

# Dentro de su Compromiso de Servicio a la Comunidad Hispana, PNC Bank Lanza una Campaña Publicitaria en Español

**Los nuevos anuncios amplían los esfuerzos desarrollados por PNC para hacer las operaciones bancarias más asequibles e inclusivas para los negocios y clientes hispanos de banca personal**

PR Newswire  
PITTSBURGH

PNC Bank, una organización miembro de The PNC Financial Services Group, Inc. (NYSE: PNC), anunció hoy que aumentará sus esfuerzos actuales para llegar a su clientela hispana por medio de comerciales de radio-televisión en español, los cuales comenzarán a salir el 14 de junio en los mercados de Nueva Jersey, Filadelfia y Lehigh Valley.

"PNC se está esforzando por hacer sus servicios más accesibles e inclusivos para los clientes hispanos - uno de los grupos demográficos en más rápida expansión en los mercados del Este del país", declaró Matthew Carter, vicepresidente sénior de Mercadeo Estratégico y Gestión de Marcas en PNC. "Se espera que, en los próximos cinco años, la población hispana crezca cuatro veces más rápidamente que la población total en nuestra zona de servicio, por lo que nos resulta importante llegar a esos clientes de una manera atenta a los aspectos culturales".

La campaña en español es sólo uno de los pasos que PNC está tomando para facilitar las operaciones bancarias a la clientela hispana. En los dos últimos años, PNC ha operado un número de acceso gratuito para los clientes hispanohablantes, un servicio que ahora promedia más de 11.000 llamadas al mes. Además de eso, PNC ofrece versiones en español de un creciente número de materiales impresos destinados a los clientes comerciales y personales; provee opciones en idioma extranjero, incluso español, en la mayoría de sus 3.600 ATM de toda la nación, y sigue enriqueciendo su grupo de cajeros bilingües en las sucursales donde hay la mayor concentración de clientes hispanos. Adicionalmente, PNC nombró hace poco a su primer gerente hispano de segmento a fin de adaptar mejor los servicios a los clientes hispanos.

PNC retuvo los servicios de MARCA HISPANIC, LLC, de Miami, para diseñar la campaña publicitaria, una iniciativa que utilizará el humor para subrayar la facilidad de usar los servicios de PNC. Las cuñas de radio-televisión dirigidas a los clientes bancarios comerciales y personales retienen el tema "oportunidad de hoy" utilizada en otras campañas publicitarias de PNC. Los anuncios televisivos se transmitirán en las estaciones hispanohablantes de Telemundo y Univisión, y los anuncios radiales se harán en La Mega, de Filadelfia. En algunos mercados, los anuncios podrían transmitirse también en la programación angloparlante.

"PNC ha demostrado un sólido compromiso para atraer a la comunidad hispana en términos culturalmente pertinentes", comentó Tony Nieves, presidente de MARCA. "Pudimos desarrollar un programa publicitario que, según creemos, resonará verdaderamente entre los hispanos y demostrará la capacidad de PNC de atender las necesidades de este creciente mercado".

The PNC Financial Services Group, Inc., una de las organizaciones diversificadas de servicios financieros mayores del país, provee servicios de banca comunitaria regional, banca orientada al comerciante, incluso banca corporativa, financiamiento inmobiliario, créditos avalados, gestión del patrimonio, gestión de activos y servicios globales de fondos.

SOURCE: The PNC Financial Services Group, Inc.

CONTACTO: Amy Vargo, de The PNC Financial Services Group, Inc., +1-412-762-1535, o amy.vargo@pnc.com

---

<https://pnc.mediaroom.com/news-releases?item=73762>