

Categoría:	10.2 Inclusión y Educación Financiera
Capítulo:	General
Título del programa:	Número de Emergencias Bancarias 1212 — Una nueva línea telefónica para proteger a las personas
Compañía / Institución:	Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF)
Área responsable:	Gerencia de Estudios — ABIF
Personas responsables:	Matías Bernier, gerente de Estudios de ABIF.

A medida que la inclusión financiera crece en Chile, también lo hacen los fraudes.

Pero faltaba una respuesta unificada, simple y de alcance nacional.

EL DESAFÍO

Los delitos financieros digitales crecían en sofisticación y frecuencia. Cada banco tenía su propia línea de contacto, generando confusión en el momento más crítico para el ciudadano. Según estudios, el 94% de los chilenos ha recibido intentos de fraude.

LA SOLUCIÓN

El número único 1212: una línea gratuita y nacional que conecta de inmediato a cualquier persona con el canal de emergencias de su banco ante fraudes, robos u operaciones sospechosas. Un número, toda la banca.

VOCERÍAS INSTITUCIONALES

José Manuel Mena y Luis Opazo protagonizaron entrevistas en TV y radio, subrayando que el 1212 es el compromiso de toda la banca con cada chileno.

ESTRATEGIA DIGITAL — TÍO EMILIO

"Tío Emilio" (Emilio Sutherland) protagonizó videos y cápsulas bajo la premisa: "si algo te parece raro, probablemente lo es." Su figura generó afecto y alta interacción en redes.

CONTINUIDAD CON #SOSPECHA

El 1212 fue el hito mayor de la estrategia permanente de prevención impulsada bajo el claim #SOSpecha, que la ABIF venía desarrollando para construir una cultura de alerta activa. Este hashtag fue utilizado por toda la banca nacional privada.



232

publicaciones totales

en prensa nacional durante los primeros 6 meses de operación del 1212

151

notas
lanzamiento

63

notas
balances

18

notas educación
financiera



"1212": Lanza nueva línea telefónica para emergencias bancarias

El servicio no tiene costo y está disponible para todas las compañías telefónicas.

23 de Octubre de 2025 | 10:38 | Redactado por Tomás Molina, Emol.



Campaña digital #SOSpecha — Resultados en redes sociales (23–31 oct 2025)

1.072.985

Alcance total
(usuarios impactados)

1.618.370

Impresiones
totales

747.756

Reproducciones
de video

21.024

Reacciones
totales

3.254

Clics al
landing

258

Comentarios

1.075

Compartidos

250

Guardados

ALCANCE POR PLATAFORMA

Instagram: 648.260 | Facebook: 440.186 | Threads: 446

Interacciones: Instagram 17.704 | Facebook 4.902

Top post: 706.142 alcance · 351.674 reproducciones · 8.042 interacciones

+116 publicaciones de medios, usuarios y bancos · 29.024 interacciones
totales de terceros

La conversación también se trasladó a redes sociales



23 de octubre de 2025

[Instagram](#)

Interacciones: 6.165

Alcance: 282.825

Visualizaciones: 490.129

[Facebook](#)

Interacciones: 1.826

Alcance: 430.828

Visualizaciones: 555.765

[LinkedIn](#)

Interacciones: 186

Alcance: 10.207

Visualizaciones: 7.644



28 de octubre de 2025

[Instagram](#)

Interacciones: 11.386

Alcance: 304.496

Visualizaciones: 413.656

[Facebook](#)

Interacciones: 3.321

Alcance: 163.670

Visualizaciones: 218.106

[LinkedIn](#)

Interacciones: 28

Alcance: 2.755

Visualizaciones: 1.931

La ciudadanía usó el 1212 para emergencias reales

Cifras de operación al 12 de mayo de 2026 — 6 meses de funcionamiento

210.000

llamados recibidos
y derivados a los bancos

126.300

números de teléfono
distintos que llamaron

18 seg

tiempo promedio
de derivación

18.600 hrs

de atención bancaria
en casos derivados del 1212

81.600

llamadas con más
de 5 min de atención

12 min 30 seg

duración promedio
de las llamadas largas

El 39% de las llamadas requirió más de 5 minutos de atención bancaria, confirmando que el 1212 está siendo utilizado ante emergencias financieras reales — no solo como consulta.