

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. (GRI 102-5)

Banca Digital

(GRI 102-2)

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 2021, más de 197 mil clientes personas físicas (cuenta correntistas y tarjetahabientes) utilizaron al menos uno de los canales digitales disponibles, lo que representó un aumento de 22% en comparación con la cantidad de clientes a diciembre de 2020. De estos clientes, 63 mil utilizan exclusivamente el canal digital (35% más que en diciembre de 2020).

En el caso de clientes personas jurídicas, el 79% del total utilizó canales digitales en el último mes de 2021.

El principal aumento de las transacciones vía canales digitales se dio en el servicio de transferencias bancarias, que en 2021 superaron en un 71% la cantidad registrada en 2020. En segundo lugar, el pago de servicios y tarjetas de crédito, que experimentó un aumento del 58% en relación con el periodo anterior.

En el año, se realizó un 32% más de transacciones en comparación al año anterior.

Canales de la banca digital

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; dándoles la posibilidad de utilizar su tiempo de manera más eficiente, desde los servicios web y desde las aplicaciones móviles.

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 hacerse 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 de servicios con cuenta o con tarjeta de crédito; pagos de cuotas de préstamos; depósitos de cheques; consulta de beneficios con compras con 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 4,3 sobre 5 puntos al cierre de 2021.

• **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.

En 2021 se incluyeron 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 4,8 sobre 5 puntos al cierre del año.

• **Itaú Tarjetas PY:** esta aplicación está orientada exclusivamente a consultas y operaciones con tarjetas de crédito. La misma permite llevar un control de uso de tarjetas clasificando los movimientos por categoría de gastos. También posibilita solicitar nuevas tarjetas y tarjetas adicionales, aumentos de línea de crédito; realizar avisos de viaje, visualizar movimientos y saldos en línea. Asimismo, ofrece la opción de descarga de extractos de la tarjeta y permite conocer beneficios disponibles para el pago con tarjetas de crédito. Esta aplicación obtuvo una valoración de 4,3 sobre 5 puntos al cierre del año.

24 horas en internet



- **Home banking:** Es un canal de acceso a través del sitio web www.itaubank.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.

- **Pagos electrónicos para empresas:** es un canal de acceso para empresas a través del sitio web 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.

Agencias digitales

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 (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 2021, más de 23.490 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.

23.490

clientes atendidos a través de agencias digitales.

Productos digitales

Para el desarrollo de soluciones en línea con los esfuerzos de transformación digital del banco, contamos con un equipo encargado del diseño de productos digitales, cuyo objetivo principal es adaptar y crear nuevos productos y servicios que puedan ser gestionados completamente de manera digital. Esto se realiza a través de lo que llamamos jornadas digitales, en las cuales se realiza una identificación de toda la cadena de valor de un servicio o producto en la que se encuentran diferentes caminos en los que el cliente interactúa con nuestros productos (como los momentos de pre-uso y post-uso). Equipos multidisciplinarios que funcionan mediante metodologías ágiles de trabajo, buscan constantemente mejorar la experiencia de los clientes.

En el año 2021 se llevaron a cabo las siguientes soluciones a través de nuestras jornadas digitales:

- **Préstamos para empresas:** a través de nuestra plataforma de home banking, se encuentra disponible un simulador de préstamos y la opción de contratación de préstamos para el segmento unipersonales y empresas.
- **Préstamos por QR:** se hizo disponible la contratación de préstamos pre-aprobados, a través de la opción de pago por código QR en las apps Itaú Py. De esta manera, si se selecciona esta opción de pago, los clientes con préstamos pre-aprobados podrán visualizar la oferta del crédito dentro de las opciones de medio de pago pudiendo disponer del préstamo de manera inmediata y de forma simple.

Premisas fundamentales de las jornadas digitales

- 1 Simplificar la comercialización de los productos y servicios, basados en la necesidad y preferencia del cliente.
- 2 Ofrecer soluciones simples y seguras por medio del canal digital.
- 3 Estar disponibles y al alcance de todos sin limitar horarios.

- **Onboarding Itaú Digital:** con el objetivo de ampliar el acceso de clientes a contrataciones de cuentas, tarjetas de crédito y líneas de sobregiros a través del proceso digital (accediendo por www.itaubank.com.py/cuentadigital) expandimos la lista de actividades económicas de clientes personas jurídicas que pueden utilizar este canal para hacer efectivas tales contrataciones.

- **Tarjetas de crédito:** mediante el proceso de contratación digital de productos en el año se habilitó la solicitud de tarjetas de crédito sin tener que acudir a una sucursal y sin necesidad de contratar una cuenta. Con este proceso se ha logrado aumentar el otorgamiento de tarjetas de crédito a nuevos clientes en un 30% en 2021, en comparación con 2020.

Proceso digital de contratación de productos

El sitio 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, o 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) hasta en 3 días, en promedio.

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 llevados a cabo 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.

Actualmente, contamos con cuatro equipos ágiles que trabajan 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:** Esta sala se enfoca 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. Al cierre de diciembre, contamos con un índice de fidelización del 94% de nuestros clientes digitales de usuarios de este canal.

- **Sala de Adquisición:** Este equipo tiene como objetivo principal desarrollar acciones para captar nuevos clientes y para ofrecer nuevos productos como cuentas ó tarjeta 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 grupo de trabajo que nace en 2021, 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.

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 con el objetivo de incorporar cada vez más la voz de nuestros clientes a este proceso de construcción conjunta es que, en 2021, hemos lanzado la herramienta 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 2021, la comunidad estuvo conformada por más de 50 clientes activos, quienes participaron de 10 actividades dentro de las cuales se incluyeron encuestas, focus groups, foros,

En 2021, la comunidad Itaú Lab estuvo conformada por más de 50 clientes activos, que participaron de 10 actividades y más de 32 testeos sobre el funcionamiento de nuestros productos y servicios digitales.

debates de comportamiento de consumo y más de 32 testeos de pantallas de propuestas de mejoras y lanzamientos de funcionalidades de nuestras plataformas digitales. Fuera de Itaú Lab, se llevaron a cabo más de 10 focus groups dirigidos y entrevistas personalizadas con diferentes públicos y se consolidaron más de 15.000 comentarios de clientes captados de diferentes fuentes, que 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, posibilitando el acceso a una mayor variedad de productos bancarios y ofertas de medios de pago.

En 2021, con las estrategias que implementamos desde esta área, hemos alcanzado a más de 50.000 usuarios y registramos cerca de 1.000.000 de transacciones a través de soluciones como la Tienda Naranja, la alianza con la empresa de telefonía Personal para el producto billetera electrónica y la solución de microcrédito revolving.

A continuación, exponemos cada una de las soluciones desarrolladas:

Tienda Naranja

La Tienda Naranja es una plataforma de comercio electrónico desarrollada por la empresa Aperpy y de la que el banco participa a través de descuentos y financiación en cuotas sin intereses 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.

23 mil transacciones realizadas, 150 comercios diferentes y más de 26 mil usuarios registrados en Tienda Naranja en 2021.

En el contexto de la pandemia, esta plataforma se convirtió en una alternativa muy efectiva para que diferentes comercios pudieran seguir operando y vendiendo sus productos. Durante su primer año completo de operación (2021), a través de la Tienda Naranja se realizaron más de 23.000 transacciones, se contó con más de 150 comercios oferentes y más de 26.400 usuarios registrados en la plataforma. De esta manera, en 2021, Tienda Naranja se convirtió en una de las principales plataformas de comercio electrónico a nivel país, cerrando diciembre con un 30% de cuota del mercado de plataformas de marketplace y un 8% de 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.

Quienes utilizan esta plataforma para comprar, pueden realizar las transacciones a través de distintos medios de pago como tarjetas de crédito, cuentas bancarias, puntos de recompensa y billeteras electrónicas.

Por otra parte, los comercios que ofrecen sus productos dentro de la tienda se benefician al recibir el crédito de sus ventas en cuentas de Itaú, facilitando así los procesos de cobro. Además, para los comercios de diversos rubros y

portes -incluyendo a emprendedores-, la Tienda Naranja se ha constituido en un nuevo canal de ventas, que expande sus posibilidades de captar nuevos clientes. Dentro de las ventajas de comercializar productos en esta plataforma se encuentran descuentos para los servicios de logística de entrega, la visibilización de productos a través de los esfuerzos constantes de publicidad y comunicación, y promociones específicas en épocas determinadas del año como Black Friday y Cyber Day.

En 2021, la Tienda Naranja resultó finalista, entre un total de 150 iniciativas, del Premio Walther Moreira Salles; (Categoría Innovación), un concurso regional del que participan proyectos destacados de todo el conglomerado Itaú-Unibanco. Para 2022, el desafío es acompañar más de cerca a micro, pequeñas y medianas empresas brindando espacios de formación, herramientas y asesoramiento. Así también está prevista la inclusión de rubros relacionados a turismo, farmacias y supermercados.

Alianza Personal – Itaú. Billetera electrónica (G4 FS7) (ODS 1.4) (ODS 9.3)

A través de nuestra alianza con la empresa de telefonía Personal, seguimos avanzando en el objetivo de digitalizar la economía y reducir el uso del efectivo, contribuyendo a la formalización del mercado.

Mediante la intervención de Itaú, el objetivo de la alianza en 2021 fue el de permitir el acceso a más de 500.000 mil usuarios de la billetera Personal a la red de Infonet, lo que representó el acceso a más de 30.000 puntos de pago en el país. También se permitió el acceso de las billeteras a más de 1.000 cajeros automáticos de las distintas entidades financieras. Adicionalmente, se ofrecieron promociones y descuentos para compras realizadas con esta billetera electrónica, alcanzando 35.000 transacciones que beneficiaron a cerca de 10.000 usuarios.

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

En 2021, mediante la intermediación de tres empresas distribuidoras de saldo de telefonía, hemos puesto a disposición de pequeñas y micro-empresas, una solución de financiación consistente en micro créditos para la realización de operaciones como recargas de saldo, giros y billeteaje electrónico. En el año, Itaú proporcionó fondos por valor de Gs. 196.230.000.000 a estas empresas distribuidoras quienes a su vez realizaron acreditaciones en las cuentas de más de 12.200 comercios, con lo que se alcanzó 1.000.000 de transacciones de desembolso.

**500 mil
usuarios
de billetera
electrónica
con acceso
a más de 30
mil puntos
de pago.**