

POR MATEO NAVAS GARCÍA

# DE SOCIO A RIVAL: CÓMO SE PREPARA BANCO DE CHILE PARA COMPETIR CON TRANSBANK



**Ad portas de que los hermanos Infeld presenten una oferta por Transbank, el Banco de Chile -su principal accionista- ya se prepara para competir. Desde mediados de 2024 viene levantando B-Pago, una nueva filial enfocada en adquisición, con equipo armado y una fecha de estreno definida: el último trimestre de 2025. Si la venta se concreta, podrá entrar al mercado desde el primer día. Y con una ventaja clave: conoce el negocio por dentro.**

**E**n julio se cumple un año desde que Banco de Chile decidió activar un proyecto que llevaba años guardado. El 29 de ese mes, en la 18ª Notaría de Santiago, constituyó la sociedad Operadora de Tarjetas B-Pago S.A., una filial enfocada en el negocio de adquisición. La decisión no fue improvisada: tres semanas antes, la Comisión para el Mercado Financiero ya le había dado luz verde para entrar a esta industria liderada por Transbank. La idea venía dando vueltas desde hace tiempo. En 2021, de hecho, habían inscrito la marca B-Pago, pero la dejaron en pausa. Hasta que, a mediados

del año pasado, la desempolvaban.

Se movieron rápido. Armaron el directorio y pusieron en marcha un equipo ejecutivo. Al principio asumió la gerencia general Francisco Torm, un histórico del grupo Luk-sic, pero su paso duró apenas tres meses. Hoy la mesa la encabeza Eduardo Ebens-perger, gerente general del Banco de Chile, junto a Sandra Guazzotti y Esteban Kemp, este último a cargo del área de marketing, tecnología y digital. En noviembre definieron al gerente general definitivo: Rodrigo Devia, que venía liderando la gerencia de Transformación Digital.

Antes de eso, sumaron una serie de



Ese desgaste también se siente puertas adentro. Transbank lleva más de un año con un gerente general interino, Vicente Tredinick, y hace pocas semanas renunció su gerente legal, José Miguel Bellagamba, quien dejó la firma para sumarse a Tánica. Según fuentes al tanto, la empresa ha reducido levemente su dotación y ha retrocedido en algunos indicadores. Uno de ellos: su participación como proveedor de MiPymes, que cayó del 57% en 2023 al 55% en 2024. También la evolución de ventas en comercios ha caído desde 2022. ✨