

SOBRE LAS PLATAFORMAS EXTRANJERAS QUE HAN ENTRADO A CHILE, MACDONALD AFIRMA: "HOY LOS VEMOS MÁS COMO RUIDO QUE COMO AMENAZA REAL".

Paula Macdonald explica que los ETF son los productos estrella que ofrece Racional.



MANUEL FERNÁNDEZ

STARTUP DE INVERSIONES ACABA DE RENOVAR SU APP

Racional busca llegar a 250 mil usuarios en 2027: apuesta por crecer en mujeres y estudiantes

En medio de un año en que los mercados se han visto expuestos a los truenos de la geopolítica, en la plataforma de inversiones Racional —fundada por Boris Garafulic en 2020— rebosan optimismo. La startup acaba de lanzar la versión 2.0 de su aplicación y trabaja para aumentar fuertemente su número de usuarios, que bordeaba los 150 mil a fines del año pasado. "Nuestra meta es llegar a 250 mil clientes a mediados de 2027", asegura Paula Macdonald, head of growth de Racional.

—¿Eso requiere un nuevo levantamiento de capital?

"Por el momento, con el modelo que tenemos, podemos seguir creciendo sin necesidad de más recursos".

—¿Dónde piensan encontrar esos 100 mil nuevos clientes?

"Vemos que existe un mercado gigante en Chile que todavía no ha visto estas plataformas como una opción real para invertir. Personas que tienen fondos mutuos, depósitos a plazo o tienen la plata en la cuenta corriente. Es un grupo diverso de gente, pero nuestro fuerte está en los *millennials* y queremos de a poco ir creciendo hacia los más jóvenes, a los universitarios, para que puedan ahorrar. Una gracia de Racional es que puedes partir invirtiendo desde \$5 mil".

—¿Qué porcentaje de sus clientes son mujeres?

"Ahí hay un potencial gigantesco para crecer. De hecho, en los últimos dos años pasamos de 22% a 27%. La proporción de mujeres ha ido creciendo y también los montos que invierten. Si un hombre, hace dos años tenía \$100 invertidos, una mujer tenía \$64. Hoy tiene \$89. Vemos tremendo potencial en mujeres y estudiantes y estamos tratando de entender a estos usuarios para hacerles la vida más fácil".

—¿La nueva versión de la app apunta a eso?

"Sí. La renovación de la app tiene dos aristas importantes. Estamos ofreciendo el mercado completo de

En un mercado que ha sumado actores nacionales e internacionales, la head of growth de la compañía, Paula Macdonald, asegura: "Pelear entre plataformas de inversión no tiene sentido. Los bancos tienen millones de usuarios. Ahí está la verdadera competencia".

MANUEL FERNÁNDEZ BOLVARÁN

EE.UU. para invertir, que es un beneficio para el usuario que ya se maneja. Pero también tiene mejoras en la primera experiencia, explicaciones de las diferencias entre las opciones de inversión. La idea es educar a los usuarios y que tengan confianza".

—Hoy el mercado de plataformas de inversión tiene varios actores. ¿A quiénes ven como su mayor competencia?

"Donde vemos el potencial es en aquellos usuarios que no están usando plataformas de inversión. A ellos hay que mostrarles los beneficios de invertir en EFT, donde se paga mucho menos costo para invertir que en un fondo mutuo, por ejemplo. La idea es educar a ese usuario que está en la banca tradicional. Pelear entre plataformas de inversión no tiene sentido... Los bancos tienen millones de usuarios. Ahí está la verdadera competencia".

—¿Su plan de crecimiento incluye prospectar mercados más allá de Chile?

"La meta de los 250 mil es solo en Chile. Eventualmente, veremos la oportunidad de abrirnos a otro país, pero estamos enfocados en Chile y cómo hacemos que el mercado siga creciendo".

—Después de todo lo que ha pasado con el gobierno de Trump, ¿Estados Unidos sigue siendo igual de atractivo para los inversionistas?

"Sigue siendo atractivo. Al final, en Estados Unidos está gran parte del mercado accionario del mundo. Aunque con todo lo que está pasando con Trump y la guerra, el mercado está más volátil y eso hace que algunas personas se asusten y quie-

ran vender. Pero hoy el S&P 500 está en su máximo histórico".

—¿El equipo está creciendo?

"Sí, y vamos a seguir creciendo, pero manteniéndonos chicos. Nos gusta tener una estructura liviana. Estamos creciendo en el equipo de desarrollo, que hoy es más de la mitad de la empresa. Hoy somos 26 personas y esperamos cerrar el año en máximo 30. La IA nos ha permitido desarrollar cosas más rápido manteniendo un equipo pequeño".

—También la IA ha hecho más exigentes a los usuarios.

"Sí. El usuario tiene más acceso a información y más rápido. Para nosotros, como plataforma de inversión, lo que nos queda es darle la experiencia que busca, que es de mayor nivel. Ese es el desafío: avanzar rápido, sin sacrificar la seguridad, que es un tema bien crítico. En eso tenemos mucho cuidado. Al final, estamos tratando con la plata de la gente, no es un juego *online*, son sus ahorros".

—¿Qué impacto ha tenido el arribo de actores extranjeros al mercado, que a veces vienen hasta con futbolistas en su publicidad?

"La verdad es que hoy meten mucho ruido, pero no vemos una amenaza tangible. Tienen mucho presupuesto, mucho más del que podríamos tener nosotros. Es algo a lo que le tengo puesto mucho ojo, pero hoy no nos está afectando de manera real. Ahora, son actores grandes y no voy a decir que no nos preocupan, pero hoy los vemos más como ruido que como amenaza real".

—¿Esos actores no complican la idea de conquistar otros mercados?

"Depende de donde estén. En EE.UU. y Europa hay muchos actores grandes, pero en Latinoamérica hay mucho camino por recorrer. Ayudan a ensanchar el mercado y a elevar la vara. Hay que mirar lo bueno que tienen esas apps y adaptarlo al mercado chileno. Cuando queremos ver cómo mejorar nuestra app, no vemos a los pares en Chile. Te metes a ver los líderes globales. En EE.UU. Robinhood tiene 60 millones de usuarios. Allá tenemos que apuntar. A cómo ellos tienen una experiencia completamente probada y aprender de lo que ellos hicieron bien".