



Banesco comparte tendencias de innovación y reputación en la banca de hoy

Santo Domingo. – Banesco Banco Múltiple realizó el conversatorio “Nuevas tendencias de la innovación y gestión de la reputación en la banca de hoy” junto a comunicadores especializados en economía y finanzas, con el propósito de abrir un espacio para el diálogo sobre los desafíos que enfrentan las empresas del sector financiero en una era de profundos cambios culturales y tecnológicos.

La presidente ejecutiva de Banesco Banco Múltiple, María Clara Alviárez, expresó que los medios de comunicación tienen una importancia invaluable, porque cumplen la labor de ser agentes de cambio en sus comunidades y entorno en general. Comentó que el encuentro tuvo la intención de brindarles conocimientos de valor, para ayudarles a entender el dinamismo de la banca de hoy.

“La banca no va a desaparecer. Van a desaparecer las empresas que no sepan estructurarse metodológicamente a las nuevas tendencias que están sucediendo”, expresó el Vicepresidente Ejecutivo de Innovación, Transformación y Experiencia de Banesco Internacional, Rodrigo González Paniza, previo a exponer los retos enfrentados recurrentemente por las instituciones bancarias.

El experto afirmó que la innovación en sí es un reto, ya que los seres humanos estamos estructurados biológica y socialmente de una manera que no nos permite adoptar ciertas transformaciones. Destacó que, para ese objetivo, se necesita desaprender constantemente, para adaptarse y adelantarse a las necesidades del cliente, quien sale a buscar por sus propios medios las soluciones a sus demandas.

Expuso que las empresas de intermediación financiera, para ser innovadoras y generar experiencias emocionales con el consumidor, debe orientar su oferta hacia la convergencia de tres factores: viabilidad, factibilidad y deseabilidad.

González aseguró que, en términos de innovación, la tecnología es una palanca o habilitador del cambio, la verdadera transformación es cultural, en la forma o pensar de las personas. En ese sentido, para que una entidad bancaria trascienda en el tiempo, debe dejar de especializarse –lo que domina como sesgo cognitivo– y diversificar sus conocimientos en relación a todos los temas que afectan su negocio.

“Entender que un cliente, solo es cliente cuando tiene una necesidad financiera, estamos perdiendo un gran número de ecosistemas y oportunidades de servicios que les podemos brindar. Las empresas financieras no solo tienen la capacidad de brindar productos en pasivos y activos, sino de ofrecer experiencias integrales”, subrayó.

El socio director de Newlink Group en República Dominicana, Eduardo Valcárcel, expresó que la forma en hacer negocios y

comunicarnos ha cambiado completamente. “La sociedad, que vive en la hiperconexión, está sumergida en una actualización permanente, por lo que todos nos convertimos en un medio de comunicación con poca o nula regulación”, apuntó.

Explicó que, entender este panorama, ayudará a mejorar la comunicación y construir una reputación sostenible.

Añadió que la vulnerabilidad puede tocarle a cualquiera. “Debemos entender la reputación como un activo financiero, incluso en la banca de hoy. Cómo lo cuido, cómo hago que crezca, cómo me preservo ante cualquier crisis o cómo identifico un propósito compartido, son cuestiones cruciales para nuestra sostenibilidad”, subrayó.

“Somos una organización global de servicios financieros integrales. Para nosotros, lo más importante es conocer las necesidades de nuestros clientes y satisfacerlas a través de relaciones basadas en confianza mutua, acceso fácil y seguro, y excelencia en la calidad del servicio”, aseguró María Clara Alviárez, presidente ejecutiva de Banesco Banco Múltiple.

Alviárez informó que las operaciones globales de la corporación Banesco Internacional están respaldadas por unos activos de más de 65,000 millones de dólares, que representan casi el doble de los activos de todo el sistema financiero dominicano, y unas 2.2 veces los activos de la banca múltiple del país, además cuentan con 9 millones de clientes, quienes son atendidos por 14,000 colaboradores en más de 1,000 sucursales, ubicadas en 16 países del mundo. A nivel nacional, Banesco cuenta con más de RD\$21,395 millones en activos, con 15 sucursales, más de 360 colaboradores, y más de 70,000 clientes.

Explicó que los resultados hablan del respaldo obtenido a nivel mundial, específicamente por su presencia en mercados tan competitivos como España, Estados Unidos y Panamá. Afirmó que República Dominicana siempre está latente en la medida que

la corporación evalúe buenas oportunidades de inversión.