



DIEGO BENÍTEZ
Gerente Nacional de Negocios
Medios de Pago Banco del Austro



Tarjetas “Liga de la Justicia” del Banco del Austro

La revolución emocional en medios de pago

Por Vanessa Valle

Asistente de Investigación del IDE Business School

El Banco del Austro se enfrentaba a un desafío: cómo diferenciarse en un mar de tarjetas de crédito indistinguibles entre sí. Diego Benítez, gerente nacional de Negocios Medios de Pago, asumió este reto. Su objetivo era claro: volverse relevante en un mercado aparentemente saturado, conquistar nuevos segmentos y el corazón de los clientes existentes. Pero, ¿cómo lograrlo en un escenario tan competitivo?

Diego Benítez, ingeniero comercial nacido en Quito en 1974, desde sus tempranos años ha llevado consigo una incansable necesidad de sumergirse en el mundo empresarial y de los negocios. Con una trayectoria como gerente comercial y gerente de desarrollo, en junio del 2022 aceptó la propuesta de tomar las riendas del departamento de medios de pago del Banco del Austro. Aquí tuvo que enfrentarse al desafío de hallar un espacio aun sin explorar en el universo de las tarjetas de crédito.

En lugar de acomodarse en la monotonía, Diego se embarcó en la exploración de terrenos desconocidos. Su objetivo era descubrir lo que realmente apasiona a las personas, utilizar esa información como una palanca de diferenciación y crear un vínculo emocional lo suficientemente fuerte como para influir en la decisión de tener una tarjeta de crédito.



CONECTANDO CON EMOCIONES: LAS TARJETAS “LIGA DE LA JUSTICIA”

Con la agudeza propia de un ingeniero comercial y la determinación de un emprendedor, Diego se propuso encontrar ese espacio capaz de conectar con las emociones de los clientes. Reconoció dos realidades distintas: por un lado, la existencia de personas que aún no poseían tarjetas de crédito o tenían muy pocas, y por otro, la insatisfacción de aquellos que ya contaban con varias y ansiaban algo más auténtico y personalizado.

Fue en ese momento cuando Diego Benítez dio inicio a un ambicioso proyecto. Su persistencia lo impulsó a buscar el apoyo de la alta gerencia, una meta que logró

con éxito. Consolidó un grupo clave que abarcó las áreas de mercadeo, medios de pago, de negocios, desarrollo y operaciones, conformando un equipo preparado para afrontar cada desafío.

A través de estudios de mercado profesionales, comenzaron a explorar las pasiones y gustos de la gente, para poder conectar con aquellas personas que querían algo más auténtico. Y fue allí donde encontraron el diferenciador clave: las emociones. Diego comprendió que un vínculo emocional era lo que los clientes anhelaban establecer con sus tarjetas.

Sumergidos en este contexto y guiados por este valioso *insight* del mercado, Diego y su equipo descubrieron una oportunidad de oro: las pasiones humanas, esos amores de la infancia, esos héroes inolvidables. Y en esa búsqueda, “los superhéroes” emergieron como la respuesta perfecta para ofrecer una propuesta de valor innovadora. Conocidos y amados por grandes y pequeños, estos personajes evocaban nostalgia y poderosas emociones, lo que los convertía en la elección idónea para crear tarjetas de crédito cargadas de significado y emoción.

Así, la propuesta de valor de las tarjetas “Liga de la Justicia” con diseños de los superhéroes, fue tomando forma, reflejando el arduo trabajo y la dedicación que demandó su desarrollo durante aproximadamente nueve meses.

DIEGO BENÍTEZ

Es el gerente nacional de Negocios Medios de Pago en el Banco del Austro y consultor de negocios. Es ingeniero comercial y tiene una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de las Fuerzas Armadas. Realizó el Programa de Desarrollo Directivo (PDD) del IDE Business School.

IDEAS POTENTES EN ACCIÓN

En julio del 2022, durante la incubación de la idea de las tarjetas de superhéroes, Diego Benítez se embarcó en el Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en el IDE, en un momento crítico para su ambiciosa misión de lograr diferenciación en el competitivo mercado de medios de pago. Afrontar el desafío de adquirir clientes de alto valor y destacarse frente a grandes competidores con posiciones dominantes no resultaba tarea sencilla. El PDD llegó en el momento preciso, brindándole la oportunidad de abrir espacios de pensamiento cruciales para el proceso de incubación.

En medio de la intensa labor, Diego reconoció la importancia de dedicar tiempo al análisis y la reflexión, donde emergen las ideas más potentes. El programa le proporcionó una metodología sólida, valiosas guías y ejemplos de éxito, fortaleciendo todo el proceso de innovación. En este viaje transformador, uno de sus profesores del PDD, Diego Montenegro, se convirtió en una importante motivación. Con su amplia trayectoria en proyectos innovadores, las clases de Montenegro impulsaron a Diego a pensar más allá de lo convencional en temas de estrategia y propuesta de valor. Así fue como la experiencia en el IDE se convirtió en el impulso definitivo para consolidar su propuesta y llevar adelante el revolucionario proyecto de tarjetas "Liga de la Justicia", alcanzando la diferenciación y consideración que tanto anhelaban.

Diego sabía que el éxito de esta innovación radicaba en entender lo que el cliente busca y lo que le gusta, todo ello dentro del marco de eficiencia y con un enfoque rápido y aprovechando las herramientas que ya tenía el banco y que no habían sido lo suficientemente aprovechadas. "Hace algunos años, nuestra alianza con Warner Bros. para tarjetas de débito enfocadas en cuentas de ahorro infantiles tuvo éxito. Sin embargo, nos sorprendió gratamente descubrir que el interés no se limitaba a los niños, sino que los adultos también solicitaban diseños relacionados con ese rango etario", mencionó Diego.

Al combinar este insight con otros externos, él y su equipo lograron identificar un potencial interesante. El Banco del Austro se propuso ampliar su alianza con Warner Bros. y DC Comics para crear tarjetas de crédito y débito, dirigidas a niños y adultos, aprovechando así un nicho que aún no estaba completamente explorado.



Julio 2021

Alianza con Warner Bros. para emitir tarjetas de débito de superhéroes para niños.



Diciembre 2021

Crean las tarjetas de débito y cuentas de ahorro para niños con diseños de superhéroes.



Julio 2022

Nace la idea de las tarjetas de crédito "Liga de la Justicia" para adultos.



Enero 2023

Profundiza alianza con Warner Bros. para emitir tarjetas de crédito de superhéroes.



Mayo 2023

Lanzamiento de tarjetas de crédito "Liga de la Justicia" con un paquete de asistencias.

El desafío no fue tarea fácil. Obtener licencias y derechos de propiedad intelectual para utilizar los personajes de los superhéroes representó un desafío costoso y complicado, sin embargo, el equipo de Diego supo sortear cada obstáculo con determinación y entusiasmo por la innovación. Con el tiempo y la dedicación de Diego, las tarjetas de crédito con diseños de los superhéroes de DC Comics se convirtieron en una realidad. Los clientes podían escoger el diseño con el integrante de la liga de la justicia que prefirieran: Batman, la Mujer Maravilla, Superman o Flash.

INNOVANDO CON PROPÓSITO

Pero la propuesta no solo implicaba tener un diseño atractivo y emocionante, sino de ofrecer valor real a los clientes. El Banco del Austro decidió ir un paso más allá y convertirlas en “la tarjeta que te salva”, al asociar las tarjetas Warner con un programa de asistencias exclusivas. A través del servicio de asistencias 1800 ALFRED, las tarjetas de la liga de la justicia ofrecen protección para celulares, hogar, desempleo, mascotas y otros beneficios relacionados con el mundo de los superhéroes. De esta forma, las tarjetas no solo evocan recuerdos emocionales, sino que también proporcionan servicios prácticos y relevantes para la vida diaria de los clientes.

EL BANCO DE LOS SUPERHÉROES

El éxito de esta estrategia fue innegable. Las tarjetas de crédito y débito “Liga de la Justicia” conquistaron rápidamente la atención del mercado y generaron un entusiasmo contagioso. Los resultados superaron

las expectativas. La clave de este éxito radicó en entender a profundidad al cliente y combinar ese conocimiento con un enfoque creativo y estratégico. El Banco del Austro se había convertido en el Banco de los superhéroes, un lugar donde los clientes podían encontrar tarjetas de crédito que representaban sus pasiones y los acompañaban en su día a día.

La gestión de Diego y su equipo demostró que la innovación no se trata solo de tecnología y digitalización. Más bien, se trata de entender al cliente en su esencia, conectar emocionalmente con él y brindar soluciones que generen valor real en su vida. Con una visión estratégica y una determinación incansable, el Banco del Austro marcó un hito en la industria financiera ecuatoriana y demostró que la pasión y el valor agregado son la clave para destacar en un mercado saturado.

LA CLAVE DEL ÉXITO

El equipo de Negocios Medios de Pago del Banco del Austro, liderado por Diego, se ha convertido en un referente en el sector financiero del Ecuador. La alianza entre el Banco del Austro y los superhéroes ha cautivado a los clientes y ha revolucionado el mercado de tarjetas de crédito, abriendo un camino de innovación y diferenciación que inspira a otros a seguir su ejemplo.

Diego y su equipo lograron transformar una simple tarjeta de crédito en un poderoso símbolo de identidad y conexión emocional, marcando un camino que redefine el universo de los medios de pago en el competitivo mercado financiero.

LA AUTORA

Vanessa Valle es licenciada en Comunicación Social por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ha realizado cursos de periodismo especializado. Actualmente es asistente de Investigación del IDE Business School.
