



Cultura digital

103-1, 103-2, 103-3

Para brindar a clientes una experiencia ágil y sencilla que facilite su día a día, trabajamos para ofrecerles nuevos productos y servicios acordes con el nuevo mundo digital.

Las mejores soluciones digitales son aquellas deseadas por el cliente, técnicamente factibles y económicamente viables. Por eso nos capacitamos y adquirimos nuevas habilidades para seguir impulsando el desarrollo de la banca digital.

Incorporamos las metodologías de trabajo ágiles para la gestión de proyectos, haciendo colaborativa la relación entre clientes y equipos de desarrollo, para obtener productos de mayor calidad con un fin muy específico: maximizar la confianza y la relación a largo plazo.



Los objetivos del Banco apuntan al crecimiento, a potenciar la marca y a brindar a clientes nuevos productos y servicios que hagan que la experiencia con Itaú sea más ágil y sencilla. Por eso trabajamos para ofrecer nuevos productos y formas de interacción, acordes con el nuevo mundo digital. Así reafirmamos nuestro camino de desarrollo e implementación de un plan estratégico que haga hincapié en el desarrollo de la banca digital.

Durante 2019 se continuó con la mejora de la plataforma de medios de pago en un mercado que sigue procesando muchos cambios. Siguen surgiendo actores y clientes cada vez más exigentes con los productos y la innovación. Por eso la especialización y el desarrollo permanente, así como el trabajo en equipo con proveedores, son aspectos clave para lograr los resultados digitales que nos proponemos.

Trabajamos centrados en el cliente. Esta estrategia tiene como objetivo alinear la gestión de demanda y la implementación de soluciones, con las necesidades de los clientes, con un fin muy específico: maximizar la confianza y la relación a largo plazo. Continuamos incorporando colaboradores a trabajar con metodologías ágiles para la gestión de proyectos, haciendo colaborativa la relación entre clientes y equipo de desarrollo, para obtener productos de mayor calidad y ofreciendo beneficios mutuos en la mitigación de riesgos que surgen durante el desarrollo del software.

center, que nos permiten mejorar la experiencia de clientes a través de una solución de atención omnicanal.

Se han incorporado nuevas soluciones de almacenamiento masivo de información (storage), tanto para nuestros sistemas core como para la plataforma de workflow, con nuevas tecnologías basadas en discos flash, las cuales nos permiten mejorar sustancialmente su performance y bajar radicalmente el consumo eléctrico de la solución.

Se implantó una nueva solución que virtualiza el sistema de respaldo, tanto para la plataforma del core bancario como para los servicios de plataforma baja, reemplazando los respaldos directos a cintas magnéticas. Esto permite reducir significativamente las ventanas de mantenimiento.

* acrónimo inglés de *development* (desarrollo) y *operations* (operaciones) que se refiere a una metodología de desarrollo de software que se centra en la comunicación, colaboración e integración entre desarrolladores de software y los profesionales de sistemas en las tecnologías de la información.

Seguridad de la información

102-15, 103-1, 103-2, 103-3, 418-1

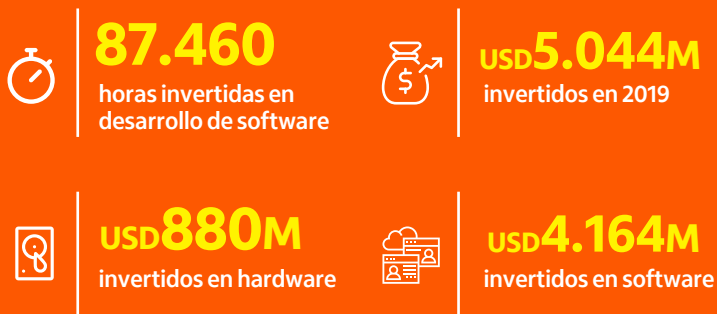
El riesgo asociado a tecnología se considera creciente debido al proceso de digitalización de las operaciones bancarias. En este sentido la estrategia del Banco es trabajar en conjunto con el área de Seguridad de la Información.

Seguridad de la Información recibe apoyo de la entidad controlante para la realización de controles de seguridad como escaneo de vulnerabilidades y penetration tests. El área de tecnología prioriza la corrección de los puntos detectados en estos trabajos.

Entre los procedimientos de seguridad es importante destacar la existencia de un Risk Assessment que es revisado y aprobado anualmente en el comité de Riesgos. También en este comité se revisan mensualmente una serie de indicadores de la gestión haciendo foco en aquellos que demuestren desvíos a los umbrales acordados.

Aplicamos principios que permiten mantener y controlar los accesos de los usuarios de una manera segura:

- Listado de dueños de usuarios y perfiles. Estas personas



Durante el año se continuó profundizando en la incorporación de buenas prácticas y cultura de DevOps* lo cual permite seguir automatizando el ciclo de vida de nuestros aplicativos ampliando la cantidad de sistemas y ambientes soportados.

Se implementaron nuevos segmentos de atención en la plataforma de Agencia Digital para Itaú Personal Bank y el call

trabajan con un nivel de supervisión que se encarga de aprobar los accesos de un usuario antes de que la oficina de Administración de Accesos se los aplique.

- Principio de “Uno hace, otro autoriza” en todas las operaciones que impliquen modificación de la información en producción. Según este principio, cada actividad realizada por un operador queda pendiente hasta que es aprobada por el supervisor correspondiente.

- Cada usuario cuenta con un solo User ID en un sistema determinado. De esa manera es muy sencillo determinar qué tipo de acceso tiene cada usuario y no se genera contraposición de funciones.

Tenemos un fuerte foco en los controles para evitar la fuga de información. Todas las iniciativas en este sentido son englobadas en un proyecto llamado Data loss prevention. Incorporamos diferentes herramientas que permiten realizar controles preventivos y detectar diferentes acciones o actividades que pueden ser un riesgo para el resguardo de la información de clientes.



El Departamento de Seguridad de la Información trabaja en relación muy estrecha con la Superintendencia de Seguridad de la Información (SSI) que depende de la Dirección de Seguridad Corporativa (DSC) de Banco Itaú en Brasil.

Personal de la SSI realiza trabajos de control sobre diferentes puntos relativos a seguridad de la información que incluyen escaneos de seguridad internos y externos. Para los puntos de mejora encontrados en estos escaneos se definen planes de acción y se realiza un seguimiento mensual mediante un informe enviado a la entidad controlante.

Todos los colaboradores reciben materiales del Área de Seguridad de la Información para repasar los aspectos más importantes del tema y resaltar la importancia de la actitud y el compromiso para el éxito de este proceso.

Transformación digital 102-2, 102-43



Las mejores soluciones digitales son aquellas deseadas por el cliente, técnicamente factibles y económicamente viables.

Desarrollamos habilidades para estar en constante transformación con base en un profundo conocimiento del cliente y una mayor velocidad para ampliar una oferta digital que se ajuste a sus necesidades.

Para construir un banco cada vez más digital se creó la aceleradora digital regional que busca viabilizar la celeridad de los negocios digitales, incrementando la rentabilidad y generando ventaja competitiva para las operaciones locales de cada uno de los países de América Latina en los que se encuentra Itaú.

En Uruguay, el Área de Banca Digital continuó con el desarrollo de la estrategia digital en cuatro pilares fundamentales:

Agencia Digital

Células de operaciones digitales

Jornadas end to end (E2E) digitales

Análisis de datos

Se continúa con una estrategia consistente de inversión tecnológica, en el marco de una estrategia global de direccionamiento hacia el liderazgo absoluto en banca digital.

Agencia Digital

Se consolidó el desempeño de la agencia digital, siendo el único banco de plaza que tiene este modelo de atención diferencial para clientes.

9,4

de satisfacción de clientes



Itaú tiene en Uruguay la primera Agencia Digital fuera de Brasil y esta experiencia está siendo capitalizada por los países de la región. En este contexto, el gerente de Agencia Digital fue invitado por el equipo de Argentina para conversar e intercambiar aprendizajes y buenas prácticas.

Células de operaciones digitales

Las células de operaciones digitales trabajan con metodologías ágiles y desarrollan diversas acciones tanto para el logro de los objetivos en la venta de productos y servicios a través de los canales digitales como en el incremento de la digitalización de los clientes. Durante 2019 se dividió en dos la célula de operaciones digitales, una con foco en ventas y la otra en digitalización y adquisición de clientes a través de la plataforma Abrecuentas.

74,5%

de los clientes con cuentas utilizan canales digitales mensualmente.

42%

de las ventas de tarjetas de crédito se efectúan por canales digitales.

83%

de los préstamos se tramitan por canales digitales.

37%

de inversiones se contratan a través de los canales digitales.

Open digital

Durante el segundo semestre de 2019 se realizaron las charlas del ciclo Open Digital con el equipo de la Célula de Operaciones Digitales, para entender cómo funciona su trabajo, escuchar de primera mano en qué están trabajando y compartir los resultados alcanzados. Estas instancias son abiertas a colaboradores de las distintas áreas para generar espacios de diálogo, escuchar ideas, opiniones y ver cómo juntos podemos seguir trabajando sobre la experiencia digital de clientes.



Jornadas E2E digitales

A fines de 2018 se lanzó una funcionalidad para la apertura de nuevos clientes de forma 100% digital, y durante 2019 el 19% de las cuentas de Personas Físicas fueron abiertas por esta plataforma, algo innovador para la plaza local. Durante 2019 se agregó la posibilidad de que empresas unipersonales puedan realizar la apertura de cuentas de manera digital.

Análisis de datos

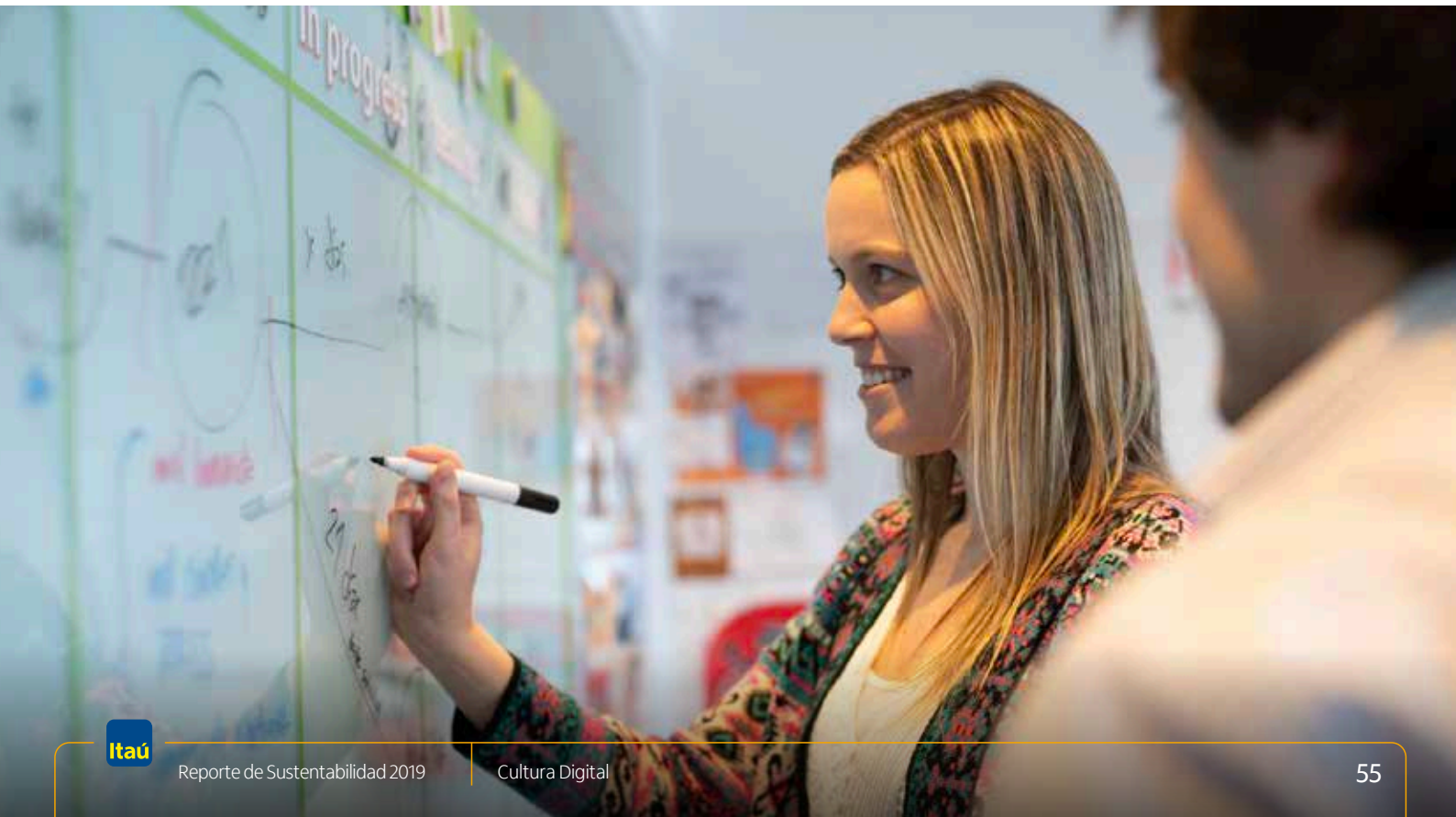
Data Analytics

A fin de dar soporte a las iniciativas digitales y de negocios se implementaron herramientas para el desarrollo de Data Analytics y el desarrollo de modelos de Advanced Analytics. El objetivo es entender mejor las necesidades de clientes y brindar mejores ofertas de productos y servicios.

Batalla de datos

Se realizó en Brasil la Batalla de datos, en la que participaron colaboradores de Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay y Colombia. Se dividieron en varios equipos a los que les plantearon el desafío de proponer soluciones disruptivas para aumentar la

eficiencia de las áreas de tarjetas de crédito en Argentina y Uruguay. Los equipos con las mejores ideas fueron premiados, aunque lo más enriquecedor fue el intercambio.



Servicios digitales destacados

Se introdujeron nuevas funcionalidades tanto en el sitio transaccional como en las aplicaciones para equipos móviles con sistemas operativos iOS y Android.

Itaú sigue liderando las encuestas de satisfacción de los canales digitales y tiene el primer puesto entre las instituciones financieras en los ratings de las apps.



App Itaú

Sobre fines de 2019 se lanzó una nueva versión de nuestra App usando una nueva plataforma tecnológica, con un diseño innovador y simplificando la usabilidad para clientes, lo que permite continuar agregando nuevas funcionalidades de forma más rápida.



Plataforma digital para apertura de cuentas

La implementación de la nueva plataforma permitió a clientes, tanto personas físicas como unipersonales, realizar la apertura de cuentas de manera remota y en cualquier horario.



Itaú/Link Empresa

Se incrementó el uso de Itaú/Link Empresa, con lo que aumentó el porcentaje de clientes de Banca Empresa que utilizan la banca digital. Se sigue consolidando el otorgamiento de préstamos online al segmento Empresas, con una penetración del producto superior al 50%.



PagoCuentas

Se mantuvo el incremento en el uso de PagoCuentas, que superó el millón de pagos durante el año.



Workflow

Workflow es una herramienta de automatización de procesos de negocios que nos permite aumentar la eficiencia y mejorar los análisis y reportes, lo cual impacta positivamente en la satisfacción de clientes y evita el uso de papel. Esta herramienta es transversal a todas las áreas del Banco. Se utiliza para los análisis de créditos, refinanciamientos, atención al cliente, archivo digital, apertura de cuentas, seguridad de la información, mantenimiento, y gestión de procesos vinculados al Área de Personas, como solicitudes de licencia y seguimiento de los procesos de feedback.