

Fecha: 20-07-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: LA CREATIVA DE FINTUAL Y EL DETRÁS DE ESCENA DE SU CAMPANA EN EL ESTADIO NACIONAL

Pág.: 8
 Cm2: 192,5
 VPE: \$ 1.705.748

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida



LA CREATIVA DE FINTUAL Y EL DETRÁS DE ESCENA DE SU CAMPANA EN EL ESTADIO NACIONAL

Florencia Edwards es la editora de El Fintualist, la revista digital de la startup Fintual. Ella es el cerebro creativo de la última campaña donde la fintech desafió a un partido de fútbol a distintos bancos de inversión en el Estadio Nacional. Cuenta a DF MAS que la idea es antigua, que se le ocurrió a uno de los fundadores, Agustín Feuerhake, en 2021. Tienen un canal de Slack para tirar ideas creativas, y en esa oportunidad Feuerhake escribió: "Publicar una página en El Mercurio donde desafiamos a Banchile a un partido de fútbol".

Esa iniciativa no prosperó. "En 2021 no hubo muchos comentarios, pero este año, cuando pasamos a estar en la lista de los bancos para transferir, quisimos revivirla porque estábamos en la misma cancha".

Edwards escribe código, pero es literata de

profesión. Hoy su rol es ser directora creativa de Fintual, cargo que -confiesa- "fue por ser demasiado insistente en sacar las ideas que encontraba buenas de ese canal".

Como tienen restricciones por estar regulados, un aporte clave en estas campañas es Sebastián Ovalle, el primer oficial de cumplimiento de la empresa. La parte técnica la entrega otro de los fundadores, Omar Larré, y en las decisiones participa también el equipo de diseño y marketing digital.

Finalmente, lo que impulsó la idea de retar a Banchile fue cuando se enteraron que se podía arrendar la cancha del Estadio Nacional.

Anticiparon que Banchile no se presentaría, pero si lo hacían, la idea era replicar una campaña de un banco sueco de los 2000. Ellos, dice Edwards, desafiaron "a los cuatro bancos más grandes a un partido en el Estadio Estocolmo y

lo publicaron en el diario y en la tele. Era nuestro referente", cuenta.

En junio llegaron al Nacional con una productora para hacer una campaña publicitaria, ya que sabían que el partido no se iba a realizar. En el video, que pronto lanzarán, habrá una estrella retirada del fútbol que les enseñará a jugar a los participantes.

"Supimos que se generó algo de ruido (en Banchile), que había una sensación de que los hacíamos perder tiempo porque la gente les preguntaba si iban a ir al partido. Entendemos que para ellos era una decisión inteligente no ir, así que les mandamos un regalo".

¿Cuál? "El libro de fotografías de Luis Poirot", destaca la editora del Fintualist.

Eso sí, ese mismo día les llegó de vuelta el regalo a sus oficinas en Providencia.