

BBVA

Hablar del banco BBVA es hablar de una de las empresas con más estabilidad y con mayor crecimiento del rubro. Claramente hemos lo hemos visto como patrocinador de grandes eventos deportivos como la Liga Mayor de Futbol de España y hasta la NBA. Se estima que sus activos son de 645 mil millones de euros, que posee alrededor de 51 millones de clientes activos en 33 países los cuales son atendidos por un aproximado de 118 mil empleados.

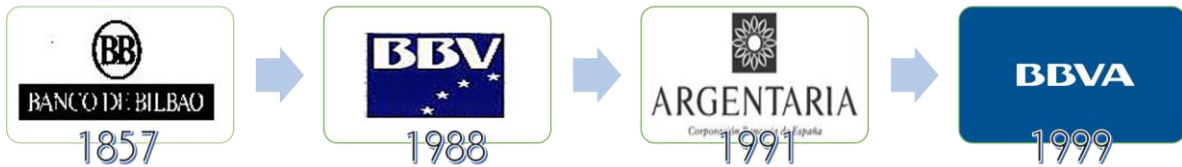


Pero, ¿Cuál habrá sido el detonante en el proceso de crecimiento de esta empresa?

Sin duda han influido muchos factores y decisiones que se han tomado acertadamente desde sus inicios en 1857.

Fusión y convenios

Sin duda, una excelente estrategia para el crecimiento y estabilidad de una empresa es la firma de convenios y fusiones con otras empresas, incluso las más grandes pueden llegar a absorber las más pequeñas como en caso de HP a Compaq. En el caso de BBVA (siglas de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) es el resultado de varias fusiones con otras entidades del rubro formando la multinacional que es ahora.



Internacionalización (Diversificación)

Otra de las estrategias utilizada por las empresas es la diversificación del mercado la cual consiste en "llegar o abarcar" mayores porciones del mercado o sectores los cuales no se habían alcanzado anteriormente.

Para 1979 ya se contaba con una sucursal en Puerto Rico, pero fue hasta la década de los 90 que se lanzó una agresiva expansión internacional. No fue hasta el 2005 que BBVA se expandió al mercado considerado como uno de los más ambiciosos del mundo: Estados Unidos. Hoy por hoy tiene presencia en los 5 continentes, en países tan grandes como China y México.



Adopción de las nuevas TIC

Para nadie es desconocido que las empresas han tenido que adoptar estrategias en cara a la revolución tecnológica que se ha desatado en los últimos años. Desde el año 2000 BBVA tomo medidas para fijar estrategias más serias para hacer frente y sacar el mejor provecho posible a la inmensidad de posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Entre el año 2000 y 2002 lanzo el proyecto e-Volución el cual comprendía de 50 medidas para acercar firme y rápidamente el banco al mundo on-line a través del internet. Dicho proyecto ambicioso logro el aumento de clientes de banca online a 4.5 millones.

Nuevas tendencias

Recientemente, BBVA dio un paso más a su modelo de negocio haciendo uso de las nuevas tecnologías fusionándolas con una nueva tendencia: La gamificación.

Según David Trabadela (desarrollador de la empresa BrainSis) que "la gamificación es la aplicación de técnicas de juegos para hacer más entretenidas tareas que de por si no lo son tanto". BBVA tomo esta idea para familiarizar a sus clientes con el uso de de la plataforma BBVA y aumentar el uso de esta. Dicha plataforma otorgo a BBVA el galardonado premio en GAwards por su plataforma BBVA Game compitiendo en la misma categoría con otras empresas como NFS, Kraft, MTV, MATEL, ASK.com entre otras.

¿Cómo funciona la plataforma tan exitosa?

<https://www.youtube.com/watch?v=P8l-cgQndi4>

¿Qué otros beneficios recibe BBVA con BBVA Game?

La idea principal de BBVA Game es atraer usuarios a su sistema de banca online pero, ¿Será realmente ese el único beneficio a obtener? Si cada usuario está registrando de manera conveniente sus acciones dentro de la plataforma la información resultante acerca de los usuarios de esas interacciones será muy superior al resto y con ella se podría conocer tendencias o predecir su comportamiento, terreno que debería explotar un sistema de información gerencial, si es que no lo está haciendo ya.