



Al cierre de 2006

Banesco lideró el mercado nacional con más de 4 millones de tarjetas de débito y crédito

La entidad financiera mantuvo el primer lugar en tarjetas de crédito con una participación en el share de ventas de 23,60% y en débito con una participación en puntos de venta de 20,77% al cierre de noviembre de 2006

Caracas.- Banesco Banco Universal mantiene y consolida su liderazgo en el sector bancario de tarjetas de débito y crédito emitidas al 31 de diciembre de 2006. Luleyma Escalante, vicepresidenta ejecutiva de Medios de Pago de la Organización, explicó que los plásticos emitidos por el banco representan más de 20% del mercado tanto en débito como en crédito.

Escalante explicó que en 2006 Banesco mantuvo el primer lugar en tarjetas de crédito con una participación en el share de ventas de 23,60% y más de 2,1 millones de tarjetas.

Asimismo, acotó que al cierre del año pasado Banesco reforzó las estrategias de captación en el Segmento Jurídico a través de sus Tarjetas de Crédito Empresarial y Cuenta Centralizada, brindando a sus clientes mejoras en el flujo de caja, disminución de riesgo en el manejo de efectivo y posibilidades de financiamiento en gastos de representación y de viajes. Gracias a esta estrategia el banco obtuvo un incremento de 296% con respecto a las ventas jurídicas de 2005 lo cual representa un share de 18%. Ello también permitió a la institución ubicarse en el cuarto lugar dentro de la Región Andina.

La ejecutiva informó que Banesco también amplió los beneficios a sus clientes naturales con el lanzamiento del producto Extracrédito para viajes a través de la promoción “Vístase que sí va”, en donde se realizaron alianzas estratégicas con tres de los principales mayoristas de viajes en el país, para ofrecer una línea adicional de crédito con descuentos exclusivos para tarjetahabientes Banesco en la categoría de viajes y entretenimiento.

Adicionalmente los clientes del banco disfrutaron de promociones y programas dirigidos a incrementar el uso y fidelidad de las tarjetas Banesco que promovieron la búsqueda de beneficios exclusivos y atractivos en empresas reconocidas, tales como Mail Boxes Etc, Multiphone y Valle Arriba. La institución cerró 2006 con la promoción de Navidad “Su compra le puede salir gratis”, en donde se seleccionaron 5.000 tickets premiados de manera instantánea al momento de realizar la compra.

Primer lugar en tarjetas de débito

En cuanto al negocio de las tarjetas de débito (TDD), la ejecutiva destacó que Banesco incrementó su participación en ventas manteniendo el primer lugar del mercado en Venezuela con un share en puntos de venta de 20,77% al cierre de noviembre de 2006 y más de 1,9 millones de tarjetas activas.

Este liderazgo está basado en estrategias y tácticas innovadoras para incentivar el uso y preferencia de los clientes hacia las Tarjetas Banesco, entre las que se encuentra el incremento de los niveles de aprobación de las transacciones con TDD, anticipándose a las necesidades de los clientes en épocas importantes de consumo, para garantizar la mayor disponibilidad de los fondos de sus Cuentas Financieras.

También destaca la captación de grandes nóminas ofreciendo altos niveles de servicio a empresas y empleados, así como el desarrollo de alianzas comerciales

que confieren ventajas competitivas exclusivas y diferenciadoras a los productos de débito, apoyando el posicionamiento de la marca. Tal es el caso de las promociones: “Mundial a 5 Voces”, “Vuelta a Clases”, “Life Fitness” y “Cinex” donde se ofrecieron descuentos y beneficios a los clientes por el uso y preferencia de sus tarjetas de débito.

23/02/2007