



BANESCO IMPULSA EL SEGMENTO DE MEDIOS DE PAGO A TRAVÉS DE SOLUCIONES DIGITALES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Más 120.000 comercios afiliados al canal de Punto de Venta constituyen el universo de clientes que utilizan el medio de pago de la institución bancaria a nivel nacional. En los últimos años, Banesco ha desarrollado soluciones digitales y establecido alianzas estratégicas con desarrolladores de medios de pago, para ofrecer a sus clientes más alternativas en las operaciones cotidianas de su comercio.

Banesco Banco Universal, institución bancaria de capital 100 % venezolano, lideró en 2025 el mercado de adquirencia del sistema bancario privado en Venezuela. En la actualidad, la institución consolida más de 120.000 comercios afiliados que se traducen en unos 176.000 puntos de ventas, alcanzando en términos de volumen transaccional el 30 % de la cuota de mercado.

La estrategia detrás de estos números es la implementación de soluciones tecnológicas que ofrecen a los clientes diferentes productos y servicios, que se adaptan a la naturaleza de sus negocios, expectativas y necesidades. La propuesta de Banesco en medios de pago abarca desde puntos de ventas, hasta portales administrativos -en alianza con proveedores- que permiten la centralización de todas las operaciones del negocio.

“Entender a nuestros clientes y a sus negocios ha sido clave para retornos en el ejercicio de encontrar otras formas de apoyarlos y acompañarlos a crecer. Es así como identificamos en el segmento de Medios de Pago una oportunidad para crear soluciones que permitan a los clientes administrar de manera más efectiva, segura y ágil, las operaciones de su negocio”, explica Juan Carlos Fonfría, vicepresidente ejecutivo de Experiencia de Clientes, Productos y Medios de Pago.

De lo tradicional a la transformación digital

Los puntos de venta tradicionales han evolucionado para convertirse en herramientas de gestión estratégica y operativa que centralizan información, a través de los datos que registran. En la actualidad, Banesco ofrece diferentes soluciones que facilitan la transaccionalidad y el control de las operaciones de sus clientes jurídicos. A través de su aliado “nativa”, ofrece al mercado puntos de venta inteligentes que registran de manera efectiva la transaccionalidad del negocio.

“nativa tiene como visión la optimización de sus servicios desde una autogestión del cliente. El punto de venta deja de ser un medio de transaccionalidad, para convertirse en un centralizador de soluciones a través de la suite de pago. Con el uso de la inteligencia artificial, el cliente podrá analizar los datos que arroja su punto de venta para la toma de decisiones en su negocio, como analizar el comportamiento del consumidor o los productos de mayor demanda”, comenta Emilio Zárate, gerente general de nativa.

Dentro de su propuesta digital, Banesco diseñó la Suite BanescoPago, una herramienta digital que centraliza los procesos de cobro y transaccionalidad de los negocios desde un

dispositivo móvil o puntos de venta Banesco. Esta herramienta permite servicios como control y registro de pagos realizados, dar vuelto o cobro a destino, entre otros.

Las alianzas han sido estratégicas para ofrecer pasarelas de pagos que facilitan transacciones desde portales web, así como portales administrativos que centralizan las operaciones del negocio para control, análisis y estadísticas. Los proveedores aliados de Banesco hacen posible que se realice una transaccionalidad directa, ágil y segura; mismos principios sobre los que opera la institución bancaria.

Fuerza de ventas especializada

Recientemente, Banesco celebró la primera edición del Banesco *Payment Fest*, un evento diseñado para su fuerza de ventas donde se expusieron los productos y servicios en medios de pago y Banca Digital que ofrece el banco. La actividad tuvo como objetivo capacitar y actualizar a la red comercial de la Gran Caracas en las novedades e innovaciones que presenta Banesco en este segmento.

“El Banesco *Payment Fest* buscó acercar nuestras soluciones digitales e innovaciones -tanto en banca digital como en medios de pagos- a nuestra fuerza de ventas, bajo un esquema “de la teoría a la práctica” que contó con exhibición de productos y servicios, charlas especializadas y un ciclo de ponencia sobre proyectos, casos de éxitos e implementación de novedades”, explicó Yusmary Cote, vicepresidente de Medios de Pago y Servicios Digitales de Banesco. “En Banesco estamos conscientes de que la tecnología habilita, pero es el Capital Humano quien la lleva a las manos del cliente, de allí la importancia de que conozcan directamente, todas las soluciones que podemos ofrecer a nuestros clientes”.

La estrategia de negocio de Banesco en la actualidad está orientada a fortalecer su banca digital a través de nuevas y atractivas aplicaciones, que continúen brindando soluciones cotidianas a sus clientes, desde la autogestión. De igual manera, está enfocada en convertir a sus agencias en centros de negocio, donde los clientes pueden recibir todo tipo de asesoría y acompañamiento para sus requerimientos. Bajo este esquema, recientemente el Banco reinauguró su agencia del Centro Comercial Ciudad Tamanaco en Caracas.

“Hoy día la mayoría de las personas quieren la libertad de poder resolver su cotidianidad a través de un teléfono inteligente y esto incluye a la banca digital. Muestra de ello es que el 95 % de las transacciones bancarias en Venezuela son digitales. Pero por otro lado, no puede perderse de vista el factor humano. Una transformación digital sin un equipo humano que lo acompañe no logrará el éxito que se propone. Acompañar al cliente no es solo asesorar en el producto que más le conviene, sino también guiarlo en la potencialidad de ese producto”, concluyó Fonfría.

Para mayor información visita [Banesco.com](https://www.banesco.com)

Encuétranos como

