



MAIA HOJMAN
 GERENTA GENERAL DE LA ENTIDAD

Banco Falabella busca crecer en cuentas corrientes y triplicar venta de hipotecarios

JULIO CASTRO

■ La ejecutiva destacó que las utilidades al primer semestre crecieron 315% y la morosidad de la cartera se mantiene acotada.

POR FLORENCIA DONOSO R.

En octubre del año pasado, la ejecutiva uruguaya Maia Hojman se convirtió en la gerente general de Banco Falabella, siendo la primera mujer en llegar a ese puesto en una entidad privada.

Desde esa fecha, la CEO lideró la apuesta de la firma financiera, en especial, la absorción de FPay, la transformación digital, el control de los impagos, en un contexto de alza de la morosidad en el consumo.

Hojman destacó que, a nivel de saldos vistas, Banco Falabella creció 19% interanual versus el 8,3% de la industria.

“Esto mismo ocurrió en compras con tarjetas de débito, ya que estamos avanzando al 17,7%, mientras que el sector lo hace en 8,5%”, agregó.

Sobre las proyecciones en saldos vistas, la CEO sostuvo que la meta propuesta es duplicarlos en los próximos tres años.

– **¿Cómo le fue al banco en sus principales líneas de negocio en el primer semestre?**

– En el primer semestre, la utilidad acumulada a junio fue de \$110.000 millones, esto es, un 315% más que el año anterior. Esto se ha dado principalmente explicado por el crecimiento y por una mejora significativa en la cartera crediticia.

Nuestra mora de más de 90 días pasó de estar el año pasado en 4,35%

a estar hoy en 2,96%. Esto se debe a que nos anticipamos cuando vimos que la macroeconomía venía bastante mala, y para poder tener una política más restrictiva, cuidando nuestra política crediticia. Hoy, estamos en un momento mucho más expansivo, y lo hicimos más rápido que el resto de la industria.

– **¿Cómo está creciendo el negocio de tarjetas de crédito?**

– Somos líderes en tarjeta de crédito. Tenemos 2,4 millones de clientes con operaciones al mes y el 29% del mercado. En este producto hemos abierto en lo que va del año más de 380.000 plásticos. También, en compras con tarjeta de crédito estamos creciendo al 14,5% a lo que va del año, versus el mercado que lo hace en 10%.

Además, tenemos un modelo de prevención de fraude muy potente. Somos la tarjeta con menor tasa de pérdida neta en fraude. La pérdida neta de fraude que tenemos en tarjeta de crédito es de 2,2 puntos base (pb) y en tarjeta de débito de 1,4 pb.

– **Y en cuentas corrientes, ¿cuál es la evolución de este negocio?**

– Abrimos 522.000 cuentas corrientes en los últimos 12 meses, esto implica un 25% de crecimiento respecto al año anterior. A nivel de market share tenemos el 25% del mercado en cuentas corrientes (...). Trabajamos muy fuerte para impulsar todos los canales y que la gente pueda

“A nivel de market share tenemos el 25% del mercado en cuentas corrientes (...). Hoy estamos en 2,5 millones de clientes, y esperamos tener cuatro millones en los próximos tres años”.

“Tenemos un modelo de prevención de fraude muy potente. Somos la tarjeta con menor tasa de pérdida neta en fraude”.

abrir cuentas corrientes de forma fácil. Hoy estamos en 2,5 millones de clientes, y esperamos tener cuatro millones en los próximos tres años.

– **¿Qué otras novedades impulsará desde Banco Falabella?**

– Uno de los temas que queremos impulsar con mucha fuerza es el crédito hipotecario. Tenemos la expectativa de triplicar la venta de créditos hipotecarios en los próximos dos años. Queremos que la gente que tiene sus productos en el banco pueda también optar por tener la casa con nosotros y le vamos a poner fuerza a eso. En cuanto a ventas, actualmente estamos en promedio UF 90 mil mensuales.

– **En agosto del año pasado anunciaron el término de FPay. ¿Cómo ha sido su impacto en el negocio del banco?**

– Cuando anunciamos el término de FPay comentamos que el motivo era que encontrábamos que estábamos teniendo los mismos clientes tanto en FPay como en el banco, y que la propuesta de banco digital tenía que centrarse en una sola unidad de negocio y no tener dos. Lo que hemos visto es que los clientes están contentos y la propuesta que le dimos es mejor todavía de la que tenían en FPay.

Regulación: se debe “apelar al equilibrio”

– **¿Cómo ve las distintas regula-**

ciones que impactan a la industria?

– La regulación en el mercado ha sido bastante y obviamente que estamos afectados a eso. Esperamos que hacia adelante se tenga una visión más sistémica de la regulación. Hay mucha regulación de distintas fuentes. Entonces, hay que mirar el todo. Creemos que es importante que se tenga en consideración el impacto que eso puede tener en el rol que tiene Banco Falabella, sobre todo en lo que es la inclusión financiera y apelar al equilibrio.

– **Sobre las tasas de intercambio en medios de pago, ¿cómo vio la suspensión de la reducción al límite?**

– Valoramos mucho lo que hizo el Comité de suspender la rebaja. Quedamos a la espera de lo que consideren hacia adelante y de que eventualmente se pueda hacer el estudio de impacto para entender cómo esto tiene que seguir hacia adelante.

– **¿Qué otros desafíos observa en cuanto a regulaciones?**

– El tema que está hoy más desafiado es la Ley Fintech. Nosotros coincidimos con lo que ha planteado la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF) acerca de que hubiera sido mejor tener más gradualidad en la implementación del proyecto, que es muy grande y los bancos se tienen que preparar para eso, algo que no será menor.