

Premios Eikon 2025

Número de Categoría: 10.01

Categoría: Comunicaciones Financieras o con los Inversores / Región Chile

Nombre de la empresa o institución: Asociación de empresas Fintech de Chile (FinteChile)

Título del caso: FinteChile: consolidación del gremio que representa a industria que está revolucionando al país.

Departamento que desarrolló el plan: Comunicaciones

Personas responsables:

Margarita de la Guarda O.
César Iribarren A.
Alejandra Eyzaguirre M.
Loreto Vidal

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Hace casi cuatro años años Vital Comunicaciones asesora a FinteChile, Asociación de Empresas FinTech, fundada en 2017 con el propósito de representar y potenciar el crecimiento de dicha industria en el país para convertirlo en el hub de tecnología financiera más importante de Latinoamérica, promoviendo la innovación, la competencia y la inclusión financiera.

Es así como en mayo de 2023, con apenas tres meses de vigencia de la nueva Ley Fintec, la industria financiera tecnológica en Chile enfrentaba un escenario de alta incertidumbre regulatoria, donde las más de 400 empresas del sector como sus usuarios requerían reglas claras, inexistentes antes de febrero de 2023.

¿Los motivos? Diversos actores de la industria carecían del conocimiento específico sobre la puesta en marcha del nuevo marco regulatorio, los costos en que debían incurrir para adaptarse a éste, los procedimientos que estaban obligados a cumplir, los requisitos para inscribirse en el Registro de Prestadores de Servicios Financieros de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) o la adopción del Sistema de Finanzas Abiertas. En suma, distintos rubros del sector estaban sujetos a distintas normativas y obligaciones que fueron causa de preocupación.

A ello se sumó la aprobación e implementación de otras regulaciones como las Leyes de Protección y el Tratamiento de los Datos Personales y de Ciberseguridad que también generaron inquietud en las empresas de las distintas vertientes de negocios FinTech.

En este contexto, FinteChile asumió el desafío comunicacional de orientar, informar y posicionar al gremio como un referente clave en la implementación de la nueva legislación.

A través de un trabajo sostenido de prensa, relaciones públicas y vocería, no solo logró posicionar a FinteChile como fuente experta ante medios y autoridades, sino que también **consolidó al Chile Fintech Forum como el evento de referencia en América Latina en materia de tecnología financiera. Esta validación pública es el resultado de años de estrategia comunicacional coherente, anclada en un relato de inclusión financiera, innovación y competencia.**

En medio de este proceso, el director ejecutivo de FinteChile renunció repentinamente al cargo, el cual estuvo acéfalo durante poco más de cuatro meses, lo que agregó un ingrediente más a este desafío comunicacional.

2) Propuesta de campaña (estrategia)

Vital comunicaciones, como agencia responsable de la asesoría y gestión comunicacional de FinteChile, lideró una campaña centrada en **transformar al Chile Fintech Forum en mucho más que un evento**: en un símbolo del crecimiento, madurez y articulación de la industria FinTech chilena, en un momento clave de implementación normativa.

Los **principales objetivos** relacionados a este proceso se dividieron en tres partes, dependientes entre sí. El primero de ellos fue fortalecer el posicionamiento institucional de FinteChile y su nuevo liderazgo en plena implementación de la Ley Fintec. El segundo, convertirse en el interlocutor más relevante ante las autoridades y reguladores; mientras que el tercero buscaba ser percibido por la industria como el principal soporte técnico y estratégico para cumplir con las exigencias normativas que impuso la nueva legislación.

Estos objetivos se reforzaban mutuamente. El posicionamiento, especialmente mediático, de FinteChile junto a sus principales liderazgos, indudablemente le brindaba un status más sólido al momento de relacionarse con sus stakeholders, sobre todo, con el regulador financiero, con quienes podía acordar formas que facilitarían a los actores de la industria el cumplimiento de las complejidades propias de una nueva regulación financiera.

Los **públicos objetivos** de esta campaña comunicacional se dividieron entre: las empresas FinTech, socias o no socias de la organización, en especial pequeñas y medianas; autoridades políticas; entidades reguladoras, como la CMF y, finalmente, la opinión pública, usuarios y medios especializados en economía y finanzas.

Para cumplir dichos objetivos **la estrategia** se centró en combinar tácticas de comunicación directa e indirecta, con énfasis en la generación de hitos noticiosos, vocerías y generación de contenidos de alto valor.

El Chile Fintech Forum se consolidó como el eje central que combinó la articulación público privada y un fuerte compromiso con lograr la inclusión financiera, bajo una narrativa innovadora.

Otros recursos comunicacionales relevantes incluyeron la realización de seminarios y encuentros estratégicos con la Bancada de Economía Digital de la Cámara de Diputados, así como la generación y difusión de estudios que sirvieron como insumos técnicos clave para sustentar el relato de FinteChile. Destacó también la alianza con la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), que permitió facilitar la adaptación de las empresas del ecosistema durante la fase inicial de implementación de la Ley Fintec. A esto se sumó la incorporación de una nueva directora ejecutiva, cuya experiencia política y capacidad de articulación institucional se transformaron en activos comunicacionales fundamentales para el gremio.

Dichos recursos se canalizaron a través de instrumentos de difusión como entrevistas de la directora ejecutiva del gremio, distribución de comunicados de prensa en medios escritos, radiales y televisivos nacionales y regionales, tanto orgánicos como pagados. Asimismo, mailings dirigidos a los socios de FinteChile, webinars, y otras activaciones en redes sociales que oficiaron como complemento a la estrategia comunicacional.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Las acciones comunicacionales se desplegaron en distintas etapas, acompañando hitos claves de la industria, con el objetivo de posicionar el Chile Fintech Forum como la principal instancia de encuentro y visibilidad del ecosistema digital en Chile y consolidar al gremio como referente técnico y gremial en esta materia.

El plan implicó una estrategia escalonada que comenzó por la implementación de la Ley Fintec, la ejecución de los Chile Fintech Forum 2024 y 2025, y el posicionamiento de la nueva directora ejecutiva de FinteChile frente a medios, autoridades y stakeholders.

A continuación de algunas de las principales iniciativas editoriales desarrolladas:

1.- Implementación Ley Fintec:

Como antesala al despliegue del evento y en paralelo con la entrada en vigencia de la nueva Ley Fintec se desarrolló una campaña editorial, cuyo objetivo fue informar, educar y advertir sobre los desafíos de la nueva regulación. Esta incluyó:

- **Publicación de columnas de opinión y cartas al director** en los principales medios escritos firmadas por el director ejecutivo y presidente de FinteChile de turno (ambos cambiaron en 2024).
- **Entrevistas** de los mismos representantes en medios impresos, digitales, televisivos y radiales, con el objetivo de explicar de manera sencilla los principales elementos del marco regulatorio a los distintos públicos y el Sistema de Finanzas Abiertas y advertir posibles contradicciones y/o superposiciones con otras iniciativas legales en proceso de tramitación legislativa.
- **Webinars temáticos** como complemento de estas acciones con contenido educativo.

2.-Iniciativa “Inscribe tu Fintech”:

Como parte del acompañamiento a las empresas, ante las nuevas exigencias de la CMF, FinteChile puso a disposición de las empresas del rubro -socias del gremio o externas- una **plataforma online** para facilitarles el proceso de inscripción obligatoria de prestadores financieros.

Se diseñó una acción comunicacional directa con difusión masiva a la prensa y a los socios de la entidad, vía WhatsApp, para maximizar la visibilidad de una herramienta que fuera útil para que las grandes empresas del sector y, principalmente, las startups pudieran adaptarse a dicha norma.

3.- Cambios en directorio y dirección ejecutiva:

La renovación parcial del directorio y su presidencia y el repentino cambio de director ejecutivo representó un desafío clave para posicionar ante la industria estos nuevos liderazgos en el proceso de implementación de la Ley Fintec, ya que se trataba de nombres con bajo nivel de conocimiento público. Para enfrentar esta transición se diseñaron acciones tácticas como:

- Comunicación de los cambios mediante comunicados de prensa y contacto directo con los medios.
- Instancias de relacionamiento con diversos stakeholders como autoridades, prensa y reguladores para posicionar a la nueva directora como voz experta del sector.
- Uso de datos sectoriales y estadísticas relacionadas con el crecimiento de la industria para brindar entrevistas radiales y televisivas de manera frecuente y

a capitalizar mediáticamente el rol que asumió como una de las principales interlocutoras del sector privado ante la hace poco creada bancada de Economía Digital de la Cámara de Diputados.

Todas estas acciones comunicacionales permitieron visibilizar e instalar a la actual directora ejecutiva de FinteChile como un liderazgo referente con profundo conocimiento de la nueva regulación frente a las autoridades, pero también ante los socios actuales y potenciales del gremio, para que fuese visto como una organización igual o más sólida que antes para enfrentar los desafíos futuros.

4.-Chile Fintech Forum: consolidación como evento símbolo del sector

En los últimos 24 meses se han realizado dos versiones de este evento. La cita de 2024 se efectuó de manera acéfala en la plana ejecutiva de FinteChile, ante lo cual hubo que redoblar esfuerzos comunicacionales para garantizar su éxito.

- Las tácticas y acciones comunicacionales planificadas se concretaron recurriendo al presidente y vicepresidenta del directorio como voceros, a quienes Vital Comunicaciones preparó para asumir ese rol, con el propósito de transmitir normalidad en el gremio, especialmente frente a sus socios y las autoridades interlocutoras habituales.
- Semanas antes del evento, se desplegó una ofensiva comunicacional dirigida a socios, medios y autoridades, destacando las novedades del foro y reforzando la continuidad institucional del gremio.
- Durante el evento, se aprovechó la participación de autoridades clave (Presidenta de la CMF, Ministro de Hacienda, entre otros) para posicionar el Foro como un espacio de diálogo público-privado de alto nivel.

Versión 2025

La edición 2025 del ChileFintech Forum marcó un salto cualitativo y cuantitativo en visibilidad mediática, lo que contribuyó a consolidar a FinteChile como uno de los principales gremios de economía digital.

- Este logro quedó en evidencia, a través de la asistencia, pese a su apretada agenda, de tres candidatos presidenciales -Carolina Tohá, Evelyn Matthei y Franco Parisi- a un panel de conversación para dialogar sobre cómo proyectar a la industria de cara al futuro. Participaciones a las que Vital Comunicaciones contribuyó en su gestión y difusión.
- A ello se sumó la exposición del ministro de Hacienda, Mario Marcel, que generó oportunidades de cobertura y visibilización comunicacional para seguir consolidando la inclusión financiera y atraer inversión tecnológica.

- Por tercer año consecutivo Vital comunicaciones convocó a la prensa a un desayuno previo al Chile Fintech Forum, logrando amplia presencia de los medios de comunicación, tanto nacionales como especializados.

4) Resultados y evaluación

Publicaciones en prensa orgánica

Durante los últimos 24 meses, FinteChile ha logrado una destacada presencia en medios a través de una estrategia de comunicación sostenida, orientada a posicionar al gremio como el principal referente de la industria financiera tecnológica en Chile.

En el contexto de la implementación de la Ley Fintec y otras normativas asociadas, se gestionaron **32 columnas de opinión y cartas al director**, firmadas por diversos voceros del gremio en medios de circulación nacional, junto con **11 entrevistas** en medios escritos, radiales y televisivos, y **45 notas periodísticas** que destacaron el rol institucional de FinteChile como articulador entre industria y reguladores. A esto se suma la cobertura generada por el lanzamiento de la plataforma “**Inscribe tu Fintech**”, iniciativa que impulsó **15 publicaciones adicionales** en medios de comunicación.

En paralelo, se priorizó una narrativa que destacara el crecimiento del ecosistema, la inclusión femenina en el sector y el impacto económico de la industria fintech. Como resultado, se gestionaron **18 publicaciones específicas** sobre estos temas, que incluyeron **6 notas derivadas de comunicados**, **10 entrevistas** con líderes del ecosistema y **una columna de opinión**.

Uno de los hitos comunicacionales más relevantes ha sido el **Chile Fintech Forum**, cuya edición 2023 generó **82 publicaciones** y la versión 2024 **67 publicaciones**, totalizando **149 impactos mediáticos** que abarcaron cobertura previa, durante y posterior a los eventos. Estos resultados consolidaron al foro como el principal punto de encuentro del sector fintech en Chile y Latinoamérica, fortaleciendo el posicionamiento del gremio a nivel nacional e internacional.