



“EL CLIENTE Y LA INNOVACIÓN FUERON EL CENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA EN 2023”

En una conversación con Marco Tulio Ortega Vargas, presidente ejecutivo de Banesco Banco Universal, resaltó el esfuerzo del equipo de trabajo por alcanzar los objetivos propuesto en 2023, donde el cliente fue el centro de las acciones, estrategias y novedades.

Banesco Banco Universal cerró el 2023 como una de las instituciones bancarias de mayor preferencia por clientes venezolanos. De acuerdo a Marco Tulio Ortega Vargas, presidente ejecutivo de Banesco, este logro se debe a la confianza que ha sabido ganarse la entidad, las novedades que ofrece al mercado como parte de su propósito por brindar soluciones y la inversión por una mayor visibilidad de la marca.

“Los mayores retos a los que se enfrenta un banco son ofrecer productos y servicios novedosos y atractivos para sus clientes; cuidar de la confianza que ponen los usuarios en la institución a través de sus ahorros o aportes; y saber adaptarse a las condiciones económicas del momento”, explica Ortega Vargas. “En el caso de Banesco, nuestros clientes están en el centro de esos retos. Cuando consideramos esas variables y las cruzamos con las necesidades del cliente, somos más precisos en nuestra oferta de productos y servicios”.

Banesco inició el año con una **oferta ampliada de los servicios de su Cuenta Verde**, una opción de ahorro en divisas que permite la adquisición, venta y administración en moneda extranjera. Desde esta cuenta, los clientes pueden pagar con su tarjeta de débito y realizar pago móvil de forma inmediata, a través de una conversión automática en bolívares.

La novedad más esperada por los clientes Banesco, llegó en el segundo trimestre del año cuando la institución bancaria estableció una **alianza con la plataforma de envíos de remesas Moneygram**, para la recepción de este importe desde fuera de Venezuela. Los familiares o allegados de personas con cuentas Banesco, pueden recibir de forma casi inmediata, las remesas enviadas desde el exterior, que se adjudican en sus cuentas en moneda local.

“La alianza con Moneygram llegó justo en el momento indicado. Muchas familias venezolanas tienen como ingreso principal las remesas que envían familiares y amigos desde el exterior. Este servicio, no solo simplifica la recepción del dinero y su disponibilidad inmediata en moneda local, sino que cuenta con el respaldo de una de las principales plataformas de envío de remesas y de Banesco como ente receptor. A través de este servicio aseguramos confianza y respaldo a todos los clientes”, comenta sobre este servicio Ortega Vargas.

La innovación como punta de lanza

“En Banesco tenemos claro que el cliente debe ser el centro de toda estrategia, esto incluso con respecto a la experiencia de usuario en las plataformas y herramientas que ofrece el banco” comenta Marco Tulio, para explicar por qué la innovación es una actividad permanente para Banesco.

En 2023, la institución bancaria realizó mejoras en sus plataformas virtuales como BanescoMóvil y BanescoOnline, que facilitan las transacciones y el manejo de las cuentas. La premisa es desarrollar un ambiente amigable, donde los usuarios encuentren con facilidad las operaciones que deseen realizar. Incluso en el aplicativo móvil, los clientes pueden realizar operaciones rápidas como Pago Móvil o revisar saldo, sin tener que iniciar sesión en su cuenta.

“Teniendo en cuenta que la experiencia del cliente es la clave para garantizar la vida de cualquier producto o servicio, nuestras estrategias, decisiones y ofertas se desarrollan pensando en ese atributo de nuestra marca”, continúa Marco Tulio. Esta misma premisa llevó a la creación de la Suite de Pago, un aplicativo móvil desarrollado por Banesco para personas jurídicas, que centraliza servicios de cobros y pagos electrónicos como entrega de vuelto por Pago Móvil, recepción de pago con tarjetas y débito electrónico, y validación de pagos nacionales e internacionales. Este aplicativo fue creado para facilitar la operativa diaria de los pequeños y medianos comercios.

Otro valor apegado a la innovación es la seguridad. Este año, Banesco invirtió en una aplicación llamada BanescoToken, que genera claves únicas y permite la autenticación y validación de las operaciones. Ahora los clientes tienen sus claves -siempre a la mano- para validar las transacciones de forma rápida sin necesidad de SMS.

Posicionamiento de marca

Tras los años que significaron superar la pandemia y retomar la normalidad, Banesco decidió recuperar el tiempo y reactivarse con campañas de mercadeo mucho más visibles. En 2023, la marca estuvo presente en 56 eventos, lo que se traduce en una activación por semana, aproximadamente.

Luego del Distrito Capital, los estados con mayor presencia de marca fueron Portuguesa, Carabobo, Zulia y Lara.

“Nuestra estrategia de mercadeo estuvo dirigida a fortalecer la experiencia de cliente y a orientar esfuerzos hacia dos segmentos principales: nuevos clientes y adultos jóvenes y de allí se derivó nuestra oferta de ofrecer varios “planes” para los distintos momentos de vida de nuestros clientes. A partir del análisis de esos segmentos una de los mecanismos para abordarlos fue la de comunidades positivas y la otra, ganar presencia en eventos comerciales, de entretenimiento y deportivos. En 2023, apoyamos varias competencias de Pádel, un deporte que está ganando espacio en nuestro país. Acompañamos a la selección de fútbol apoyando al Caracas Fútbol Club y por supuesto, estuvimos presentes en la temporada de béisbol con nuestra campaña “Béisbol se escribe con la B de Banesco”,

comparte Ortega Vargas. “En entretenimiento, nuestra inversión estuvo dirigida a conciertos de impacto en nuestro país como el regreso de Luis Fonsi y Rawayana en Valencia. Así mismo, apoyamos varias de las presentaciones de nuestro aliado social, el Sistema de Orquesta”

“También como parte de nuestra estrategia de posicionamiento, visitamos espacios públicos y privados, donde identificamos comunidades que están interesadas en los productos y servicios que ofrece Banesco. Estas visitas no sólo contribuyen a la captación de clientes, sino que nos permiten el acercamiento a los clientes tradicionales”.

Atención al cliente con calidad de servicio

Desde su visión y los valores empresariales, la innovación es un instrumento que se aplica de manera transversal a toda la estructura corporativa de Banesco. No es un elemento exclusivo del área de productos y servicios. La innovación está también presente en las formas de atención y comunicación con sus clientes.

“Desde hace mucho tiempo, en Banesco entendimos que las redes sociales no son sólo una vitrina de productos, son también una forma de comunicación bidireccional en tiempo real. Por esta razón, contamos con un equipo de atención al cliente que inicia con los canales tradicionales como los call center y termina una gerencia ejecutiva de manejo de redes sociales que dan respuesta a inquietudes, requerimientos y reclamos de nuestros clientes”, explica Marco.

Haciendo uso de esta capacidad de innovar, Banesco implementó el Banesco Center un canal virtual que permite a personas naturales o jurídicas agendar una cita o interactuar de manera inmediata, por medio de videollamada, con un asesor integral para gestionar o canalizar requerimientos en línea. Más recientemente, activó un servicio de atención vía whatsapp a través del cual, los clientes pueden recibir asistencia las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a través de un bot virtual llamado Dani y para requerimientos más especializados, el mismo bot los remite a Asesores Expertos para una asistencia real.

La importancia del legado

Desde sus inicios, Banesco se constituyó como un banco de venezolanos para los venezolanos. Su máxima desde entonces ha sido entender el comportamiento del mercado, las formas de consumo de sus clientes y cómo la institución bancaria puede convertirse en un aliado para ellos.

“En su visita más reciente, a propósito del acto de conmemoración por años de servicios de nuestros colaboradores, el presidente de la Junta Directiva, Juan Carlos Escotet, mencionó que más importante que el propósito, es el legado; y no puedo estar más de acuerdo con eso, sobre todo cuando miramos hacia atrás todo lo que ha logrado y construido Banesco en sus 30 años de existencia”.

Banesco cerró 2023 entre las instituciones líderes de mayor participación en la cartera de créditos nacional con un incremento interanual de 86 %, contabilizado al mes de octubre. Dentro del cual, 57 % está destinado al sector alimenticio y toda su cadena de valor;

mientras que el 43 % restante, agrupa otros rubros entre los que destaca salud y medicamentos.

Actualmente, la institución bancaria cuenta con 202 puntos de atención en todo el país, más de 142.418 puntos ventas y 409 cajeros automáticos.

“En 2024 queremos fortalecer y ampliar nuestra presencia de marca, no sólo con productos y servicios, sino también a través de nuestros aliados comerciales para la comercialización de medios de pago. Algo que nos enorgullece es el compromiso de nuestra gente por mantener a Banesco como la opción de preferencia de las familias venezolanas y los nuevos ahorristas. Sin duda alguna, Banesco seguirá manteniendo al cliente en el centro de las estrategias y direcciones que asume la entidad bancaria” concluye Marco Tulio Ortega Vargas.

Lee la noticia publicada en [El Estímulo](#)

