

# CEO de MACH: “El gran salto que vamos a dar **va a ser entrar fuerte en los productos de crédito”**”

■ Diego Vidaurre aterrizó hace dos meses en la plataforma de pagos de Bci, la que se prepara con planes para convertirse en 2025 en un banco “digital full”.

POR FLORENCIA DONOSO R.

“La principal aspiración de MACH es ser el principal banco digital de Chile”, sostuvo el CEO de la firma, Diego Vidaurre.

El ejecutivo aterrizó en el cargo luego de un largo recorrido por la industria bancaria. Trabajó previa-

mente en el grupo Falabella, específicamente en Falabella Financiero y CMR. Estudió un MBA en la Universidad de Berkeley (California, EEUU).

También trabajó casi cuatro años en Banco Santander, donde ocupó el cargo de gerente de Canales Digitales y luego de gerente de Medios de Pagos.

En agosto de este año apostó por seguir su camino en la plataforma digital de pagos de Bci, que ya cuenta con 4,2 millones de clientes.

Actualmente, según Vidaurre, MACH tiene casi

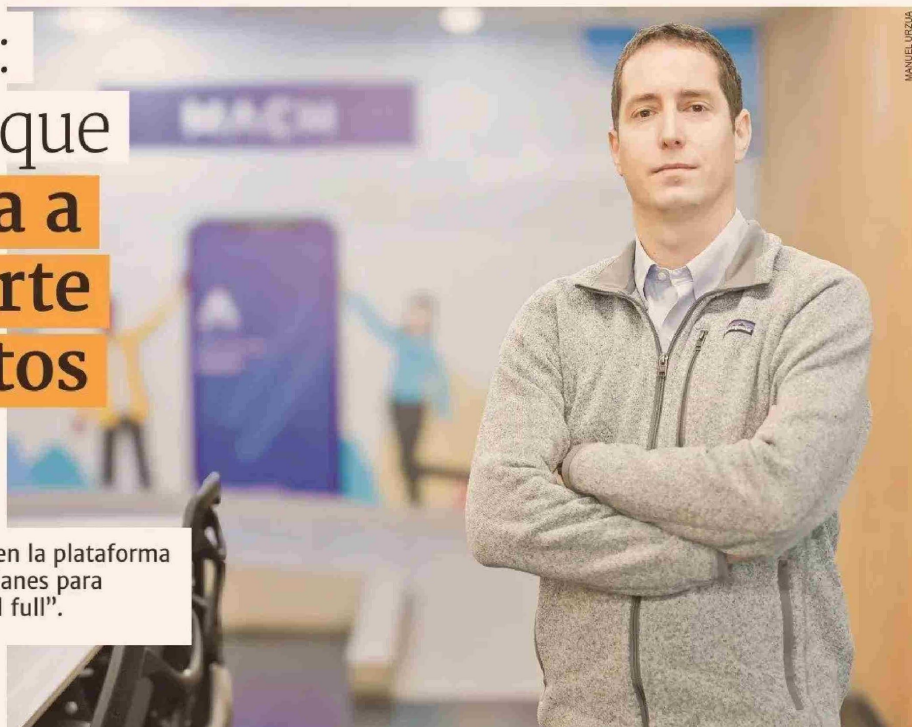
todos los productos propios de un banco. Detalló que ya cuentan con cuenta corriente, tarjeta de débito, productos de inversión, transferencia bancarias e internacionales, entre otros.

Y para el próximo año anunció los nuevos pasos que dará la firma. “El gran salto que vamos a dar va a ser entrar fuerte en los productos de crédito”, afirmó.

En este sentido, señaló que

actualmente solo cuentan con la posibilidad del pago en cuotas, pero que la oportunidad en el mundo del crédito es aún mayor.

“En general, a las billeteras de este tipo les cuesta



mucho llegar a ser rentables sin productos de crédito. Por eso es súper importante que pongamos el foco ahí”.

En esa línea, reveló que el primer trimestre de 2025 lanzarán la nueva tarjeta de crédito MACH, que estará enfocada en un segmento masivo, igual al que apunta hoy la plataforma.

El producto contará con cobros mensuales por comisión y con un programa de fidelización de clientes.

Vidaurre aseguró que estiman cerrar el próximo año con 50 mil clientes con tarjeta de crédito.

Además, a mediados de 2025 esperan tomar posición en el mundo de créditos de consumo. “Con esto, terminamos de cerrar la propuesta de productos de un banco completo. Entonces, ya podremos decir que somos un banco digital full”.

## Cuentas corrientes

Los planes para 2025 se suman a algunos de los cambios en la estrategia que ha desarrollado MACH. Por ejemplo, a mediados de 2023, la plataforma digital pasó del negocio de cuentas prepago al de cuentas corrientes.

Según detalló Vidaurre, el crecimiento en este producto “ha apalancado mucho

**“A las billeteras de este tipo les cuesta mucho llegar a ser rentables sin productos de crédito. Por eso es súper importante que pongamos el foco ahí”.**

**“MACH ha apalancado mucho el crecimiento de cuentas corrientes de Bci”.**

el crecimiento de cuentas corrientes de Bci”, y que ya cuentan con más de 700 mil clientes de este tipo en la plataforma.

Vidaurre también detalló que el ser parte de Bci les entregaba muchas ventajas. “De partida, tenemos la licencia bancaria”, puntualizó, y agregó que también cuentan con “la espalda de Bci y todo el conocimiento del banco”.

Sin embargo, hizo una diferenciación. “Al mismo tiempo, operamos como una fintech. Somos independientes desde el punto de vista del modelo operativo, sistema y plataforma. Todo es autocontenido en MACH”, explicó.

## Desafíos regulatorios

Sobre los desafíos actuales de la industria, Vidaurre destacó que “el aumento de regulación y condiciones de mercado apuntan a una contracción de la rentabilidad que nos obliga a todos a ser más eficientes”.

En este sentido, señaló que “con la bajada de tasas de intercambio y los aumentos del fraude de los últimos años, nos pone a toda la industria mucha presión por ser más eficientes y salir a buscar clientes con propuestas de valor bien pensadas”.