

Copec Pay crece 38% en el negocio de tarjeta de prepago y alcanza casi 200 mil plásticos

■ La fintech lanzó “mis ganancias”, una cuenta digital que genera beneficios sobre el saldo, actualmente con una tasa de interés anual de 6%.

POR SOFÍA PUMPIN

La fintech Copec Pay —que es parte de Empresas Copec— cerró 2025 con el hito de superar el millón de clientes.

El gerente general de la filial, Ignacio Alfaro, aseguró que apuntan a un segmento “transversal y masivo, desde personas que recién están construyendo una historia financiera”.

Con resultados por sobre las

expectativas que se habían trazado el año pasado, la compañía ya tiene diseñado su plan para 2026. En el ejercicio actual, el ejecutivo comentó que buscarán crecer más de 50% en usuarios.

Para lograrlo, la filial apuesta por fortalecer su presencia dentro del ecosistema de la compañía y continuar potenciando sus distintos productos. La oferta incluye una tarjeta prepago —física y digital— y una cuenta bajo la misma modalidad.

Según datos de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), al

cierre del año pasado la tarjeta Copec Pay Mastercard registró 194.780 plásticos prepago no bancarios con operaciones. Esto significó un alza de 38,3% en comparación con diciembre de 2024, cuando las tarjetas totalizaron 140.821.

En cuanto a los montos operados con el plástico, estos sumaron \$ 42.726 millones.

Nueva cuenta

Copec Pay ha continuado expandiéndose en este mercado. De hecho, hace unos días anunció el

lanzamiento de “mis ganancias”, una nueva funcionalidad dentro de la aplicación que permite generar beneficios diarios sobre el saldo disponible en la cuenta prepago.

Para activarla, la persona debe mantener un saldo mínimo de \$ 40.000 e inferior a \$ 20 millones. “Nosotros esperamos que los clientes coloquen su sueldo. Incluso, ya vemos usuarios que lo hacen”, explicó el gerente general.

Inicialmente, la cuenta tendrá una rentabilidad anual de lanzamiento de 6%. Posteriormente podría haber

ajustes en la tasa, de acuerdo con variaciones del mercado, comentó Alfaro, aunque anticipó que “esperamos siempre ser competitivos”.

Durante este año, la fintech busca potenciar Copec Pay como una herramienta de uso cotidiano.

Consultado sobre la posibilidad de lanzar nuevos productos financieros, el ejecutivo de la filial manifestó que “estamos constantemente buscando cómo potenciar la propuesta de valor que administramos en el mundo de productos digitales de Copec”.

