

Experiencia del cliente: Cercanía, innovación y transformación digital

03

1. Centrados en el cliente
2. Composición de nuestra cartera
3. Evolucionamos para innovar y transformarnos digitalmente





Clientes digitales



3.72 millones de clientes activos digitales



3.62 millones de clientes activos en App



+500 mil clientes activos en web

Accesibilidad

642 Pichincha Mi Vecino Satelitales

Atendemos en **24** provincias

Logros



Categoría oro en certificación de Protección al Cliente



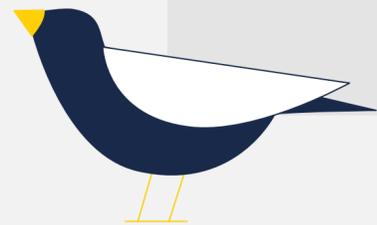
Premio Resiliencia del IDForo 2023 por Mi Vecino Satelitales



5 estrellas en la calificación de Desempeño Social

0,023 % tasa de reclamos

5.620.545 clientes a nivel nacional



1. Centrados en el cliente

[GRI 3-3][DJ3.7.1]

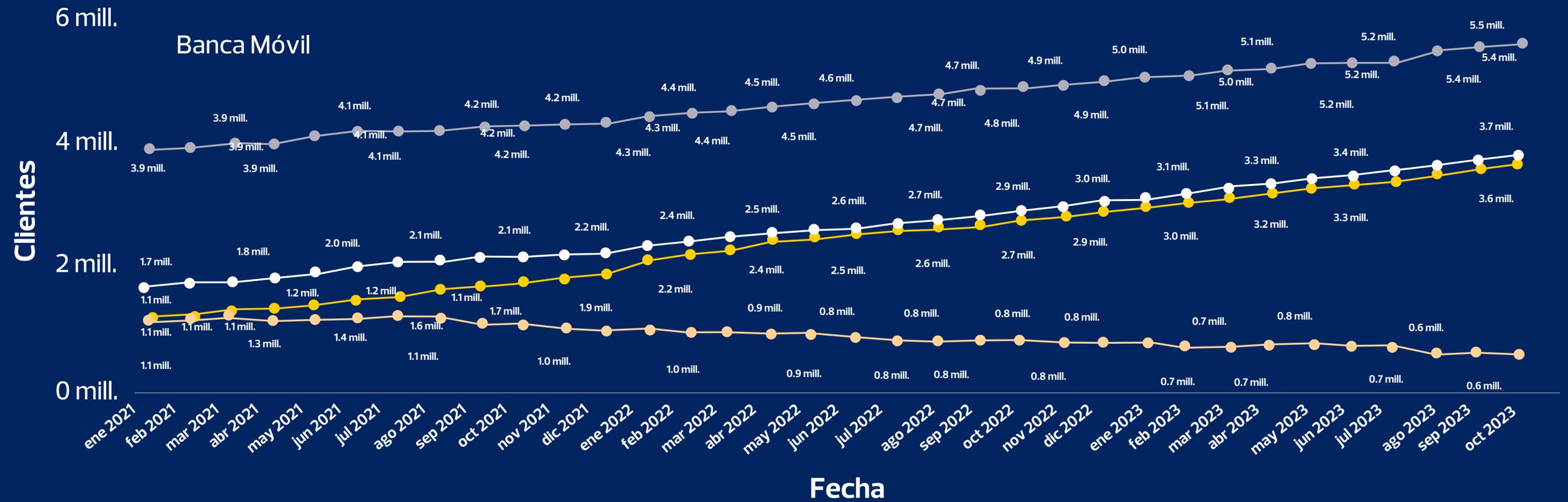
Nuestro propósito de inspirar y retribuir confianza y nuestra visión estratégica de ser el Banco más simple, cercano y humano del sistema financiero debelan nuestro compromiso con poner al cliente en el centro de nuestra operación. Para ello analizamos los reclamos y requerimientos de los clientes, así como los involucramos en procesos participativos durante el diseño de nuevos productos y canales de atención o mejoras a los existentes. En 2023 priorizamos trabajar en los siguientes aspectos:

- Medición y gestión de la voz del cliente.
- Servicio al cliente (Implementación CRM).
- Reducción de los reclamos.
- Reducción de las consultas y requerimientos, migración TRX financieras a canales de mayor costo eficiencia.
- Incrementar el porcentaje de autogestión digital de servicios.
- Diseño del modelo de atención para segmento personas.
- Reducción del tiempo de espera en servicios brindados en agencias.

Durante este año iniciamos la implementación de la estrategia de la voz del cliente que incluye la recepción de sus opiniones, la medición y la gestión de su experiencia. El monitoreo de las oportunidades de mejora en la experiencia del cliente se lleva a cabo a través de un indicador que es medido anualmente, y en base a su cumplimiento identificamos oportunidades de mejora para que se transformen en iniciativas transversales en el Banco.

Durante el 2023 obtuvimos un crecimiento sostenido en los clientes activos en todos nuestros canales digitales. De los 3.72 millones de clientes activos digitales, 3.62 millones corresponden a clientes activos en la App y aproximadamente 594 mil a clientes activos en nuestra banca web.





Canal ■ Banca Móvil ■ Banca Web ■ Cliente Activo Banco ■ Cliente Activos Digitales

La Comisión de Experiencia lidera la gestión de mejora continua a través de 4 servicios:

1

Entender el comportamiento del cliente para tomar las mejores decisiones.

2

Gestionar la voz del cliente con programa de Voz.

3

Cambio cultural de la experiencia.

4

Diseño interactivo centrado en los clientes.

Para prevenir o mitigar los impactos negativos potenciales y reales, desde la gestión de la experiencia del cliente priorizamos aquellos que puedan afectar a los clientes y realizamos seguimientos mensuales. Un impacto detectado es cuando realizamos mantenimientos y migraciones en el sistema y algunos canales quedan fuera de servicio por un tiempo determinado. Para ello comunicamos oportunamente al cliente para minimizar su afectación.

Cuando detectamos impactos negativos en los clientes los abordamos desde la etapa de escucha en la cual recopilamos sus datos con la finalidad de tener una visión integral de los hallazgos tanto a nivel cualitativo como cuantitativo. Priorizamos los impactos con mayor afectación para el cliente, los socializamos en los respectivos foros de negociaciones con los stakeholders para impulsar la planificación y establecimiento de indicadores. El seguimiento de efectividad de las acciones y las metas establecidas se presentan de manera mensual en la Comisión de Experiencia.

Generamos además, una planificación enfocada en resolver las principales necesidades de los clientes mediante un modelo analítico que permite determinar los grupos de mayor

impacto; con estos resultados diseñamos productos y servicios con un marco de trabajo centrado en ellos.

Con el entendimiento del viaje del cliente en relación con la atención que recibe por parte del Banco nos hemos fijado metas anuales para incrementar el indicador de experiencia del cliente, la disponibilidad de canales, la resolución de requerimientos en el primer contacto, entre otros.

Entre las lecciones aprendidas que hemos incorporado en nuestros procedimientos es priorizar únicamente acciones que generan valor a los clientes.

Banca pensada en el cliente

[BP6]

Contamos con la Política de Protección al Consumidor y Política de Protección de Datos alineadas a la normativa del país. Además, hace varios años somos pioneros en certificar nuestra operación con estándares internacionales de atención y protección al cliente de manera voluntaria.

Las unidades de Banca Relacional y Microfinanzas obtuvieron el nivel Oro en la Certificación de Protección al Cliente gracias a la implementación de sus Principios dentro de sus operaciones. Esta es la más alta distinción, otorgada por CERISE-SPTF, una organización internacional que apoya al sector financiero en temas sociales y de sostenibilidad. Es otorgada a las instituciones que cumplen con rigurosos lineamientos definidos en los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social.

A partir de 2022 trabajamos en el alineamiento del nuevo estándar que contempla 8 principios de protección al cliente para obtener la recertificación en 2024 cuando culmina su ciclo de vigencia actual.

Cumplimos con los principios de protección al cliente:

Principios de Protección al Cliente

1. Los productos, servicios y canales de la institución benefician a los clientes.
2. La institución no sobre endeuda a los clientes.
3. La institución brinda a los clientes información clara y oportuna para apoyar su toma de decisiones.
4. La institución fija precios de manera responsable.
5. La institución hace cumplir el trato justo y respetuoso de los clientes.
6. La institución protege los datos de los clientes y les informa sobre los derechos que poseen respecto al uso de sus datos.
7. La institución recibe y resuelve los reclamos de los clientes.
8. La gobernanza y la Alta Gerencia están comprometidas con la protección al cliente, y los sistemas de RRHH apoyan su aplicación.

La implementación diaria de estos principios nos permite entender a profundidad los requerimientos de los más de 3.9 millones de clientes del segmento masivo, sus características y necesidades, para responder oportunamente, con claridad, transparencia y con productos y servicios personalizados que los impulsen a crecer.

Durante este año, hemos ratificado y fortalecido la Gestión del Desempeño Social (GDS) que se mide a través de una calificación social realizada por un externo independiente al Banco. La GDS se refiere a la efectividad con la que las instituciones financieras alcanzan objetivos sociales y crean valor para sus clientes, esta calificación está compuesta por 6 dimensiones y más de 350 indicadores.

Las instituciones financieras que aplican prácticas sociales sólidas diseñan productos adecuados a las necesidades de sus clientes, ayudan a sus clientes a afrontar las emergencias, invierten en oportunidades económicas y gestionan las necesidades financieras diarias y a largo plazo. Además, tratan a sus colaboradores de manera responsable y mantienen un cuidadoso equilibrio entre los objetivos financieros y sociales de la institución.

Los puntos más importantes de nuestra gestión en las seis dimensiones los detallamos a continuación:



Gestión de desempeño social

Dimensión	Fundamentos
<p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">Definición y monitoreo de objetivos sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plan estratégico con excelente balance entre los objetivos financieros y sociales. • Clara definición de objetivos sociales alineados al propósito del Banco, observándose indicadores y metas por cada uno. • Positiva medición del desarrollo de sus clientes. • Adecuada profundidad de las operaciones de microcrédito, atendiendo a clientes con restricciones de crédito. • Notable compromiso y acciones a favor de la comunidad, así como en la protección del medio ambiente y mitigantes ante el cambio climático.
<p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">Compromiso de la junta directiva, alta gerencia y personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sólida orientación social, liderada desde la Alta Gerencia, Directorio y accionista del Banco. • Los procesos de inducción, capacitación y selección cuentan con clara connotación social y preocupación por alinearse a la filosofía de la empresa. • Sistema de incentivos incorpora algunos componentes que promueven la inclusión financiera, así como premios adicionales que ayudan a alcanzar este objetivo.
<p style="text-align: center;">3</p> <p style="text-align: center;">Diseño y adecuación de productos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios se encuentran adaptados a las necesidades y perfil del cliente, sustentado en estudios de satisfacción, levantamiento de necesidades y retroalimentación continua. • Destacable enfoque de género, desarrollando créditos específicos para la mujer, así como talleres y charlas de empoderamiento, entre otros. • Favorable la presencia de diversos canales para acercarse al cliente como los corresponsales no bancarios (CNB – “Mi Vecino”), canales digitales, app móvil, billetera electrónica “Deuna!”.



4

**Responsabilidad social
hacia el cliente**

- Notable retención de clientes.
- Positiva participación de clientes exclusivos en el segmento de microfinanzas (47.3% del total de clientes del segmento).
- Excelente cumplimiento de los estándares de protección al cliente.

5

**Responsabilidad Social
hacia el Personal**

- Continúa la excelente responsabilidad hacia los colaboradores.
- Buenos niveles de rotación de personal total y ejecutivos de negocio, comparativamente mejores al benchmark comparable.
- Ofrece amplios beneficios adicionales a la ley y se observan loables esfuerzos para su difusión e interiorización.
- Plan de carrera formalizado y valorado por el personal.

6

Finanzas Responsables

- Notable balance financiero-social, pese a la reducción del margen operativo neto y rentabilidad patrimonial sin ajustar.
- Exhibe fuerte respaldo del accionista, reflejado en su compromiso en realizar finanzas inclusivas.
- Precios competitivos y se encuentran por debajo de los topes a las tasas de interés, según regulación. Además, exhiben unas de las tasas más bajas del sector.
- Saludable mejora de la calidad de cartera, reflejada en un menor indicador de la cartera en riesgo, explicado por los mayores controles aplicados, así como la prudencia en las colocaciones.



S MicroRate

Gracias a esta gestión alcanzamos 5 estrellas, la puntuación más alta en términos de desempeño social; posicionándonos en el 1% de instituciones a nivel mundial que han alcanzado esta destacada calificación.

Atención en cada rincón del país

[GRI2-6][FS13]

Creemos en la consigna de brindar servicios bancarios a todos los rincones del país. Con este objetivo en mente hemos llegado a las 24 provincias del país con la presencia de más de once mil puntos de atención entre agencias, autoservicios (ATM y multifuncional), Corresponsales No Bancarios Mi Vecino (CNB), quioscos y estaciones digitales.

Puntos de atención	
Tipos de puntos de atención	
Agencias*	236
Autoservicios	1.426
Corresponsales No Bancarios Mi Vecino	8.802
Puntos Farmaenlace	1.268
Puntos Santa María	45
Quioscos	47
Total	11.824
* Incluye agencias móviles, ventanillas, punto virtual, oficinas especiales matriz	

Pichincha Mi Vecino

Convencidos de que la inclusión financiera es la clave para construir un Ecuador más fuerte y conectado, durante el 2023 ampliamos nuestra red de Corresponsales No Bancarios Mi Vecino (CNB), enfocando nuestro crecimiento en la región sur y norte del país con un aumento a nivel nacional de 1,387 puntos de atención.

De la totalidad de 8,802 corresponsales, 4,515 operan en áreas económicamente desfavorecidas con presencia significativa de microempresarios. Este contexto ofrece una oportunidad destacada para promover la bancarización en dichas zonas.

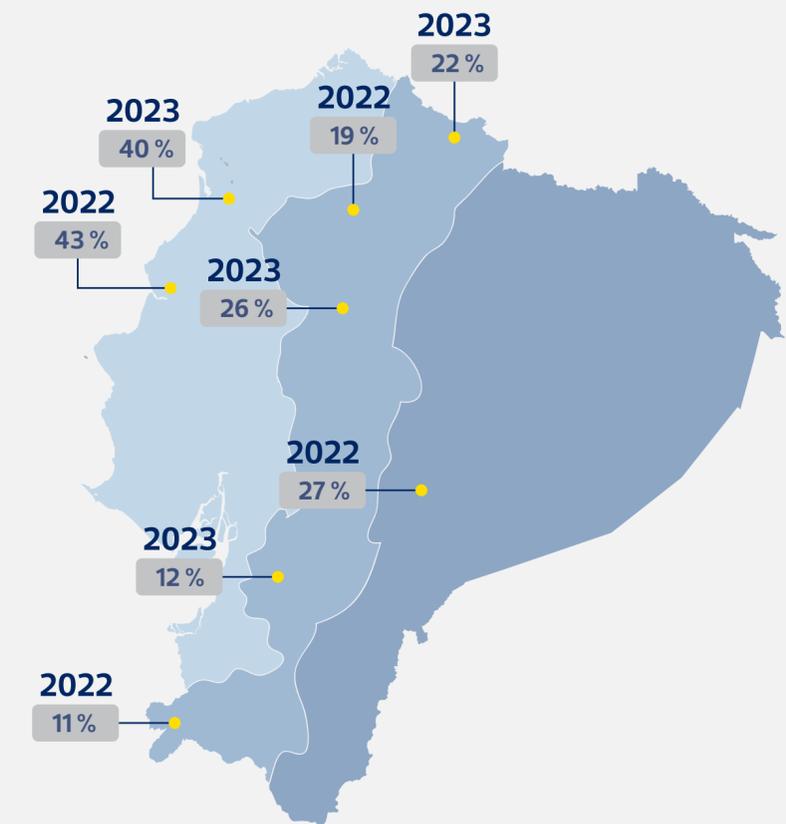
Quienes conforman esta red son nuestros socios estratégicos porque se convierten en pequeñas agencias en sus comunidades. A través de este modelo de negocio y distribución de productos financieros adoptado por tiendas, ferreterías, papelerías, entre otros negocios, no solo dinamizamos la economía local, sino que también acercamos y simplificamos el acceso a servicios bancarios para nuestros clientes.

Para más información sobre Mi Vecino satelital, ingresa en: https://www.pichincha.com/blog/mi-vecino-satelital-impulsa-inclusion-financiera?utm_source=linkedin

Gracias al incremento de Mi Vecino Satelital hemos impulsado la bancarización en zonas rurales del Ecuador llegando a comunidades sin acceso a internet. Para este año contamos con 642 CNB satelitales, ubicados en 23 provincias y 431 parroquias. Esta iniciativa fue acreedora del Premio Resiliencia del IDForo 2023, en el marco de la Cumbre Iberoamericana sobre Identidad Digital y Servicios Electrónicos de Confianza.

Mi Vecino Satelital trabaja con dispositivos POS con WIFI, aprovechando el internet satelital, y asegurando una conexión constante y confiable.

Puntos de atención Mi Vecino



Región	N° de CNB		%	
	2023	2022	2023	2022
Costa	1.807	1.348	40 %	43 %
Región Centro	1.177	831	26 %	27 %
Región Norte	979	600	22 %	19 %
Región Sur	552	349	12 %	11 %
Total	4.515	3.128	100 %	100 %

Servicios financieros con enfoque en las personas con discapacidad

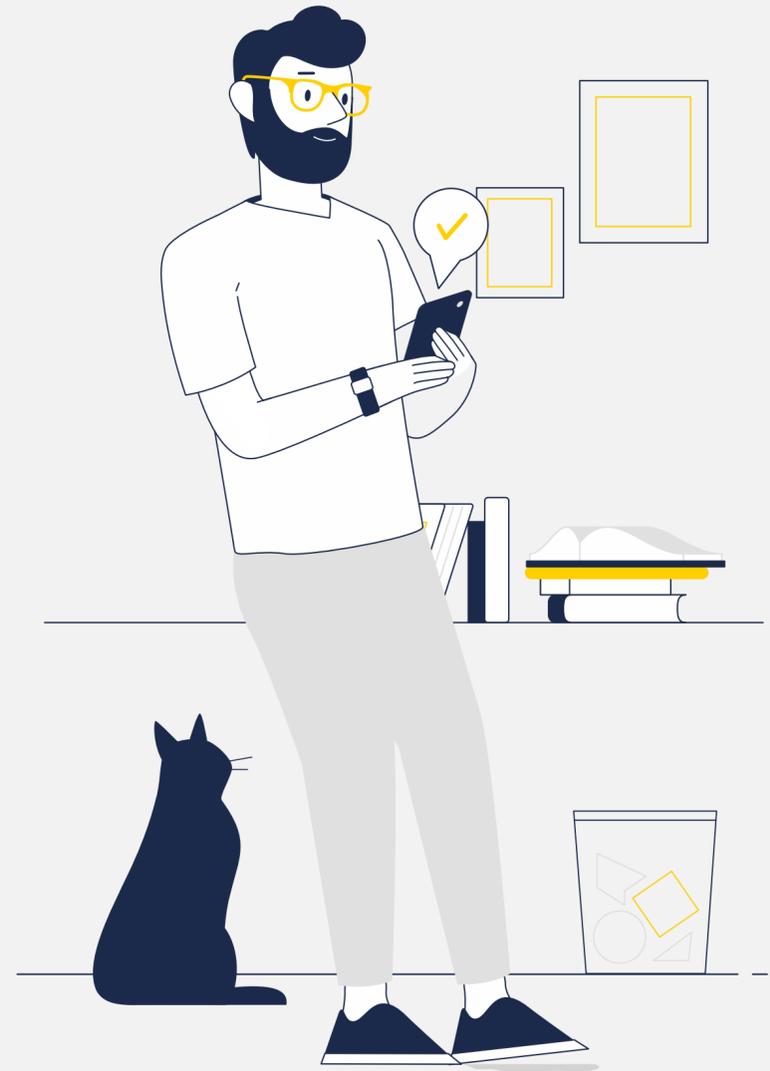
[FS14]

Trabajamos arduamente para ser un Banco inclusivo, por lo que cada año desarrollamos iniciativas o mejoras a los canales para facilitar el acceso a nuestros productos y servicios y mejorar la experiencia para personas con discapacidad.

Durante este año, llevamos a cabo un seguimiento del uso de la aplicación Banca Móvil por parte de nuestros clientes con discapacidad visual. En 2022, implementamos un software de lectura de pantalla que les permite gestionar sus finanzas de forma autónoma. Nos enorgullece informar que ahora son capaces de realizar avances de efectivo y efectivo express, obtener certificados bancarios, realizar cambios de clave de tarjeta de débito, así como bloquear y desbloquear su tarjeta de débito.

Una de cada tres personas con discapacidad visual en Ecuador usa nuestra Banca Móvil.

Este trabajo nos ha hecho merecedores una vez más del Sello Inclusivo Progresivo, otorgado por el Distrito Metropolitano de Quito debido a nuestras prácticas inclusivas.



Gestión de quejas y reclamos

[GRI2-16][BP4][GRI 418-1][GRI 2-25]

Gestionamos la atención integral de reclamos, requerimientos y quejas de nuestros clientes, así como del público en general y organizaciones del estado. Esta gestión, se realiza en varias etapas, las cuales son controladas y monitoreadas de forma eficaz y eficiente, lo que mejora la experiencia del cliente.

Disponemos de varios canales de atención para atender reclamos y quejas de nuestros clientes. Estos son ingresados y procesados en las herramientas correspondientes, y comunicados al cliente en los tiempos establecidos por la organización. Para lograr este objetivo contamos con procesos debidamente documentados en manuales e instructivos enmarcados en la normativa vigente.

Continuamente desarrollamos proyectos, iniciativas y mejoras en los procesos para poder disminuir el número de reclamos y quejas con respecto a nuestros productos y servicios. Nos enfocamos en la implementación de FCR (First Contact Resolution), RPA (Robotic Process Automation), análisis periódicos de causa raíz y campañas educativas dirigidas a nuestros clientes para disminuir los posibles impactos negativos y abarcar la problemática de manera integral.

Finalmente, con el objetivo de monitorear, controlar e implementar planes de acción en base a la evidencia obtenida, se cuenta con KPIs integrales que permiten conocer el desempeño de la atención de reclamos y quejas con respecto al tiempo de atención, calidad de respuesta, reclamos ingresados versus el número de transacciones, etc.

Disminuimos la tasa de reclamos, pasando de 0,027 % en 2022 a 0,023 % en 2023.

Un ejemplo de este monitoreo es que durante el 2023 no tenemos un reclamo o queja con respecto a la violación de la privacidad de clientes, gracias a las medidas técnicas, organizativas y legales ejecutadas para preservar la seguridad de los datos.

Gestión de reclamos

Canales	Número de transacciones			
	Detalle	2023	2022	Variación anual
Banca web	Transferencias	12.864.706	16.140.100	-20,29 %
	Pagos	5.791.707	11.043.635	-47,56 %
	Productos	140.144		
Banca móvil	Transferencias	434.936.565	253.567.125	71,53 %
	Pagos	38.121.720	26.373.843	44,54 %
Cajas	Deposito	30.040.179	29.146.544	3,07 %
	Pagos	6.817.083	6.809.726	0,11 %
	Retiro	16.507.314	15.793.853	4,52 %
	Servicios	7.440		
Autoservicios	Deposito	16.241.529	13.922.401	16,66 %
	Recaudaciones	460.458	525.934	-12,45 %
	Retiro	114.411.189	98.615.582	16,02 %
	Transferencias	4.274	4.334	-1,38 %
	Productos	164.983		
Transacciones en CNB (corresponsales no bancarios)	Deposito	63.402.740	57.155.768	10,93 %
	Pagos	13.232.770	15.097.244	-12,35 %
	Retiro	57.149.380	44.772.454	27,64 %
	Servicios	114.551		
Medios de pago	Consumos tarjeta de débito	97.480.688	71.132.598	37,04 %
	Consumos tarjeta de crédito	40.142.480	33.715.376	19,06 %
Total de transacciones		948.031.900	693.816.517	36,6 %
Total de reclamos		216.127	187.317	15,4 %
Indicador		0,023%	0,027%	-15,6 %

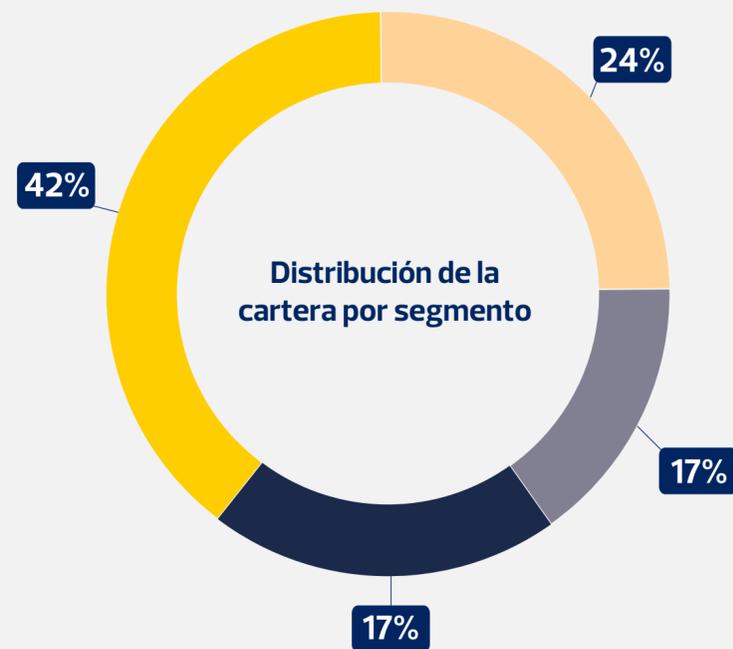
2. Composición de nuestra cartera

[FS6]

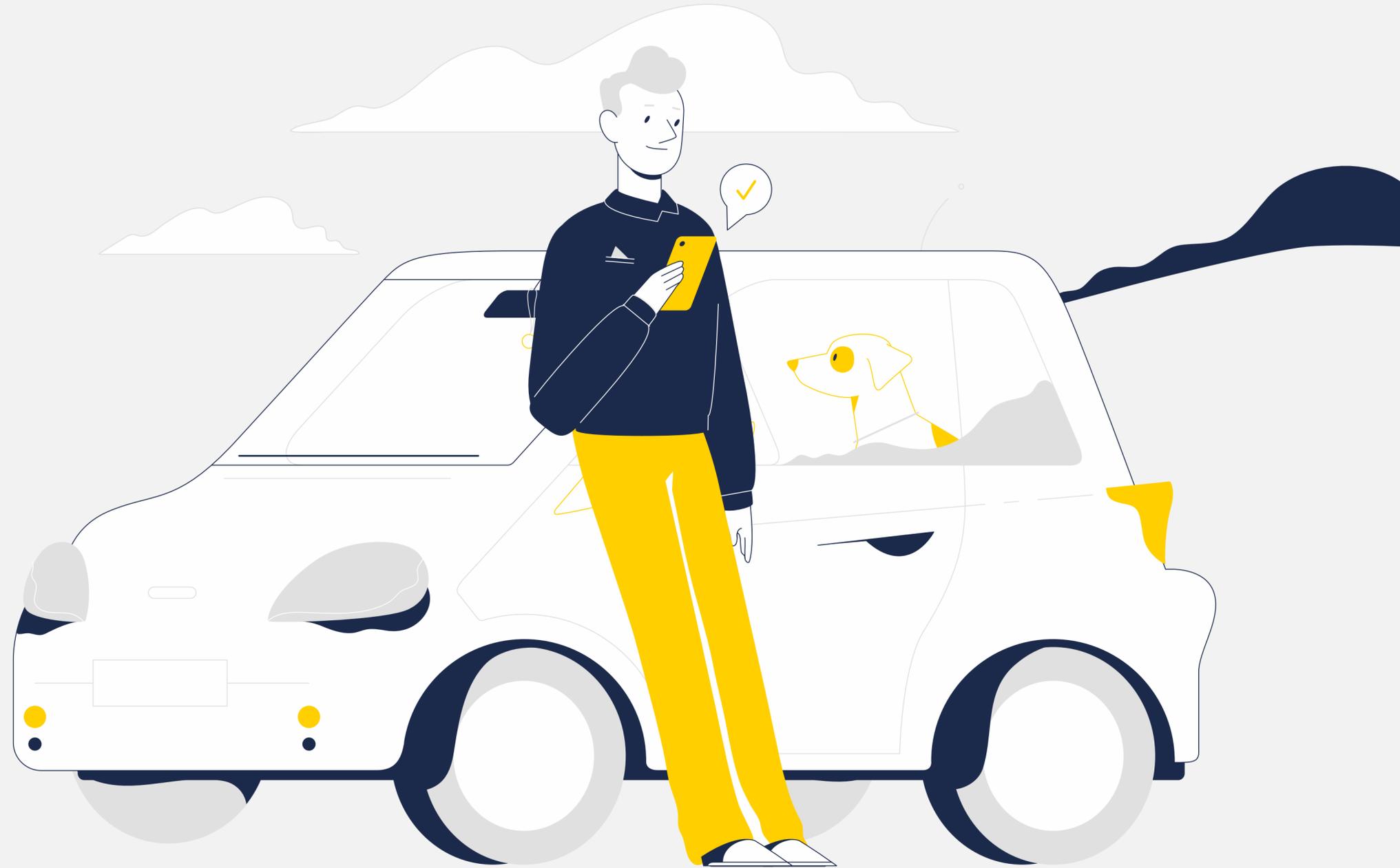
Estamos comprometidos con el desarrollo de nuestro país, apoyando los sueños de las familias y negocios que lo conforman. Durante el 2023 desembolsamos 1.747.914 créditos y al cierre del año, contamos con una cartera neta de \$ 11.543.786.202, que representa un crecimiento de 9 %.

Disponemos de una estructura de análisis para el otorgamiento de créditos, la cual nos ha permitido mantener un adecuado manejo del riesgo y de la cartera vencida del Banco.

Nuestra cartera se encuentra distribuida por segmento de la siguiente manera:



Empresa PES Microfinanzas Personas



Cientes por Región

Región	2023					2022				
	Empresa	Personas Naturales	Microfinanzas	PES	Total Genral	Empresa	Personas Naturales	Microfinanzas	PES	Total Genral
Costa	3.788	1.743.938	289.618	38.156	2.075.500	3.584	1.453.858	272.075	35.414	1.764.931
Matriz	3.180	18.868	436	233	22.718	3.085	17.138	740	201	21.164
Región Centro	1.040	894.515	223.233	15.602	1.134.390	967	747.556	207.222	14.304	970.049
Región Norte	1.776	1.871.552	162.275	29.742	2.065.345	1.432	1.687.447	149.464	28.045	1.866.388
Región Sur	598	272.157	598	8.329	322.592	612	232.619	38.402	7.273	278.906
Total	10.382	4.801.030	717.070	92.062	5.620.544	9.680	4.138.618	667.903	85.237	4.901.438

Cientes con operaciones de crédito activo por negocio

Región	2023				2022			
	# Clientes	# Operaciones	Total Cartera \$	%	# Clientes	# Operaciones	Total Cartera \$	%
Empresa	2.890	20.031	2.749.467.303	24 %	2.599	14.326	2.504.805.862	24 %
PES	44.319	76.835	2.019.897.860	17 %	42.034	71.574	1.855.378.169	18 %
Microfinanzas	321.929	437.716	1.997.199.673	17 %	323.059	438.846	1.829.096.856	17 %
Personas	923.243	1.213.332	4.777.221.365	41%	870.247	1.126.727	4.280.204.834	41%
Total	1.292.381	1.747.914	11.543.786.202	100 %	1.237.939	1.651.473	10.469.485.721	100 %

3. Evolucionamos para innovar y transformarnos digitalmente

[GRI 3-3]

Hoy en día las necesidades de los clientes nos demandan poder gestionar servicios financieros de manera más ágil y segura, es por eso que hace varios años iniciamos una transformación digital interna para estar a la altura de las nuevas expectativas del mercado.

Hemos conseguido logros significativos en el diseño de productos como el crédito hipotecario que optimiza el tiempo de respuesta para clientes internos y externos, a la vez que es un producto auto gestionable. Además, contamos con otros créditos digitales como el de consumo, al cual el cliente puede acceder de manera online en cuestión de segundos.

La oferta digital también está acompañada de productos del pasivo como cuentas bancarias e inversiones, haciendo que ahorrar e invertir sea fácil y lo puedan hacer de manera independiente.

Parte de nuestra promesa de valor es la simplicidad en la experiencia que queremos entregar a nuestros usuarios, es por eso que en diciembre nuestros clientes movieron 14.205 MM, de los cuales 7.383 MM, es decir, el 52 % lo hizo a través de canales digitales.



Nuestras transferencias desde la banca móvil son las más rápidas del sistema financiero.

En este proceso de transformación digital buscamos mitigar cualquier riesgo hacia nuestros clientes. Sin embargo, existen algunos inherentes al uso de la tecnología como los ciberataques y la exposición de datos sensibles. Para ello contamos con la Política General de Seguridad de la Información y Ciberseguridad, internamente articulamos nuestro trabajo con áreas de gestión de riesgos, seguridad, legal y comunicación desde las fases iniciales de la construcción de las soluciones, diseñamos planes de contingencia, realizamos muestreos y controles de procesos previos a la masificación y salida al mercado de productos, servicios y canales digitales. Así como monitoreos posteriores.

Para prevenir los ciberataques aplicamos las siguientes medidas de seguridad:

- Autenticación multifactor (AMF)
- Monitorización continua
- Educación a clientes
- Encriptación de datos

En caso de que algún cliente llegara a tener una afectación negativa contamos con canales y sistemas de atención especializado de reclamos y requerimientos.

Hemos definido indicadores claves de desempeño (KPI) y objetivos y resultados clave (OKR) para evaluar los resultados de los procesos de transformación digital e innovación. Esta información se encuentra en el acápite Transformación Digital del Informe Anual 2023.

Manejamos una visión de mejora continua alimentada por la voz de nuestros clientes. Ellos son parte central de nuestra forma de trabajo a través de metodologías ágiles que nos permiten itinerar un producto, un servicio o un canal con su retroalimentación constante. Identificar sus necesidades y dolores es la clave para convertirnos en una banca más humana, empática que brinda soluciones personalizadas.

