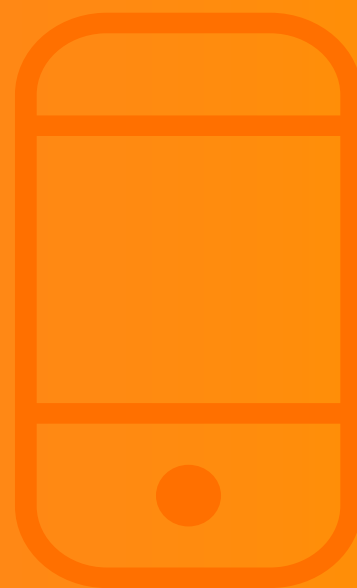


# Transformación digital



## ¿Por qué este tema es relevante para nosotros?

En un contexto de cambios acelerados, la transformación digital es fundamental como parte de nuestra estrategia de desarrollo. Por eso trabajamos constantemente para diseñar y ofrecer nuevos productos y servicios que se adapten a las necesidades de nuestros clientes, y de este modo hacer que su experiencia con el banco sea más ágil y eficaz.

Tenemos como desafío aprovechar al máximo las nuevas tecnologías y la innovación para estar más conectados con las necesidades de los clientes -a quienes colocamos en el centro de nuestros esfuerzos- implementando otras formas de interacción, acordes con el nuevo mundo digital.

# Banca Digital

(Contenido 2-6)

## Premisas fundamentales de la banca digital

1. Brindar funcionalidades y características de servicios basadas en la necesidad del cliente.
2. Ofrecer soluciones simples, que generen una buena experiencia y que sean consistentes en las informaciones expuestas.
3. Asegurar la disponibilidad de los servicios.
4. Garantizar la seguridad en las operaciones.

En diciembre de 2022, más de 235 mil clientes personas físicas (cuenta correntistas y tarjetahabientes) utilizaron al menos uno de los canales digitales disponibles, lo que representó un aumento de 19% en comparación con el año anterior. De estos clientes, 95 mil utilizaron exclusivamente el canal digital (51% más que en diciembre de 2021).

En el caso de clientes persona jurídica, el 85% del total utilizó canales digitales en el último mes de 2022.

El principal aumento de las transacciones vía canales digitales se dio en el servicio de transferencias bancarias, que en 2022 superaron en un 56% la cantidad registrada en 2021. En segundo lugar, el pago de servicios y tarjetas de crédito, que experimentó un aumento del 31% en relación con el periodo anterior. Durante todo el 2022 se realizaron un 45% más de transacciones que el año anterior.

# Canales de la banca digital

(Contenido 2-6)

Nuestra banca digital busca facilitar la gestión cotidiana de los clientes al permitirles realizar consultas, transacciones y contrataciones de productos de manera ágil y segura; tanto desde los servicios web como desde las aplicaciones móviles. Esto les da la posibilidad de utilizar su tiempo de manera más eficiente.

## 24 horas en el celular



• **App Itaú PY/Personal Bank:** estas aplicaciones permiten solicitar y activar pines de acceso y transacción; realizar consultas sobre saldos y movimientos en línea en cuentas y tarjetas de crédito, como así también consultar información relacionada a otros productos como seguros, ahorros programados y préstamos. Además, las aplicaciones cuentan con funcionalidades que permiten actualizar datos, desbloquear tarjetas de débito y bloquear y desbloquear tarjetas de crédito por robo o extravío. Asimismo, pueden realizarse simulaciones y contrataciones de productos como préstamos, ahorros programados y tarjetas de crédito; realizar transferencias a cuentas Itaú, de otros bancos o de cooperativas; pagos QR en comercios; pagos de servicios con cuenta o con tarjeta de crédito; pagos de cuotas de préstamos; depósitos de cheques; consultas de beneficios con compras en tarjeta de crédito y canje de puntos de programas de recompensa.

Además de todas las funcionalidades ya mencionadas, las aplicaciones cuentan con un chat en línea para que los clientes puedan realizar consultas con un representante del Servicio de Atención al Cliente. Al cierre del año, la valoración media de la experiencia de los clientes con las aplicaciones fue de 4,6 en una escala de 5 puntos máximos.

• **App Itaú Empresas:** mediante esta aplicación, los clientes del segmento corporativo pueden acceder a informaciones sobre sus cuentas, tarjetas de crédito, préstamos y autorizar pagos previamente programados a través del sitio web de pagos electrónicos para empresas. Los clientes usuarios de esta aplicación valoraron su experiencia con un puntaje de 4,4 sobre 5 puntos al cierre de 2022.

• **App Itaú Pagos:** esta aplicación está diseñada para facilitar las transferencias a cuentas Itaú y a otros bancos, para personas físicas. La misma permite que el cliente pueda transferir dinero fácilmente a sus contactos telefónicos (que también cuenten con la aplicación), sin necesidad de conocer su número de cuenta. Por otro lado, permite agregar cuentas de manera manual y enviar solicitudes de cobros.

La aplicación incluye funcionalidades como transferencias con QR, pagos de servicios básicos y el pago a comercios con QR, permitiendo al cliente elegir su medio de pago. La valoración media de esta app entre los usuarios fue de 4,5 sobre 5 puntos al cierre del año.

## 24 horas en internet



• **Home banking:** Es un canal de acceso a través del sitio web [www.itaú.com.py](http://www.itaú.com.py) que ofrece una amplia variedad de servicios y operaciones como consultas sobre saldos y movimientos en línea de cuentas y tarjetas de crédito; descarga de extractos de cuentas y tarjetas; pago de préstamos, simulación y contratación de productos (como préstamos y ahorros programados); transferencias a cuentas Itaú y a cuentas de otros bancos y cooperativas; pago de servicios públicos y privados con la correspondiente descarga de comprobantes de pagos; realización de operaciones aduaneras; canje de puntos de programas de recompensas; consultas de facturas impositivas; avisos de débito y crédito y actualización de datos de contacto.

## Agencias digitales

- **Pagos electrónicos para empresas:** es un canal de acceso para empresas a través del sitio web [www.itaubank.com.py](http://www.itaubank.com.py) que posibilita la administración y contratación de servicios, la parametrización personalizada de usuarios con accesos al sitio, y también una amplia variedad de soluciones para la realización de pagos y cobros como: el pago de salarios a empleados, pago a proveedores, cobros electrónicos, pago de servicios, transferencias locales e internacionales, operaciones aduaneras, custodia de cheques, solicitud de chequeras, débitos comandados y automáticos, y operaciones de factoring.

### Otros servicios digitales



- **Notificaciones vía SMS:** consiste en un servicio de envío de alertas de operaciones para personas físicas y jurídicas vía mensaje de texto y/o correo electrónico. A partir de configuraciones, los clientes pueden ser informados sobre movimientos en sus cuentas y tarjetas de crédito, derivadas de operaciones en cajeros automáticos, compras en comercios locales e internacionales, el crédito de fondos, pagos y vencimientos. De igual forma, pueden configurar la frecuencia y el medio (SMS o correo electrónico) por el que deseen recibir estas alertas.

- **iToken:** Es una herramienta de seguridad integrada dentro de la app Itaú PY que reemplaza al dispositivo físico como soporte para realizar transferencias de montos superiores y para los servicios de giros y carga de billetera, dentro del Home Banking y las apps Itaú PY e Itaú Personal Bank.

Nuestras agencias digitales se establecen como una solución que presenta un nuevo modelo de atención, diseñado y dirigido a clientes que prefieren medios remotos de comunicación, que buscan optimizar su tiempo y requieren de horarios diferenciados. Entre los principales beneficios puestos a disposición de los clientes, se encuentra el horario extendido de (8:00 a 20:00 horas) durante el cual se pueden realizar operaciones, consultas, reclamos o contratar productos y servicios, de forma efectiva, a través del teléfono, correo electrónico o chat online.

Al cierre de 2022, más de 22.167 clientes fueron atendidos a través de nuestras agencias digitales. Cada agencia digital está conformada por oficiales de cuentas, un o una gerente de agencia y asistentes quienes contactan con clientes de manera 100% digital.

En 2021, se incorporó un nuevo canal de contacto en las agencias digitales a través de la aplicación WhatsApp en su versión Business. Esta implementación permitió centralizar los contactos de nuestros clientes y lograr un mejor seguimiento a sus consultas y requerimientos.

# 22.167

clientes atendidos a través de agencias digitales.

# Proceso digital de contratación de productos

El sitio [www.itaubank.com.py/cuentadigital](http://www.itaubank.com.py/cuentadigital) es la plataforma desarrollada para que clientes y no clientes puedan solicitar productos de manera 100% digital, sin necesidad de acudir a una sucursal o centro de atención del banco. Este sitio permite realizar el proceso de apertura de una caja de ahorro, cuenta corriente o tarjetas de crédito en 15 minutos, mediante la presentación digital de las documentaciones requeridas. Los clientes pueden recibir sus productos (tarjetas de débito y crédito, pines) en un promedio de tres días

## Metodología ágil de trabajo

Nuestras jornadas digitales están basadas en la metodología Ágil de trabajo la cual nos permite mantenernos en un constante proceso de innovación dentro de los proyectos de transformación digital implementados por el banco.

Cada equipo se encuentra conformado por representantes de diferentes áreas internas que incorporan perspectivas diferentes del negocio, enfocados en innovación y digitalización de los canales, y en productos y servicios digitales, buscando llegar a los clientes de forma oportuna y con la mejor propuesta de valor de acuerdo con cada perfil.

Durante 2022, se contaba con cuatro equipos que trabajan en proyectos de transformación digital bajo la metodología Agile:

- **Sala de Ventas:** Enfocada en las experiencias de venta de productos disponibles en los canales digitales, como préstamo pre-aprobado, tarjetas de crédito y ahorro programado.

- **Sala de Digitalización:** Enfocada en la captación y retención de clientes dentro del canal digital y comprende dos frentes, uno de digitalización cuyo objetivo es incrementar la cantidad de clientes que utilizan canales digitales incentivando el acceso a las aplicaciones y sitio web y migrando clientes que utilizan canales físicos hacia los canales digitales; y otro de fidelización, que contempla el desarrollo de incentivos para los clientes con el objetivo de promover el uso de los servicios enfocados a personas físicas y personas jurídicas.

- **Sala de Adquisición:** Desarrolla acciones para captar nuevos clientes y para ofrecer nuevos productos, como cuentas ó tarjetas de crédito a través del proceso digital. La sala también tiene la tarea de monitorear el correcto funcionamiento del flujo de apertura de cuentas digitales y realizar mejoras con base en comentarios de clientes.

- **Squad de Vitrina PJ:** Este equipo de trabajo tiene como foco generar comunicaciones e incentivos para clientes personas jurídicas de ambas bancas comerciales con el fin de promocionar ventajas y beneficios de la plataforma de servicios digitales de Itaú.

En 2022, iniciamos un proceso de transformación de la organización mediante el establecimiento de dos comunidades que trabajan bajo la metodología Ágil. De esta forma fueron creadas las comunidades “Descubrir al banco e iniciar relación” y “Solucionar necesidades del día a día” centradas en mejorar la experiencia de clientes personas físicas.

# Centralidad en el cliente para la construcción de nuestra banca digital

En Itaú Paraguay, el desarrollo de soluciones digitales está centrado en las necesidades de nuestros clientes y es por este motivo que esta construcción se realiza en conjunto con los mismos. Con la intención de fortalecer nuestros esfuerzos de escucha activa y buscando incorporar cada vez más la voz de nuestros clientes a este proceso de construcción conjunta en el 2022 hemos seguido aprovechando Itaú Lab. Esta herramienta nos permite formar una comunidad con nuestros clientes para la realización de encuestas, testeos y validaciones sobre el funcionamiento de nuestros productos y servicios digitales.

Esta comunidad de clientes, implementada en el marco de un proyecto regional con nuestra casa matriz, cuenta con la asistencia de una empresa proveedora que administra una plataforma con moderadores locales, quienes, en conjunto con los equipos del banco, interactúan en las diferentes dinámicas con clientes.

En 2022, la comunidad estuvo conformada por más de 75 clientes activos, quienes participaron de seis actividades. Dentro de estas se incluyeron encuestas, debates de comportamiento de consumo y más de 30 testeos de pantallas de propuestas de mejoras y lanzamientos de funcionalidades de nuestras plataformas digitales.

Fuera de Itaú Lab, se llevaron a cabo seis focus groups y entrevistas personalizadas con diferentes públicos. Se logró consolidar más de 7.000 comentarios de clientes captados de diferentes fuentes, los cuales fueron utilizados como orientación para la toma de decisiones más asertivas en el desarrollo de soluciones de la banca digital.

# Disrupción de mercado

La centralidad en el cliente es una de las prioridades estratégicas de nuestro negocio, por esto constantemente buscamos generar soluciones que atiendan sus necesidades combinando herramientas digitales y tecnología tras el desafío de hacer que nuestros productos sean cada vez más accesibles.

Desde el área de Disrupción de Mercado trabajamos con el fin de identificar oportunidades que puedan tener una repercusión directa sobre la forma en que se realizarán las operaciones y transacciones financieras en el futuro, teniendo como premisa nuestro compromiso de inclusión financiera, para hacer posible el acceso a una mayor variedad de productos bancarios y ofertas de medios de pago.

En 2022, con las estrategias que implementamos desde esta área, hemos alcanzado a más de 168.000 usuarios y registramos cerca de 2.700.000 de transacciones a través de soluciones como la Tienda Naranja, la solución de microcrédito y el piloto del medio de pago PIK.

A continuación, exponemos cada una de las soluciones desarrolladas:

## Tienda Naranja

La Tienda Naranja es una plataforma de comercio electrónico donde el banco participa a través de descuentos y financiación en cuotas sin interés para pagos con tarjetas de crédito de Itaú. La plataforma permite comercializar productos de forma online, fácil y segura,

ofreciendo un amplio abanico de rubros, como gastronomía, equipamiento para el hogar, vestimenta e inclusive una categoría de productos con impacto socio-ambiental positivo. Nuestro principal impacto se da, por un lado, desde los comercios que encuentran en Tienda Naranja un canal extra para sus ventas y, por otro lado, desde los usuarios que logran comprar online dentro del país de manera segura, fácil y con beneficios. En 2022, se contaba con 300 comercios oferentes y más de 95.000 usuarios que interactuaron en la plataforma.

Nuestros usuarios pueden optar por distintos medios de pago como tarjetas de crédito, cuentas bancarias, puntos de recompensa y billeteras electrónicas. Además, desde el 2022 también se habilitó el servicio “Envíos Express”, dando a los usuarios de Asunción y Gran Asunción la posibilidad de recibir sus compras en menos de 4 horas. Además, se incorporó la categoría “Campo”, ofreciendo una variada gama de productos para productores del sector agropecuario.

Las promociones del banco en Tienda Naranja, la participación en los grandes eventos como Hot Sale, Black Friday y Cyber Day, las soluciones logísticas y las cuotas sin intereses en los pagos con tarjetas Itaú son los principales impulsores de las ventas de los comercios oferentes.

Durante su segundo año completo de operación (2022), a través de la Tienda Naranja se realizaron más de 67.000 transacciones, triplicando así el número de operaciones del año anterior. De esta manera, Tienda Naranja se mantuvo como una de las principales plataformas de comercio electrónico a nivel país, cerrando el periodo 2022 con un 7% de la cuota del mercado total de pagos con tarjetas en plataformas virtuales en cuanto a volumen de facturación, según datos de la empresa Bancard S.A.

**En 2022, más de 95.000 clientes y 300 comercios interactuaron a través de Tienda Naranja, mediante más de 67.000 compras realizadas con una oferta de más de 25.000 productos.**

**Microcrédito (G4 FS7) (ODS 1.4) (ODS 8.3) (ODS 9.3)**

En 2022, hemos puesto a disposición de pequeños y micro-comercios, una solución de financiación consistente en microcréditos para dar soporte a sus operaciones de recargas de saldo, giros y billeteaje electrónico, colaborando con el aumento de sus ventas. En el año, Itaú proporcionó estos microcréditos por un valor total de Gs. 389.340.000.000 a más de 15.000 pequeños comercios, duplicando el valor desembolsado en el año 2021.

**Alianza con Billetera Electrónica (G4 FS7) (ODS 1.4) (ODS 9.3)**

En el año 2022 continuamos la alianza con esta billetera, lo cual nos permitió alcanzar a más de 44.000 usuarios con soluciones de compras en comercios en más de 30.000 puntos. Así también, mediante esta iniciativa hicimos disponible el retiro de dinero en más de 1.000 cajeros automáticos de distintas entidades financieras de todo el país.

A través de esta alianza, seguimos avanzando en el objetivo de digitalizar la economía, reducir el uso del efectivo y contribuir con la formalización del mercado.

**Pik (G4 FS7) (ODS 1.4) (ODS 8.3)**

En octubre del 2022, se inició el piloto de funcionamiento de Pik. La solución -que busca contribuir con la inclusión y digitalización financiera- consiste en un medio de pago dirigido a micro y pequeños negocios que les permite expandir sus ventas, mediante el cobro electrónico con tarjetas de crédito, débito y prepagas. Pik funciona con una máquina para el cobro, e incluye aplicaciones móviles para el control de movimientos de cobros que ingresan a través de la plataforma. En 2022, 176 comercios participaron del piloto. El lanzamiento de la solución para el público en general está previsto para el primer semestre de 2023 con una previsión de contar con 1.000 usuarios al cierre de junio.

**15.000 comercios beneficiados a través de Gs. 389.340.000.000 en concepto de microcréditos para dar soporte a sus operaciones de recargas de saldo, giros y billeteaje electrónico.**