



■ La red de adquirencia superó los 185 mil terminales POS vendidos a la fecha y se consolidó en el segundo puesto después de Transbank.

POR VICENTE VERA V.

Fernando Benito lleva poco más de un año al mando de la gerencia general de Getnet. Tras un paso por el área PYME de Santander Chile, el ejecutivo lidera la red de adquirencia de la firma que hoy cumple tres años en el mercado.

El CEO es licenciado en Derecho de la Universidad de Salamanca, España, y cuenta con un MBA de la Universidad Alfonso X el Sabio. Tiene más de 20 años de trayectoria en el Grupo Santander y en entrevista con DF reveló que Getnet superó los 185 mil POS vendidos y alcanzó una participación de mercado de 21%.

Con este dato, Getnet se consolidó en el segundo puesto en la industria, que sigue siendo dominada por Transbank, con más del 70% del mercado.

Según Benito, la cuota que alcanzó Getnet está por sobre las proyecciones iniciales realizadas por Santander, estimadas en un 15% para el tercer año de operación.

Para el ejecutivo aún existen oportunidades en el mercado de medios de pago chileno, sobre todo en el comercio electrónico.

¿Cuál es la evaluación del ejercicio 2023?

– Tuvimos un potencial crecimiento y fuimos capaces de consolidar nuestra presencia en el mercado chileno. Estamos creciendo tanto en comercios, transacciones y volúmenes.

¿Cuántos terminales comercializaron?

– Más de 185 mil. Actualmente, tenemos un 21% de la cuota de mercado.

¿Qué grado de presencia tiene Getnet a nivel nacional?

– Estamos en el 99% de las comunas de Chile y eso era un desafío para nosotros. La gran mayoría de los clientes son PYME porque ahí está el



FERNANDO BENITO
GERENTE GENERAL DE GETNET CHILE

Getnet de Santander alcanza el 21% del mercado:
“Todavía hay mucho por desarrollar en Chile”

volumen.

¿Cómo se ha ido desarrollando la cartera de clientes de Getnet?

– Tenemos todo tipo de clientes, como también a empresas medianas y grandes. Lo que queremos es ser la red de adquirencia de Chile y sus comercios.

A tres años del lanzamiento de Getnet ¿Cuál ha sido la clave para lograr este nivel de desarrollo?

– Hemos ido creciendo muy rápido en temas de innovación y soluciones disruptivas. Ha sido un crecimiento en todos los puntos de vista del negocio.

Pagos digitales

¿Qué oferta están desplegando para adentrarse al comercio electrónico?

– Hemos sido capaces de desarrollar los productos de

nicho donde hay potencial”. Está en todos los nichos de mercado porque hay que hacer pagos. Todos los rubros pueden seguir creciendo fuerte en el mundo de los pagos digitales.

¿Cómo ha sido su experiencia con Apple Pay?

– Es un método de pago muy bueno porque no tiene fricciones. Desde el lanzamiento a la fecha existe un aumento en los pagos con Apple Pay. Además, ha ido creciendo fuerte con tasas de crecimiento de doble dígito mes a mes.

Planes para 2024 y certidumbre

¿Qué metas tienen para este año?

– Las metas que nos hemos ido imponiendo las hemos superado con creces. Nuestra meta es dar buenas solucio-

“Nuestra meta es dar buenas soluciones, traer temas disruptivos y seguir implementando innovación en el mundo de los pagos”.

“La principal ambición es tener al cliente en el centro y eso nos va a permitir seguir ganando cuota”.

e-commerce y actualmente contamos con varias soluciones. Tenemos link de pago, web checkout, tokenización, pagos recurrentes, entre otros.

¿Existe potencial para crecer más hacia los pagos electrónicos?

– Sin duda vamos a seguir trayendo soluciones digitales a Chile, aparte de innovar en los aspectos propios de la industria.

¿Getnet llegó a un techo en términos de crecimiento en ventas de POS?

– Todavía hay mercado. El mundo de pagos digitales crece a tasas muy fuertes todos los años y todavía hay un mercado por delante para poder avanzar. Entonces, pensamos que todavía hay mucho mercado por desarrollar en Chile.

¿Existen nichos a nivel de pagos presenciales que tengan mayores oportunidades de negocio?

– No hay un espacio puntual donde digas “aquí hay un

nes, traer temas disruptivos y seguir implementando innovación en el mundo de los pagos.

¿Están satisfechos con el 21% de participación de mercado?

– Estamos bien contentos, pero eso no quiere decir que no queremos seguir teniendo mayor penetración y cuota. Nuestra principal ambición es tener al cliente en el centro y eso nos va a permitir seguir ganando cuota. Cuando nos centramos en el cliente y le damos lo que quiere, vamos a crecer.

A nivel regulatorio aún quedan varios temas pendientes por resolver en distintas instancias judiciales. ¿Es necesario acabar con esta incertidumbre este año?

– Ojalá se cierren (los temas judiciales) porque todo lo que sea certidumbre es bueno para el mercado y para todos los actores. Al día de hoy, hay mucha más certidumbre de la que había antes o hace un año y medio.