

> Banco Falabella

> bancofalabella.cl

Ranking CHILE3D

Banco Falabella se consolida como líder en tarjetas de crédito

Una década a la cabeza de la categoría, reflejando la valoración por una propuesta simple y adaptada a distintas necesidades.

Banco Falabella continúa consolidando su liderazgo en la banca de personas. Al alcanzar nuevamente el primer lugar del Ranking CHILE3D en la categoría de tarjetas de crédito, la entidad reafirma su posicionamiento. Esta valoración, que integra la mirada de clientes y no clientes, da cuenta de una preferencia consistente que la entidad ha mantenido durante una década.

El gerente de Medios de Pago y Marketing de Banco Falabella Chile, Ignacio Bravo, atribuye este resultado a una propuesta de valor integral centrada en tres ejes: simplicidad, conveniencia y transparencia. "Refleja nuestro trabajo consistente por entender a nuestros clientes y responder con soluciones que les hacen sentido y están diseñadas a su medida", comenta.

Asimismo complementa: "El resultado en el Ranking CHILE3D es el reflejo de un vínculo que se fortalece con el tiempo. Ser el principal emisor de tarjetas en el país, con más de 3 millones de clientes y un 35% de participación, es una responsabilidad que nos exige proyectar esa confianza



hacia adelante. El cliente nos elige y se queda con nosotros porque encuentra una respuesta a sus necesidades diarias".

Este sello también quedó demostrado en la celebración de los 45 años de CMR

Banco Falabella que se vivió en 2025, donde clientes históricos relataron cómo la tarjeta fue su entrada al mundo financiero y la concreción de distintos proyectos de vida. "CMR Banco Fala-

bella nació en los '80 para dar acceso al crédito a mucha gente que no tenía esa opción. Después de décadas, hoy mantenemos esa misma filosofía siendo una herramienta de inclusión financiera relevante en el país", cuenta Bravo.

Sobre esa base el banco constantemente está buscando cómo ampliar su propuesta. Un ejemplo es la CMR con Garantía, un producto diseñado para personas que no han podido acceder a una tarjeta de crédito y que buscan una forma de iniciar su historial crediticio, mediante un modelo respaldado por un abono propio.

Bravo agrega que esta preferencia se sustenta, además, en una propuesta de beneficios robusta, impulsada por el programa de lealtad CMR Puntos - que cerró el año con más de 8,8 millones de usuarios - e integrada a un ecosistema de Oportunidades Únicas, con descuentos sin tope en los comercios del Grupo Falabella y en cientos de comercios aliados.

El ejecutivo subraya que este reconocimiento es un indicador de que el banco va en el camino correcto, consolidando su liderazgo y fortaleciendo la inclusión financiera en el país.