

AV Villas anotó un golazo en el Mundial: más de 90 clientes ganaron y el uso de sus tarjetas creció el 52%

Bogotá, 24 de julio de 2026 - En Colombia, el Mundial no solo se vive frente a una pantalla. Se celebra en familia, se comparte con amigos, se convierte en motivo de viajes, reuniones y sueños. Entendiendo esa pasión que une al país, AV Villas decidió jugar el mismo partido que sus clientes, transformando la emoción del fútbol en beneficios reales, experiencias únicas y una nueva forma de relacionarse con el Banco.

A través de las campañas *Golazo AV Villas*, *Tienes que Tenerla* y *Vive la Final del Mundial en Casa*, más de 90 clientes fueron premiados por utilizar su Tarjeta de Crédito Visa convirtiendo cada pago en una nueva oportunidad para ganar.

Pero el entusiasmo por el torneo también se reflejó en los resultados. Durante la campaña, AV Villas emitió más de 20.000 nuevas tarjetas de crédito Visa, un crecimiento del 30% frente al mismo periodo del año anterior. Al mismo tiempo, el valor de las compras realizadas con estas tarjetas aumentó 52%, confirmando que el fútbol impulsó una mayor interacción de los clientes con los medios de pago del banco.

La pasión por el Mundial quedó reflejada incluso en la forma como los colombianos decidieron disfrutarlo. Cerca del 34% del total de la facturación se concentró en categorías como supermercados, restaurantes, viajes y turismo, demostrando que el campeonato fue el escenario perfecto para compartir, celebrar y vivir nuevas experiencias.

Para Gerardo Hernández, presidente de AV Villas, estos resultados evidencian que la banca puede conectar con las emociones de las personas cuando entiende aquello que realmente las mueve.

“El Mundial nos permitió demostrar que los productos financieros también pueden convertirse en una forma de acercarnos a las pasiones de los clientes, combinando beneficios, experiencias e innovación para premiar su fidelidad, impulsar un mayor uso de los medios de pago y fortalecer la relación con miles de colombianos”, explicó

Más allá de los resultados, esta iniciativa confirmó que cuando una entidad financiera logra conectar con las pasiones de las personas construye relaciones más cercanas, relevantes y duraderas. Con esta estrategia, AV Villas reafirma su compromiso de innovar para ofrecer experiencias y beneficios que acompañen a sus clientes en los momentos que más disfrutan y valoran.