética y las directrices referentes a los conflictos de intereses.

Las áreas o empresas que componen el Conglomerado Itaú Unibanco pueden adoptar normas más restrictivas que este Código de Ética.

Todo administrador y colaborador del Conglomerado Itaú Unibanco deberá efectuar la adhesión anual electrónica (o por medio disponible en la empresa que trabaje) a la Notificación de Adhesión a las Políticas de Integridad Corporativa.

## Dudas y excepciones

Las dudas y el análisis de las excepciones relativas a los temas de este Código de Ética y de la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5) deben enviarse al email:

- Empresas en Brasil: Consultoría de Ética (clave de e-mail COMITE DE INTEGRIDADE E ETICA / comitedeintegridadeetica@correio.itaun.com.br)

Empresas en el exterior: canales locales disponibles en el apéndice del Código de Ética de cada unidad.

## Canales de orientación y notificación

Nuestro compromiso con las directrices del Código es la base efectiva de la solidez y perdurabilidad de Itaú Unibanco. Eso quiere decir que si nos encontramos ante un hecho o ante la sospecha de transgresión de una directriz, ley, reglamento o norma, debemos comunicar tal hecho a la mayor brevedad posible a los canales competentes respetando las siguientes condiciones:

- La averiguación se mantendrá en riguroso secreto;
- Se asegura el anonimato de quien así lo prefiera;
- La investigación se llevará a cabo con imparcialidad e independencia;
- No se tendrán en cuenta denuncias o acusaciones sin fundamentación consistente;
- Las denuncias o acusaciones que se hagan de mala fe, con la intención de perjudicar a quienquiera que sea, estarán sujetas a sanciones disciplinarias;
- Están previstas sanciones disciplinarias contra cualquier intento de retaliación.



# Alcance y gestión del Código de Ética Itaú Unibanco

Dilemas o situaciones no previstas en este Código que puedan surgir deberán analizarse por separado. Ante la duda, lo mejor es preguntar.

Para obtener más información sobre canales de dudas y denuncias, política de protección a denunciantes y sanciones disciplinarias, consúltese la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5), disponible en el Portal Itaú Unibanco o en el sitio de Relaciones con Inversores ([www.itaú.com.br/relacoes-com-investidores/](http://www.itaú.com.br/relacoes-com-investidores/)).

| Canal                                 | Assuntos  | Contactos   |
|---------------------------------------|---|---|
| <b>Consultoría de Ética</b>           | Dudas sobre: <ul style="list-style-type: none"><li>• Código de Ética Itaú Unibanco</li><li>• Conflictos de intereses</li><li>• Dilemas éticos</li><li>• Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5)</li><li>• Política Corporativa de Prevención de la Corrupción (HF-22)</li></ul>   | <b>E-mail interno:</b> caixa COMITE DE INTEGRIDADE E ETICA<br><b>E-mail externo:</b> <a href="mailto:comitedeintegridadeetica@correio.itaú.com.br">comitedeintegridadeetica@correio.itaú.com.br</a>   |
| <b>Superintendencia de Inspección</b> | Dudas, sospechas y denuncias sobre: <ul style="list-style-type: none"><li>• Fraudes en los canales electrónicos;</li><li>• Fraudes documentales en sus diversas modalidades;</li><li>• Actos de corrupción y coima;</li><li>• Hurto y robo en unidades y extensiones, clientes y colaboradores;</li><li>• Invasiones forzadas en general;</li><li>• Extorsión mediante secuestro;</li><li>• Incidentes de seguridad de la información, física, personal y patrimonial;</li><li>• Desviaciones de comportamiento de colaboradores.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>E-mail interno:</b> caixa INSPETORIA</li><li>• <b>Central de atención:</b> 0800 723 0010 y 0300 100 0341</li><li>• <b>Sistema:</b> registra el caso en el Sistema Itaú de Tratamiento de Ocurrencias (SITO)</li><li>• <b>E-mail externo:</b> <a href="mailto:inspetoria@itaú-unibanco.com.br">inspetoria@itaú-unibanco.com.br</a></li><li>• <b>Valija: destinatario:</b> Gerência de Inspección/São Paulo</li><li>• <b>Correspondencia:</b> Att. Inspección –Av. Dr. Hugo Beolchi, 900 – Torre Eudoro Villela, piso 1 – São Paulo/SP – CEP 04310-030</li></ul> |
| <b>Comité de Auditoría</b>            | Sospechas y denuncias acerca de: <ul style="list-style-type: none"><li>• Incumplimiento legal o reglamentario;</li><li>• Fraudes y errores en las actividades de auditoría, contabilidad y controles internos.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>E-mail externo:</b> <a href="mailto:comite.auditoria@itaú-unibanco.com.br">comite.auditoria@itaú-unibanco.com.br</a></li><li>• <b>E-mail interno:</b> <a href="mailto:comite.auditoria.iuh@itaú-unibanco.com.br">comite.auditoria.iuh@itaú-unibanco.com.br</a>;</li><li>• <b>Correspondencia:</b> Att. Comitê de Auditoría Itaú Unibanco Holding S.A.– Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100 – Torre Olavo Setubal, Piso PM, São Paulo – SP – CEP: 04344-902.</li></ul>  |

## Sanciones disciplinarias

El incumplimiento de las directrices de este Código de Ética y de la Política Corporativa de Integridad y Ética (HF-5) puede dar lugar a sanciones administrativas establecidas en normas internas de Itaú Unibanco.



# Notas adicionales para las unidades internacionales

## Desvíos de conducta en las unidades internacionales

Cada unidad internacional es responsable por recibir y tratar las manifestaciones relativas al Código de Ética Corporativo (denuncias, reclamaciones, sugerencias, pedidos de orientación, etc.).

Los canales del Comité de Auditoría y de Inspectoría también se aplican a todas las unidades internacionales y los colaboradores pueden contactarlos para todos los casos mencionados.

## Canal de comunicación de desvíos éticos – Local

Para informar eventuales desvíos éticos, contacte uno de los siguientes canales:

- [etica@mcc.cl](mailto:etica@mcc.cl)
- [compliance\\_reportline@mcc.cl](mailto:compliance_reportline@mcc.cl)
- [rrhh\\_reportline@mcc.cl](mailto:rrhh_reportline@mcc.cl)