



LUEGO DE REALIZAR UNA DETALLADA SEGMENTACIÓN, SE ORIENTÓ EL ESFUERZO DE LOS COLABORADORES DE LA RED DE TIENDAS HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA BANCA DE RELACIONES, CON EL PROPÓSITO DE RETENER, VINCULAR E INCREMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

Durante el 2009, Interbank planteó una nueva forma de gestionar las relaciones con sus clientes. Luego de realizar una detallada segmentación, se orientó el esfuerzo de los colaboradores de la red de tiendas hacia la construcción de una banca de relaciones, con el propósito de retener, vincular e incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.

A la fecha, Interbank cuenta con más de 1.5 millones de clientes y una tasa de crecimiento de los mismos superior al 9% anual durante los últimos cuatro años.

A fin de mantener la promesa de Interbank de estar siempre más cerca de sus clientes, el banco continúa innovando y expandiéndose para poder llevar sus productos y servicios a cada vez más personas con los más altos estándares en calidad de servicio.

**CANALES**

Interbank es el cuarto banco del sistema en términos de depósitos y colocaciones y cuenta con la segunda red de distribución más grande del sistema financiero peruano, que comprende más de 3,500 puntos de contacto con el cliente.

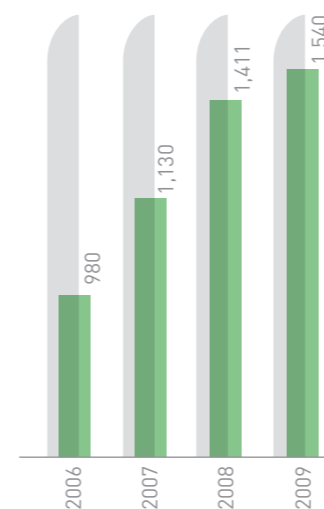
**Red de Tiendas**

La expansión de Interbank durante los últimos tres años ha sido planificada pensando en la conveniencia y calidad de atención para los clientes. Este crecimiento se ha realizado logrando mejoras significativas en productividad y eficiencia.

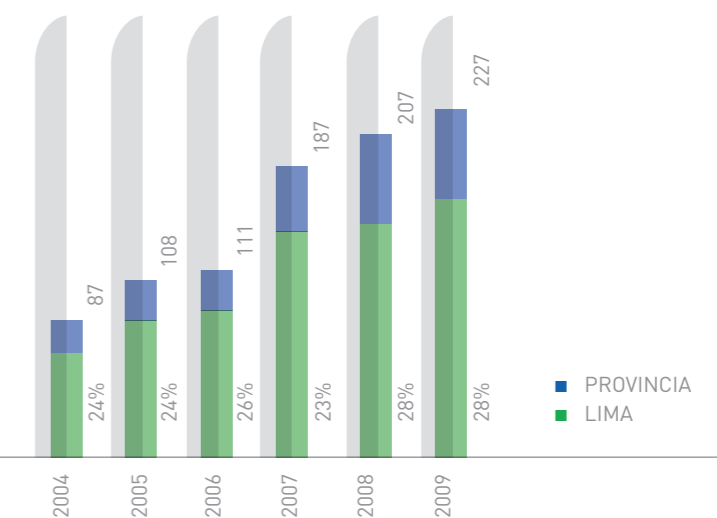
A lo largo del 2009, Interbank siguió acompañando el crecimiento de Supermercados Peruanos, en línea con su posicionamiento de marca, permitiéndole incrementar a 86 el número de tiendas con horarios de atención extendidos a nivel nacional (de lunes a domingo de 9am a 9pm).

Asimismo, Interbank consolidó su red de tiendas como la tercera más grande del sistema, acortando la distancia respecto de sus principales competidores. Durante el 2009 se abrieron 20 tiendas adicionales, sumando al cierre del año un total de 227 a nivel nacional. De dicho total, 28% están ubicadas en las principales ciudades de provincias. También se acondicionaron las tiendas durante el año con el objetivo de brindar una mejor atención a los clientes de banca comercial, banca pequeña empresa y banca personal.

NÚMERO DE CLIENTES INTERBANK



TIENDAS FINANCIERAS



## CRECIMIENTO QUE NOS ACERCA A LOS CLIENTES



DURANTE EL 2009 EL 80% DEL TOTAL DE TRANSACCIONES SE REALIZÓ A TRAVÉS DE LA BANCA ELECTRÓNICA, MUY POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL SISTEMA BANCARIO Y DEL 77% QUE REGISTRÓ INTERBANK EN EL 2008.

MEMORIA ANUAL 09  
ES TIEMPO DE CREER,  
ES TIEMPO DE CRECER  
← 28 // 29 →

### Canales Electrónicos

Global Net se mantuvo por tercer año consecutivo como la red más grande de cajeros automáticos del Perú, sumando más de 1,900 ATMs que incluyen 1,391 cajeros convencionales, 109 cajeros plus - que aceptan depósitos en cheque y efectivo - y 404 dispensadores de monedas. El 68% de los ATMs se ubica fuera de la red de tiendas de Interbank y el 29% están ubicados en provincias.

La red de kioscos Saldo y Pagos al Toque también creció a nivel nacional, alcanzando las 247 unidades ubicadas dentro de las tiendas del banco. Estos kioscos web permiten realizar consultas diversas, transferencias entre cuentas propias, pagos de recibos y otras operaciones, siendo todas ellas libres de costo para el usuario.

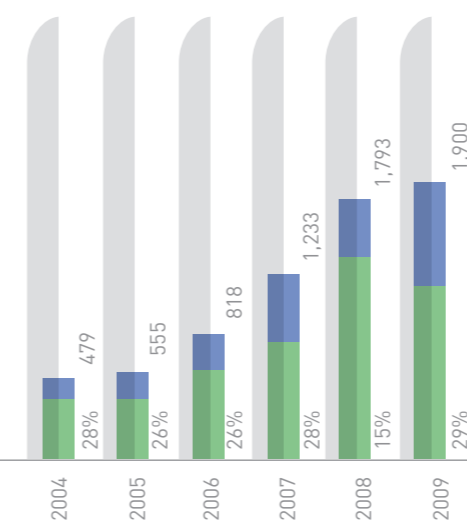
El número de Interbank Agente pasó de 1,015 al cierre del 2008 a 1,500 al cierre del 2009. Cabe resaltar que el 45% de éstos corresponsales están ubicados en provincias, permitiendo mejorar la cobertura geográfica de Interbank y llevar servicios financieros a sectores poco bancarizados de la población.

En el 2009 Interbank fue el primer banco en ofrecer servicios de banca celular, contando ya con más de 30,000 usuarios inscritos. La banca celular de Interbank brinda un abanico amplio de opciones transaccionales, incluyendo consultas, transferencias, pagos de servicios, pagos de tarjetas de crédito, entre otras.

Asimismo, durante el 2009 se realizó el lanzamiento de la nueva banca de personas por internet, oferta de valor que incluirá también a los clientes de empresas durante el 2010. Además, pensando en la seguridad de los clientes, se incorporó una clave dinámica para transacciones con terceros.

Como resultado de dicho esfuerzo, se logró incrementar las transacciones en canales electrónicos como proporción de las transacciones totales realizadas en Interbank. Así, durante el 2009 el 80% del total de transacciones se realizó a través de la banca electrónica, muy por encima del promedio del sistema bancario y del 77% que registró Interbank en el 2008.

### RED DE CAJEROS AUTOMÁTICOS



### INTERBANK AGENTES

