

CEO global de Scotiabank y alianza con Cencosud: “Es un activo no estratégico y no forma parte de nuestro futuro”

■ Durante el *conference call* del banco canadiense, Scott Thomson aseguró que “es la última pieza de nuestra presencia que estamos trabajando para desinvertir y salir de ella”.

POR SOFÍA PUMPIN

En junio de 2014, las manos de los gerentes generales de Cencosud y Scotiabank Chile de esa época, Daniel Rodríguez y Francisco Sardón respectivamente, se estrecharon para anunciar un *deal*: el banco canadiense adquiriría el 51% del negocio de tarjetas del retailer, estableciendo una sociedad que tendría una duración de 15 años, es decir, hasta 2030.

Pero el acuerdo podría terminar antes de lo pactado o bien no renovarse, según reveló este martes el CEO global de Scotiabank, Scott Thomson, en el *conference call* con analistas, correspondiente al primer trimestre del ejercicio fiscal canadiense.

“Cencosud no es un activo estratégico (*no core*) y no forma parte de nuestro futuro”, aseguró Thomson.

Agregó que “es la última pieza de nuestra presencia que estamos trabajando para desinvertir y salir de ella. Somos optimistas respecto a ese proceso”.

La decisión de no continuar con la alianza con Cencosud había sido deslizada por el director de transacciones internacionales y globales de Scotiabank, Francisco Aristeguieta, quien, en septiembre de 2025 aseguró a DF que el *joint venture* forma parte de una “transacción alineada con la estrategia anterior” de la entidad.

“Nosotros no somos ‘dueños’ del cliente, entonces, si no podemos generar principalidad con ese cliente, no encaja en la (nueva) estrategia. Estamos trabajando en conjunto en este acuerdo, pero no veo cómo se podría replicar cuando no soy dueño de los clientes”, explicó en esa ocasión.

De acuerdo con diversas memorias de Cencosud, la alianza estratégica “contempla un plazo de 15 años contados desde el 1 de mayo de 2015, teniendo Cencosud la opción de adquirir la partici-



El presidente y gerente general de Scotiabank global, Scott Thomson.



El entonces gerente general de Cencosud, Daniel Rodríguez, junto al CEO de Scotiabank Chile de esa época, Francisco Sardón en la firma del *joint venture* en 2014.

pación de Scotiabank al término del plazo”.

Según los últimos resultados al 30 de septiembre de 2025, CAT Administradora de Tarjetas, nombre de la sociedad que gestiona el negocio, registró pérdidas por \$ 51.096 millones. Mientras, en el mismo mes de 2024 anotó ganancias por \$ 23.581 millones.

Asimismo, en la reunión con los analistas, se mencionó que dentro de los factores que actualmente

afectan la cartera de clientes pertenecientes a la alianza está la regulación que establece el prefijo 600, que identifica las llamadas no deseadas.

“En octubre del año pasado hubo un cambio regulatorio en Chile que, en la práctica, restringe las llamadas de cobranza. Este segmento es más propenso a verse afectado por ese tipo de medidas, lo que dificultó la gestión de cobranzas”, aseguró Thomson.

El acuerdo

La operación firmada por las partes en 2014 y autorizada por los reguladores en 2015, consideró la compra de acciones de la administradora de tarjetas de crédito Cencosud (CAT), por parte de Scotiabank, por US\$ 280 millones.

Adicionalmente, la transacción contempló el financiamiento, por parte del banco, del 100% de la cartera de tarjetas de crédito en Chile, monto cercano a US\$ 1.000

millones.

Uno de los objetivos del negocio para Cencosud era beneficiar a cerca de 2,5 millones de clientes de tarjetas de crédito, quienes accederían de manera directa a nuevos productos y servicios financieros de Scotiabank.

Mientras que, para el banco canadiense, la posibilidad de aumentar su presencia en el negocio de consumo de la mano del retailer también era un elemento favorable.

Además, en diciembre de 2016, Scotiabank se hizo de la cartera de activos y pasivos de Banco Paris, controlado por Cencosud.

Reducir la exposición en consumer finance

Consultado por este medio, Scotiabank aseguró que hasta el momento no se pueden referir de manera específica sobre los dichos del presidente y gerente general de la entidad.

“La estrategia renovada del banco, que fue presentada en su Investor Day 2023, busca reducir la exposición en el segmento de *consumer finance*”, respondió la entidad a DF.

Lo anterior, con la intención de optimizar la asignación estratégica de capital.