



Expresidente de BancoEstado recibió permiso de CMF para operar tarjetas

RICARDO DE TEZANOS SALE A COMPETIR CON TRANSBANK: “Un modelo como el nuestro no existe en Latinoamérica”

Baaskit comenzó a operar como red de adquisición hace dos semanas. Su foco son las grandes empresas de consumo masivo. Ya tienen un cliente, cerrarán con cuatro este mes, y apuntan a terminar con diez el año. “La banca tradicional tiene un negocio que está siendo desafiado por las *fintech*”, subraya. • **MARÍA JOSÉ TAPIA**

El “click” para desarrollar la *fintech* de servicios financieros Baaskit fue su experiencia en BancoEstado. Ricardo de Tezanos Pinto fue presidente de esa entidad entre 2020 y 2022, le tocó la pandemia, y ver cómo la cuenta RUT —relata— fue la tecnología que permitió a las personas resolver el acceso a bienes y servicios fácilmente. “Ahí uno dice, cómo se ayuda a bancarizar y a que los servicios financieros de calidad estén disponibles para toda la gente”, dice.

En 2023, junto al también ex-BancoEstado, Marcelo García, desarrollaron Baaskit Servicios Financieros, en cuyo directorio está el exvicepresidente de la entidad estatal, Pablo Correa. Hicieron dos rondas de financiamiento por US\$ 3,6 millones en total, totalizando 15 inversionistas entre los que cuentan al fundador de Komax, Carlos Cartoni; el empresario Andrés Montero, “familiares y amigos”, ríe De Tezanos.

MAYOR BANCARIZACIÓN

“Lo que vi en Banco del Estado es que había un segmento de la población muy desatendido. Y creo que eso está cambiando rápidamente”.

Y hace dos semanas recibieron la primera gran noticia: la CMF les dio la autorización como operadores de tarjeta, convirtiéndose en un nuevo competidor para Transbank. Esta —dice De Tezanos— es la primera etapa del proyecto Baaskit. Luego sumarán el poder recibir pagos con otros medios: con transferencias de la cuenta del cliente al comercio, por ejemplo, con QR, etc. “Son formas distintas de pago, de procesar la transferencia, y que no tengas que entrar al banco, poner todos los datos”.

Ya tienen un cliente. Y este mes, empezarán a operar con otros tres. En general, son grandes empresas de *retail*, de distribución. Su foco son las firmas de consumo masivo que tienen puntos de contacto con el usuario final.

La meta es cerrar el año con unas ocho a diez. Y agregar la posibilidad de ofrecer crédito, o sea, pagar con cuotas para tarjetas de débito. Y también, seguros; todo lo que implicaría hacer nuevas rondas de financiamiento.

Hoy, Baaskit está compuesto de 20 personas. E integran tecnología con proveedores de nivel mundial.

—Transbank ha caído del 90% al 45% de participación en cinco años. ¿Hay espacio para más actores en el sector de adquisición?

De Tezanos responde directo: “El espacio que Baaskit quiere ocupar es ser la primera propuesta orientada a grandes empresas”.

“Se han desarrollado nuevas alternativas más orientadas al *retail*, a atender a pequeños comercios. Y Baaskit permite integrar soluciones de pago con otras soluciones fi-

nancieras, con una tecnología y con un nivel de desarrollo que es el que esas empresas requieren”. Y agrega: “Una oferta centrada en grandes empresas, y es Baaskit el que está liderando ese desarrollo, en términos de interés y de la posibilidad de penetrar ese mercado durante este año”.

Su modelo es de *banking as a service*, que se traduce en dar servicios financieros donde la gente compra. Llevar la sucursal a la tienda, a la página web, etc. En resumen, la persona no tiene que hacer una separación entre comprar un bien y el banco tradicional que le entrega una tarjeta o un servicio, acá se mezclan ambas cosas en un lugar.

A ello se suma que son marca blanca, es decir, en las máquinas de pago POS o los servicios aparece la marca del cliente que los contrata, y no Baaskit. “La separación que hay cuando pagas en la página web de entrar, poner claves, acá lo que nosotros queremos es que sea súper simple”. Reducir de cuatro pasos a dos vía la tokenización: que usan plataformas como Netflix, donde ingresas el número de tarjeta, y ese cambia. Se forma uno compuesto entre ese numeral y el del comercio, y ese es el que viaja, por lo que, por ejemplo, si el dato es interceptado, solo serviría para Netflix.

Ejemplifica: “Ponemos nuestros equipos de desarrollo y experiencia a trabajar con los del cliente y decimos, la mejor forma de cobrar en un *delivery* es que en vez de que tenga un celular, el producto y un POS que cobra, yo integro el pago en el celular”. O, por ejemplo, que el cliente no pase por la caja y que un vendedor con un celular le acepte el pago.

Fintech: “los grandes impulsores del cambio”

—Su primera pregunta fue cómo se ayuda a bancarizar. ¿Eso no lo resolvió el *retail*?

“Es una evolución que partió con el despliegue de los servicios financieros a nuevos segmentos, donde el *retail* hizo un tremendo trabajo, pero todavía queda mucho por bancarizar. La tecnología permite entregar un servicio de calidad a cualquier segmento de la población, ya sea como una tarjeta, una cuenta, la posibilidad de pagar en el almacén y que el almacenero tenga un dispositivo fácil de recibir el pago sin tener que ir al banco”.

—¿Y no hay empresas que desarrollen lo mismo?

“Obviamente que hay ofertas que lo hacen, pero lo que buscamos es que los clientes busquen la mejor manera de atender a sus usuarios y a integrar los servicios financieros dentro del contexto de la compra. Entonces, cuando ofrecemos seguros, que es parte de la oferta que queremos agregar, sea relevante para esa ocasión de compra. Por ejemplo, si pensamos en el *retail*, hay muchos seguros que existen, por ejemplo, de garantía extendida, pero queremos que sean fáciles de contratar, orientados al tipo de producto que compraste; o seguros de incendio a una empresa que tiene *delivery*”.

—¿La normativa está acompañando este desarrollo?

“Nosotros estamos partiendo con la normativa de pago, que existía. Es-

tá basada en la ley de bancos y en regulaciones del Banco Central y la CMF. Y se ha ido perfeccionando bien activamente. Obviamente, la Ley Fintech fue un cambio relevante también”.

—El presidente de la ABIF señalaba que era un “terremoto financiero”. ¿Existe una tensión entre la banca y las *fintech*?

“Las *fintech* son un medio muy dinámico de agregar tecnología a los servicios financieros y están generando espacios de atención a clientes que la banca tradicional ha atendido con otros medios. Hay un espacio para la innovación, para nuevos servicios, para mejorar la atención, que lo desarrollan tanto los bancos que se han movido en esta dirección, como las *fintech*, que son los grandes impulsores del cambio”.

—¿Pero la ruta es avanzar hacia un modelo *fintech*...?

“Es que hay desafíos grandes. El tema cripto introduce posibilidades de cambio relevantes. Hoy se puede hacer una transferencia vía criptomoneda en dos horas. Y eso era un servicio que la banca tradicional hacía en dos días. Entonces, ahí hay todo un tema regulatorio que está en el ambiente. Pero lo que hay, sobre todo, son modelos novedosos, de llevar el banco al lugar donde compras”.



Ricardo de Tezanos, presidente de Baaskit.

—¿Cuál es el plan de Baaskit a cinco años?

“Poder, uno, desarrollar todos estos servicios a partir de pagos, junto con agregar la posibilidad de pago en cuotas para tarjetas de débito y seguros. Queremos generar billeteras. La billetera conecta con el usuario final, conoce su patrón. Y por lo tanto, esa información permite ir adaptando el tratamiento que se le da al cliente. Después, mecanismos de microahorro. Y luego, crecer en otros países de Latinoamérica, como Colombia, Perú. Y después ver otros mercados”.

—¿El objetivo es ser un MercadoPago de la gran empresa?

“Queremos ser la solución integral para la gran empresa”.

—¿Pero MercadoPago es el modelo que han mirado?

“Sí, tiene similitudes, pero un modelo como el nuestro de desarrollar los servicios financieros de grandes empresas que atienden mercados masivos no existe en Latinoamérica, es una propuesta diferente”.

—Dentro de las grandes empresas, están los *retailers* que han desarrollado banco o alianzas. ¿Es complejo entrar ahí...?

“Estas alianzas reflejan esta necesidad de integrar tu negocio con una solución financiera, recepción de pagos, cuotas, seguro, en fin, todo lo que tiene que ver con servicios financieros. En las alianzas anteriores, cada parte aporta, pero siguen siendo dos instituciones independientes. Aquí fusionas eso. Esta nueva generación de servicios financieros es una generación integrada a esa empresa desde un punto de vista de la atención al cliente, de la experiencia”.

—¿Qué tanto se resiste la banca tradicional a aceptar estas competencias?

“No hemos tenido ningún problema con la banca, pero la banca tradicional tiene un negocio que está siendo desafiado por las *fintech*; desafiada, porque de alguna manera se ofrecen servicios que no estaban disponibles. Entonces, obviamente que eso genera ciertos roces, pero es un proceso que al final beneficia al consumidor. Y hay que mover todo lo que se pueda para que los distintos actores ofrezcan los servicios que puedan ofrecerse. Eso es imperativo”.

—¿Y la banca tradicional se está modernizando a la velocidad que se requiere?

“Lo que vi en Banco del Estado es que había un segmento de la población muy desatendido. Y creo que eso está cambiando rápidamente”.

—¿Gracias a la banca tradicional o a las *fintech*?

“Gracias a las *fintech* y a los cambios que algunos bancos tradicionales están haciendo en su oferta de servicios. Hoy están apareciendo tarjetas para segmentos masivos de muchos bancos. La emisión de tarjetas con provisión de fondos les entregan a las personas medios más seguros de pago y los integra financieramente, y además, los comercios reciben mejor efectivo. Hay un desarrollo que está siendo abordado por actores tradicionales y tecnotradicionales. Y hacia allá va el mundo”.

FELI DE BAZZ