

IGNACIO ALFARO
 GERENTE GENERAL DE COPEC PAY

“En 2025, esperamos superar el millón de clientes en cuentas creadas”



■ A pesar de las pérdidas en 2024, el ejecutivo destacó el crecimiento alcanzado, que le permitió elevar a más del doble el número de clientes.

POR FLORENCIA DONOSO R.

Hace cuatro años Ignacio Alfaro aterrizó en Copec con el objetivo de desarrollar su filial emisora de prepago, que fue bautizada con el nombre de Copec Pay.

El ingeniero civil de la Universidad Adolfo Ibáñez y MBA en Harvard, llegó a la empresa del grupo Angelini luego de una larga trayectoria profesional, pasando por compañías como McKinsey, BBVA y Falabella Financiero.

En abril de 2021, Alfaro asumió el desafío de conducir el negocio de productos digitales de Copec, rol que ocupa actualmente. Y tras la autorización de existencia y operación a fines de 2022, fue nombrado gerente general de la filial.

Copec Pay, según explicó Alfaro en entrevista con DF, es una cuenta digital de prepago que “vive” dentro de la aplicación de la firma, App Copec. Además, cuenta con una tarjeta física, que lanzó junto a Mastercard, que se puede utilizar para compras presenciales en cualquier comercio o tienda.

El ejecutivo detalló que al cierre de 2024, Copec Pay cuenta con 806 mil cuentas de provisiones de fondos vigentes y 430 mil tarjetas físicas.

– ¿Cómo evalúa el desempeño de Copec Pay?

– Estamos bien contentos con el resultado de 2024. Fue un año de lanzar y consolidar la oferta de

Copec. A principios de 2024, lanzamos la tarjeta física y a fines de diciembre de 2023 habíamos hecho lo mismo, pero a nivel digital. Fue un año donde vimos mucho crecimiento, y llegamos a superar las 800 mil cuentas creadas, habiendo comenzado 2024 con un poco más de 350 mil, es decir, más que duplicamos.

Además, vimos mucha tracción en la tarjeta física. Es un producto que representa bien lo que queremos lograr: apalancar nuestra red de estaciones y tiendas para dar servicios financieros.

– No obstante, en sus resultados anuales registraron pérdidas. ¿A qué se debió esto?

– Es un negocio que está comenzando. En general, los negocios de medios y procesamiento de pagos necesitan escala y una madurez para llegar a la rentabilidad. Pero está dentro de lo que proyectamos en nuestros planes de negocio. Parte de la convicción de Copec es una visión de largo plazo de brindar servicios a los clientes.

– ¿Para cuándo proyecta empezar a tener utilidades?

– Esa es una información que es confidencial por ahora, pero lo que tenemos pensado es que en un par de años sea un negocio rentable, que se sustente por sí mismo, con servicios complementarios que puedan ir generando rentabilidades y beneficios que vemos en otros

negocios. Esto también es una apuesta para generar fidelidad con los clientes.

Envío de remesas

– ¿Cuáles son las proyecciones del negocio para 2025?

– En 2025 esperamos superar el millón de clientes en cuentas creadas. Y también nos interesa mucho trabajar la recurrencia de uso. Buscamos ser una solución de uso cotidiano en los clientes, ayudarlos a gestionar sus finanzas, y para eso buscamos profundidad con el cliente.

– ¿Cómo impulsará este crecimiento?

– Tenemos dos grandes novedades para 2025. Una ya la disponibilizamos al público en la aplicación, que es el envío de dinero al extranjero. Hoy contamos con 10 destinos disponibles para enviar remesas, y estamos trabajando en disponer más todavía.

– ¿Y la segunda?

– Nosotros somos parte del programa “Full Copec”, es decir, el programa de beneficios y fidelidad que tiene la firma. Lo que estamos muy prontos a lanzar es que las tarjetas acumulen puntos en todos los comercios de todas las compras que hagan.

Eso va a ser un gran beneficio para el cliente que hoy no tiene acceso a programas de fidelidad vinculados a medios de pago.

Entre los tres actores más relevantes

– ¿Cuál es la participación de mercado tiene hoy Copec Pay?

– Es difícil medirlo. Nosotros tenemos participación dentro del ecosistema de Copec, una cuota que está creciendo y que cada vez es más relevante. Hoy, Copec Pay subió como el tercer medio de pago más usado de nuestros clientes en la aplicación.

En el mercado de medios de pago estamos entre el tercer y cuarto lugar, con TAPP bien cerca, dependiendo si se mide con tarjetas con compra o vigentes.

– Y en cinco años, ¿en qué lugar de la industria proyecta estar?

– Vamos a estar entre los primeros tres jugadores más relevantes de la industria.

– Sobre la industria, ¿qué tendencias está observando?

– Hay dos grandes tendencias. El mundo de pagos sin contacto va a seguir creciendo, y el e-commerce también, pero con medidas de seguridad altas para evitar fraudes.

– En ese sentido, ¿qué medidas de seguridad aplica Copec Pay?

– Nuestra tarjeta física es la más segura del mercado porque no puede ser clonada. Es la única tarjeta que no tiene banda magnética ni ningún dato impreso, solo los últimos cuatro dígitos. Es un plástico que no sirve para mucho si no está vinculado a una cuenta.

“2024 fue un año donde vimos mucho crecimiento y llegamos a superar las 800 mil cuentas creadas, habiendo comenzado el año con un poco más de 350 mil, es decir, más que duplicamos”.