LITORALPRESS

Fecha: 21-11-2020 **Visitas:** 697.475 **Favorabilidad:** No Definida
Fuente: La Tercera Online
Título: **La apuesta digital de BCI se pone pantalones largos: Mach será un banco en 2021**

Link: https://www.latercera.com/pulso/noticia/la-apuesta-digital-de-bci-se-pone-pantalones-largos-mach-sera-un-banco-en-2021/UU7B6Z63UJACLFOPUKXTOIMZWQ/



La tarjeta y cuenta digital gratuita de BCI, Mach, ya cuenta con 2,6 millones de clientes. Ignacio Yarur, líder del proyecto, detalla los planes de la iniciativa y las ambiciosas metas para el próximo año. Cuenta que, con un ritmo de crecimiento de 3.000 clientes diarios, ya son lo suficientemente atractivos para grandes jugadores. De hecho, este miércoles realizarán su primer Mach Day, donde asistirán actores locales e internacionales y anunciarán que serán un banco digital. Ignacio Yarur (46, casado, tres hijos) es reservado, no muy dado a las entrevistas. Con suerte algunas declaraciones. Eso lo deja en claro antes de iniciar la entrevista. “Me gusta hablar cuando tengo algo que contar, y ahora sí tengo algo que contar”, inicia la conversación el gerente de innovación y transformación digital de BCI. Y efectivamente, al poco andar, el abogado empieza a mostrar algunos números y objetivos de su principal proyecto: Mach, tarjeta de prepago virtual y gratuita. Números y metas que hasta ahora estaban en reserva.

El mayor de los 9 hermanos del clan Yarur Arrasate -hijos de Luis Enrique Yarur, miembro del grupo controlador y presidente del banco- ultima los detalles para el primer Mach Day que será este miércoles, al que asistirán grandes actores no sólo chilenos, sino también extranjeros interesados en formar parte del comercio asociado a esta tarjeta, que ya alcanzó por sí sola los 2,6 millones de clientes.

La primicia para ese día, adelanta Yarur, será contarles que Mach el próximo año pasará a ser un banco digital, el primero gratuito: “Dejó de ser un proyecto, ahora será un banco con una masividad que no habíamos soñado”. “Hoy ya tenemos una tarjeta de crédito nacional e internacional, ya tenemos transferencias gratuitas, ya puedes sacar dinero de un cajero automático y puedes hacer una serie de pagos de cuentas y recargas a través de la aplicación. Y el próximo año queremos añadir a esa oferta de valor los productos tradicionales de un banco. Con dos principios. Primero, que para las personas los productos de cuenta digital serán siempre gratis. Lo segundo, que nuestros productos deberán ser claros, simples y transparentes”, detalla Ignacio Yarur. Pero esto partió antes, hace tres años. Orígenes Tal cual nacen los emprendimientos, Mach surgió hace tres años en una oficina con cinco personas ante la detección de una necesidad, un “dolor” no resuelto. Un ejemplo que grafica esta detección de oportunidad lo cuenta Yarur: “Cuando partimos con esta idea, nos dimos cuenta que soluciones tan básicas como guardar la plata no estaban resueltas. Yo mismo andaba muchísimo en taxi.

Y cuando íbamos a preguntarles a las personas que potencialmente iban a ser clientes de Mach en la Usach o en barrio República, siempre nos íbamos en taxi y nos dimos cuenta de que guardaban los billetes debajo de la goma del acelerador. Abrir una cuenta era caro y lento. Hoy puedes pagar con un código QR y se acabó. Me ha pasado que artistas callejeros te piden un aporte con Mach”. El abogado UC tiene la convicción de que la responsabilidad de una empresa va mucho más allá de ganar plata. “Que la empresa tiene que ser rentable, sí, tiene que serlo.

Pero también debe generar una rentabilidad social que vaya también en beneficio de sus clientes, de sus colaboradores y de las comunidades donde se desarrolla”. También comenta que “nos dimos cuenta de que la inmensa mayoría de la población no tenía una solución gratis, como es Mach, simple, digital, transparente y para todos.

Donde la gente no sólo pudiera hacer las operaciones más básicas de compras y transferencias y sacar plata en un cajero, sino que también le pudiera abrir el mundo digital a la mayoría de la población”. Detectada la necesidad y con un foco social puesto como prioridad, crearon una tarjeta de prepago digital gratuita. Se puede abrir en tres minutos con el rut y sin costo, enfatiza. Esto cumple con el objetivo social del banco de dar acceso al mundo financiero a personas no bancarizadas, pero también le aportó al banco un mundo más amplio. Convencer al directorio No es fácil llegar al directorio de un banco con esta idea: una tarjeta gratis, sin costo de mantención, sin cobrar por sacar dinero ni hacer transferencias. Más aún si la única experiencia que existe en el mercado que apunta a la bancarización de segmentos más populares, Cuenta Rut, significa una sangría para BancoEstado. De hecho, es la razón por la que en la estatal cobran por retiro de fondos. El paso previo fue mostrarle la idea al gerente general del banco, Eugenio Von Chrismar. No fue problema, pues precisamente el estilo de Von Chrismar ha sido la innovación, y el directorio está alineado en esa estrategia. Por eso, cuando llegan a la mesa, no fue disonante. Yarur, eso sí, se apura en aclarar: “Primero, para nosotros no es una sangría”. Segundo, agrega, lógicamente cuando partes un negocio de cero no se espera que sea rentable el primer año. “Hace tres años Mach tenía cero clientes, y ahora tiene 2,6 millones.

Sin perjuicio de eso, no estamos midiendo a Mach con la rentabilidad financiera que nos pueda entregar, que la va a tener, sin duda, y no en mucho tiempo más, sino que por sobre todo hoy estamos muy enfocados en que cada día más chilenos puedan tener, por un lado, las soluciones que le entrega Mach y, por otro lado, cada día más comercios tengan una solución de adquirencia de vanguardia. Hoy ya contamos con 70.000 ”, cuenta. La aprobación del directorio fue unánime. Esperaban que el nuevo producto aportara algo nuevo al banco. “Mach expande los horizontes de BCI. Le entrega al banco una capacidad de innovación nueva, una nueva capacidad de traer talento.

Una capacidad de conectarse con el día a día de los chilenos que antes no teníamos”, sostiene el gerente de innovación y transformación digital de BCI ¿Qué de distinto les ha entregado contar con un equipo diferente? -Nos ha entregado miradas de la sociedad distinta, un talento tecnológico que no teníamos y un conocimiento de las plataformas de la vanguardia de desarrollo digital que es muy difícil encontrar en otra empresa en Chile. ¿De dónde vienen los ingresos de Mach? -Hoy Mach tiene una serie de fuentes de ingresos. Primero, de los saldos vista que dejan las cuentas. Segundo, las comisiones que se cobran a los comercios en los cuales nuestros clientes compran. Tercero, dentro de la aplicación de Mach hay una serie de servicios: puedes recargar tu teléfono, pagar cuentas.

Es como un mall de servicios financieros que para la gente es gratis, y nosotros aprovechamos esos 2,6 millones de clientes que tenemos para invitar a las empresas a una solución que para el cliente es gratuita. ¿Cuánto significa en costo para BCI? -Te puedo decir que hasta ahora hemos invertido US$ 30 millones. A partir de la pandemia crecieron un 50% las transacciones. Tenemos 3.000 clientes nuevos todos los días. Los desafíos que nos estamos poniendo como organización son muy altos. ¿Cuál es la diferencia con Cuenta Rut de BancoEstado, que hace que no sea una sangría? -La diferencia es que partimos muchísimo más livianos. Mach no tiene sucursales. Hoy hay 15 personas que atienden a través de la tecnología y asistentes telefónicos. Rápido crecimiento De los 2,6 millones de clientes, hay 2 millones de tarjetas activas, detalla Yarur cuando se le pregunta por las cifras que puede revelar. Más de

58.000 personas de más de 60 años usan la aplicación, 280.000 extranjeros usan Mach, 73.000 comercios se han adherido a Mach Pay, se hacen 500.000 transacciones diarias y 3.000 clientes nuevos cada día. Tanto peso ha ganado Mach, gerenciado por Ignacio Larraín, que las transacciones internacionales de Mach representan el 76% de las transacciones internacionales de BCI. Otro dato que le gusta mostrar es que el 98% de las transacciones de prepago que se hacen en Amazon Prime Video son con Mach. La meta para 2021, detalla, es tener 4 millones de clientes luego de cerrar este año en 3 millones. Hoy trabajan 100 personas en Mach, pero se duplicarán el próximo año. Las metas son ambiciosas. El gran salto "Estamos trabajando de manera acelerada para el próximo año ser un banco digital. Para ello estamos trabajando con Mambu, que es un core bancario en la nube que tienen los principales bancos digitales del mundo.

Queremos el próximo año no solo comenzar a entregar esa clase de servicios de una manera muy simple y transparente, sino que también dentro de nuestra aplicación entregar más y mejores servicios a los comercios, y que el cliente dentro de su aplicación pueda resolver más cosas de su vida diaria", revela Yarur. ¿El banco competirá con BCI o se apalanca? -Son dos ofertas de valor complementarias.

Mach lo que pretende ser es un banco 100% digital, con un modelo de atención 100% digital, que entregue una solución de las características que mencioné a todo aquel que quiera ser atendido de esa manera, gratis en los productos de cuenta, y que para los comercios tendrá una rapidez que no se ha visto hasta ahora, y que nos permitirá complementar la oferta de valor de BCI. ¿Cómo funcionará operacionalmente? - Mach seguirá siendo parte de la personalidad jurídica de BCI, porque participa de la licencia bancaria de BCI. También se beneficia del respaldo y solidez del banco, y por la capacidad que BCI puede entregar en cosas que para nuestros clientes son importantes. Por ejemplo, la inversión en ciberseguridad o la robustez operacional para que nuestros clientes puedan hacer sus transacciones todos los días. Nuestros clientes también valoran que sus fondos estén depositados en un banco. Mach es una oferta 100% digital completamente distinta, pero con el respaldo de BCI. ¿Con qué productos partirán? -Los productos básicos de un banco. No quiero adelantar los que sean primeros en salir.

Hoy ya tenemos una tarjeta de crédito nacional e internacional, ya tenemos transferencias gratuitas, ya puedes sacar dinero de un cajero automático y puedes hacer una serie de pagos de cuentas y recargas a través de la aplicación. Y el próximo año queremos añadir a esa oferta de valor los productos tradicionales de un banco. También se podrán realizar remesas. ¿Cuál ha sido el recibimiento del mercado? -Al comienzo el interés del mercado no era mucho. Al igual que tú, me preguntaban cómo se monetiza. Bueno, pero cuando ya llegaste a 2,6 millones de clientes y eres el segundo banco en clientes del país, hay un interés tremendo. Tanto así que el próximo miércoles vamos a hacer un Mach Day.

Ha habido un interés tremendo, de grandes actores chilenos y extranjeros por conocer la historia, entender el modelo y entender los próximos pasos. ¿Han pensado en hacer un spin off de Mach, sacarlo del banco? -Hemos tenido un montón de ofertas de eso. Pero hay dos cosas por las cuales preferimos no hacerlo. Primero, porque al estar al alero de una corporación como BCI te permite ser banco y recibir todo el apoyo de recursos, solidez e inversiones de ciberseguridad que requiere todo esto.

Además, nos aseguramos de que la misión que tiene Mach de igualar la cancha está siempre presente. ¿Considerando las valorizaciones de las fintech y los números que cuenta, cambia la valorización de BCI? -Todas las empresas estamos desafiadas por lo digital. La banca no es la excepción.

Los que hayan adoptado estos modelos y estén en la vanguardia de su difusión en la ciudadanía y el mercado son los que tendrán más posibilidades de ganar y, por tanto, ser más rentables y generar valor para sus accionistas y para la comunidad donde se desenvuelven. Visión empresarial Durante la entrevista reiteró que los empresarios y las empresas deben cumplir un rol más allá de las utilidades. Y fue un poco más allá. "La responsabilidad que tienen los empresarios es grande, pero no es menor de la que tienen otros actores del país. Sí creo que nosotros los empresarios, si realmente queremos abordar el gran problema que tiene el país, que es la desigualdad, tenemos que hacerlo a través de acciones concretas. El vehículo que tenemos nosotros para igualar el acceso al mundo financiero y digital es Mach. Esto les ha cambiado la vida a los clientes", dice.

Habla de otros actores del país, ¿le preocupa el ambiente político? -Espero, así como la inmensa mayoría de los chilenos, que exista un consenso sobre cuál es el país que queremos tener para los próximos 50 años. Eso lógicamente se tiene que producir a través de acuerdos en las grandes materias que rigen la convivencia de un país. No solo el tema de derechos sociales, sino también cuál es la institucionalidad que queremos tener. ¿Es difícil hacer empresa en un ambiente más polarizado? -Hoy en BCI somos 11.000 colaboradores. Nos tenemos que levantar a la misma hora que lo hemos hecho siempre y atender a nuestros clientes.

Porque más allá del entorno en el cual nos desarrollamos, nuestros clientes siguen teniendo las mismas necesidades y nos siguen necesitando. ¿Le interesa participar de una experiencia gremial, como lo ha estado haciendo el recambio generacional de empresarios? -No en el corto plazo. Hoy estoy fascinado trabajando con el equipo, con los que estamos aprendiendo todos los días, con la belleza que tiene Mach. Quizás en el futuro podría ser. Prefiero canalizar mi energía hoy a través de algo concreto como Mach.