

Fecha: 04-06-2023

Medio: La Tercera

Supl.: La Tercera - Edición Especial

Tipo: Noticia general

Título: Transbank y Redcompra: más de 30 años acompañando a los chilenos y chilenas

Pág.: 17

Cm2: 448,5

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

78.224

253.149

☐ No Definida

> Transbank

> www.publico.transbank.cl

Destacadas como Marcas Ciudadanas:

Transbank y Redcompra: más de 30 años acompañando a los chilenos y chilenas

Ambas marcas consolidaron su liderazgo desde la mirada de la ciudadanía al ser destacadas nuevamente en el estudio Marcas Ciudadanas elaborado por Cadem.

La maquinita de Transbank es parte de la vida de los chilenos y chilenas. Algunos la utilizaron o crecieron viendo a sus padres rea-

lizar pagos con tarjeta en supermercados y grandes comercios, y otros fueron testigos de cómo poco a poco su uso fue llegando a los negocios más pequeños como botillerías, almacenes y ferreterías. Asimismo, muchos crecieron viendo y cantando los icónicos comerciales de Redcompra con dobles de artistas internacionales.

Hoy la realidad es que el uso de la maquinita Transbank y el pago con Redcompra es transversal: existen artistas callejeros que la utilizan

para pedir propinas, kinesiólogos o vendedores de comida a domicilio. La maquinita de Transbank es para todos, ya sea para pagar o para recibir pagos con tarjeta, es una marca ciudadana.

Debido a su rol, al procesar más de 8 millones de transacciones al día, conectando personas y comercios, por tercer año consecutivo Transbank y Redcompra fueron reconocidas entre las marcas más valoradas por los chilenos y chilenas en el ranking "Marcas Ciudadanas", elaborado por Cadem. En la XII edición del estudio Redcompra se ubicó en el lugar 2° - y líder en la categoría Medios de pago-, y Transbank en el 24°, de un total de 270 marcas evaluadas.

"Ser una Marca Ciudadana es un orgullo y un desafío, ya que son las personas quienes reconocen el impacto relevante que tiene hoy una marca en la sociedad y en la calidad de vida de las personas, con un propósito visible y perceptible. Esto nos invita a seguir conectando personas y comercios a tra-



vés de soluciones ágiles, flexibles e innovadores, porque es la ciudadanía quien nos reconoce; es decir, nuestros clientes, nuestros usuarios y los millones de chilenos que todos los días compran y venden a través de nuestra red Transbank", sostuvo Ricardo Blümel, gerente División Marketing y Estrategia de Transbank.

Durante los últimos años la compañía ha realizado un intenso trabajo para profundizar la inclusión de los medios de pago electrónicos en cada rincón del país. Es así como durante 2022 impulsó su proyecto "Transbank en la Calle", cuyo objetivo es conectar con

comercios a través de visitas en terreno a lugares emblemáticos del país, para conocer de primera mano las realidades, sueños y desafíos, así como su relación con los medios de pago electrónicos.

"Vamos a estar cada día más cerca de los comercios, escuchar para entender mejor sus diferentes necesidades y trabajar en función de ellas. En conversaciones en terreno, hemos evidenciado que cada vez más emprendedores confían en nuestras soluciones y aumentan sus ventas, ordenan sus negocios y ofrecen mejores soluciones de pago a sus clientes", señaló el ejecutivo.



Fotos: Transbank