

Cuenta FAN de Banco de Chile llegó a 1,4 millones de clientes en 2023 **y crece la adopción de Apple Pay**

■ La gerente de la División Marketing y Banca Digital, Claudia Herrera, indicó que este producto se expandió un 40% respecto a lo registrado en 2022.

POR VICENTE VERA V.

El 7 de octubre de 2019, Claudia Herrera, dejó la gerencia de Transformación Digital de Banco de Chile para asumir una nueva tarea: la División Marketing y Banca Digital de la entidad controlada.

Ingeniera Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez, cuenta con una destacada

trayectoria en el sector, en particular en Banco Edwards. En agosto de 2020, lideró el lanzamiento de FAN, la cuenta vista digital de Banco de Chile, que permite realizar compras nacionales e internacionales por internet. Y en enero de 2024 se estrenó la versión de "ahorro" de este producto.

En conversación con DF, Herrera indicó que al cierre de

2023, Banco de Chile finalizó con 1,4 millones de clientes FAN, esto es, un alza de 40% respecto a 2022.

Según la ejecutiva, una parte de estos nuevos usuarios eran personas que no tenían al sistema financiero. "A través de FAN logramos que más personas puedan bancarizarse", dijo.

Otro de los productos que muestran crecimiento es la



cuenta corriente digital de Banco de Chile, lanzada en abril de 2022 y que suma más de 50.000 nuevos clientes desde su lanzamiento.

Estrategia onboarding

La ejecutiva señaló que los resultados se explican por los procesos de *onboarding* que ofrece Banco de Chile.

“Les brindamos a nuestros clientes la posibilidad de elegir el producto que más se ajuste a sus necesidades desde la comodidad de su *smartphone* o computador, sin filas ni mayores trámites”, resaltó Herrera, quien añadió que con la cuenta FAN Ahorro, Banco de Chile completó cinco *onboarding* digitales en tres años.

Según Herrera, “esto permite que nos prefieran con la contratación de más productos y ganar participación de mercado”.

De acuerdo con la ejecutiva, el aumento de los productos digitales le permitió a la entidad crecer a tasas de dos dígitos en depósitos.

Banco de Chile finalizó 2023 en el segundo puesto en participación de mercado en depósitos dentro de los bancos privados con un 20,2% de cuota.

“Las tendencias son muy variadas, pero todas tienen un hilo conductor que las une: la tecnología llegó para quedarse”, dijo Claudia Herrera.

Transformación digital

Esta expansión fue posible por la transformación digital, proceso que, a juicio de la ejecutiva, es permanente. Por ello, adelantó que están trabajando para sacar nuevos productos durante 2024.

“Dada la amplia gama de segmentos de clientes que tenemos las tendencias son muy variadas, pero todas tienen un hilo conductor que las une: la tecnología llegó para quedarse”, reforzó.

Además, destacó que de acuerdo con los últimos re-

gistros internos, los clientes de Banco de Chile han tenido un aumento significativo en el uso de sus aplicaciones digitales, lo cual representa un crecimiento de 23% en el último año.

Factor Apple

Banco de Chile fue uno de los actores que participaron en la adopción de Apple Pay en la industria de medios de pagos del país.

“Las billeteras digitales llegaron para quedarse y en Banco de Chile no solo teníamos que llevar la delantera, sino que debíamos resguardar que esto fuese en un ambiente que cumpliera con todos los estándares de seguridad”, sostuvo.

En cuanto a la experiencia con Apple Pay, afirmó que el número de clientes que lo utiliza “es exponencial día a día. Ellos sienten un tremendo avance en términos de llevar el banco en su celular”.

Desde su lanzamiento, en agosto de 2023, Banco de Chile muestra un alza de más de 5,6 veces los clientes enrolados en productos digitales y, hasta diciembre, Apple Pay representó un 76% del enrolamiento de billeteras digitales.