CEO de OCA: la necesidad de innovar, la estabilidad del país y del crédito como dinamizador de la economía

Pedro Moreira asegura que el éxito de la firma radica en innovar y "poner al cliente en el centro"; a nivel país, considera prioritario invertir en educación. "Es un diferencial para atraer inversión", dice

Antonio Larronda

03/10/2025, 03:40

Compartir esta noticia

Pedro Moreira. CEO de OCA. Foto: Leonardo Mainé

ESCUCHÁ EL RESUMEN HECHO CON IA
00:00
00:48

Pedro Moreira, montevideano (48) lidera **OCA**, la empresa uruguaya de servicios financieros, que ya alcanzó los 490.000 clientes con tarjetas de crédito (aunque un 20% posee una adicional, lo que eleva a 590.000 el total de tarjetas emitidas) y otras 400.000 cuentas **OCA Blue.**
Hoy, la empresa se despliega en una red de 28 sucursales (11 en Montevideo y 17 en el interior) y emplea a unos 390 colaboradores.

MIRÁ TAMBIÉN

OCA, la empresa que comenzó hace 58 años con vouchers y ahora busca ser la plataforma financiera referente

Al mirar el mercado local de **tarjetas de crédito**, OCA "es la primera", mientras que en consumo "es la segunda", dijo. En promedio, la compañía crece entre 5% y 10% anual y según Moreira, una de las claves del éxito, agregó, radica en su **constante apuesta a la innovación** y a "poner siempre al cliente en el centro".

Sin embargo, el ejecutivo alertó sobre **los desafíos que enfrenta el país para seguir creciendo, como la educación y mantener "las reglas claras"**. Además, enfatizó que **fomentar el crédito puede impulsar la economía.**

Su experiencia en el sector se remonta a 2001, cuando comenzó en BankBoston, luego pasó a Banco Itaú hasta llegar a su cargo actual. Es administrador y contador (Universidad de la República), cuenta con un posgrado en economía y un MBA de doble titulación en **Universidad ORT**. Está casado, tiene dos hijos y disfruta de jugar al fútbol, surfear y reunirse con amigos y familia.

A continuación, un extracto de la entrevista con El Empresario.

—La empresa crece año tras año en un sector en pleno desarrollo. ¿Cuál es su visión del ecosistema financiero local?
—El ecosistema está maduro y cada vez más dinámico. Crece, innova y tiene muchos actores haciendo las cosas bien. Claro, aparecen nuevos jugadores, locales y globales, entonces las barreras entre todos se hacen más difusas y empuja a ser más innovador.

Pedro Moreira. "Hay espacio para que crezca el crédito en el país", aseguró el CEO de OCA. Foto: Leonardo Mainé

—¿Cuáles son los desafíos que tiene el rubro financiero para crecer aún más?
—En cuanto a OCA, el gran desafío es cómo mantenés la relevancia del cliente, cómo hacés para estar en su día a día. Para eso es muy importante entender cuáles son sus necesidades, poner al cliente en el centro, generar ofertas cada vez más personalizadas. Y para llegar a ese cliente hay que seguir innovando.

—¿Uruguay cuenta con un escenario acorde que permita innovar en el sector financiero?
-La normativa permite desarrollar productos innovadores, pero si hacemos ajustes va a habilitar jugar de otra manera. Por ejemplo, se habla mucho de **open banking**, es decir, que el cliente pueda elegir compartir sus datos que van más allá de lo **financiero**, como los de BPS (Banco de Previsión Social) y DGI (Dirección General Impositiva), lo que le permitiría a las empresas tomar decisiones más eficientes. O sea, que diga cuál es su ingreso para que una compañía use ese dato y le haga una oferta mucho más personalizada. A veces la normativa se adapta, aunque no a los tiempos que a uno le gustaría, porque todo tiene su proceso. De todas formas, está bien que así sea para generar un ambiente normativo adecuado. Como respuesta a esto, hay que lograr ámbitos de pruebas. Nosotros tenemos un sandbox para probar desarrollos.

—Ha dicho que OCA busca convertirse en una fintech, pero son parte de un banco. ¿Cómo incide esto a la hora de innovar?
—Es una ventaja. **Queremos tener la agilidad de una fintech** porque el mercado y el cliente lo demandan, pero también mantener la cercanía y la confianza a un banco porque algunos clientes quieren todo digital y otros siguen yendo a los locales. El desafío es brindar la mejor experiencia en los canales que las personas elijan.

—La ciberseguridad es un tema cada vez más relevante, especialmente en un sector como el financiero. ¿Cómo lo aborda OCA?
—Intentamos ser lo más proactivos posible, porque en la industria tenemos el gran desafío de mitigar al máximo los fraudes. **Ser parte de una corporación como Itaú nos habilita a tener una estrategia direccionada por nuestra casa matriz y nos ayuda a desarrollar herramientas.** Pero también hay que trabajar mucho en educación, porque por más que tengas la mejor seguridad, las personas siguen siendo vulnerables. En cuanto a herramientas, estamos estudiando utilizar biometría y otros procesos para generar un patrón de uso de los clientes, como una token app como segundo factor de identificación.

Foto: Leonardo Mainé

—¿De qué manera vive la compañía el avance de la inteligencia artificial (IA)?
—**En OCA utilizamos IA desde hace tiempo.** Primero la (versión) más tradicional para generar el modelo que permite obtener un crédito. En cuanto a la IA generativa estamos en una fase más de aprendizaje; desarrollamos casos y proyectos internos para mejorar procesos y ser más productivos, antes de disponibilizarla a los clientes. Hoy todavía la IA no está tan madura, alucina, y en la industria financiera no podés correr riesgos. Creo que en la hiperpersonalización de ofertas al cliente tendrá mucho protagonismo.

MIRÁ TAMBIÉN

La revolución de la inteligencia artificial en los negocios: Mariana Píriz la compara con el fuego o la electricidad

—A nivel país, ¿cuáles son los retos que tiene que superar Uruguay para desarrollarse?
—Uno es el crecimiento. Si miramos la serie histórica de los últimos 10 años, hemos crecido un 1% anual. A esto se suma que la población no aumenta, sino que la curva es descendente. Y para que el país crezca tiene que existir inversión, ya sea pública o privada. En este sentido, hay dos pilares fundamentales que tenemos que trabajar como país. Primero, en relación a la competitividad, es necesario generar un entorno favorable para atraer inversiones. Por ejemplo, que para comenzar un negocio en Uruguay los trámites sean más fáciles, que todo sea más rápido y dinámico. El segundo desafío es recuperar el talento humano, porque va a ser un diferencial para atraer inversión. Si no tenés mano de obra calificada, la tenés que traer, porque eso genera un diferencial. Y acá la clave está en la educación. En Uruguay sí no trabajamos fuerte en generar talento a través del sistema educativo uruguayo, no vamos a tener ese compromiso. Es un debe de todos.

—Mencionó que es necesario atraer inversión y ahora está en debate el Impuesto Mínimo Global. ¿Cómo ve esta medida?
—No soy un experto en el tema, pero uno de los diferenciales de Uruguay son sus reglas claras. Hoy, en la economía global que vivimos, mover capitales es un clic. Uruguay ha sido medianamente exitoso con exoneraciones fiscales o incentivos para atraer inversiones y personas de alto poder adquisitivo. Entonces hay que ser muy cuidadoso cuando se habla de impuestos porque genera incertidumbre.

—Se habla que el crédito en Uruguay tiene espacio para crecer. ¿Cuál cree que es el rol de esta herramienta financiera en el desarrollo del país?
—El crédito es un dinamizador de la economía y hay espacio para que crezca. Eso sí, tiene que venir de la mano de la educación financiera. Desde el sistema formal tenemos que buscar la manera de educar al cliente para que tome la mejor oferta en forma consciente y que a través del crédito solucione su problema. La educación le permite tomar la decisión con la mayor información posible. Por esto, en OCA tenemos tasas de morosidad más bajas que la industria, porque yo busco entender al cliente, conocerlo, saber su capacidad de repago, y recién ahí le ofrecemos un crédito. Y si la gente toma más crédito formal, evita caer en el informal.

—¿Y cuáles son las fortalezas y oportunidades de Uruguay?
—**Uruguay tiene las tres características más difíciles de conseguir: confianza, estabilidad y predictibilidad.** Si trabajamos para mantener esto, potenciamos la competitividad y atraemos mejor talento, la economía crecerá.

LAS MÁS VISTAS

1 Jugador del plantel principal de Nacional fue bajado a jugar con Tercera División y no se presentó al partido
2 Humberto De Vargas tras las piñas al aire: "Cruzó el límite"
3 Meteorólogos confirman la llegada de lluvias y tormentas: cuándo comenzarán y qué tan fuertes serán
4 Ataque a balazos contra una multitud durante el ensayo de una comparsa deja tres mujeres heridas: qué se sabe
5 Las reflexiones de siete destacados empresarios sobre el desarrollo de Uruguay y los negocios
6 Nuevos precios de alquiler y venta de viviendas: los diez barrios más caros y más baratos en Montevideo
7 El dolor de Silvio Soldán al hablar de la internación de su hijo: "No se va a recuperar, desgraciadamente"
8 Periodista de "Telemundo" reveló cuál es la consulta que más le hacen en redes: "Me lo preguntaron 17 veces"
9 Líder de la FUS explicó la situación de Jorge Bermúdez por resultados de una auditoría que "no son de agrado"
10 Copa AUF Uruguay: así quedó el cuadro de las semis, las fechas de los partidos y de la final del certamen

Últimas Noticias

14:53 **La inflación en Uruguay se ubicó en 4,25% en 12 meses a setiembre, prácticamente en la meta del Banco Central**
14:44 **¿Cuánto cuesta construir una casa en Estados Unidos en 2025?**
14:20 **Estados Unidos será sede de la mayoría de los partidos del Mundial 2026 y la final: cuántos serán y el récord**
14:16 **Inumet emitió una alerta amarilla por tormentas puntualmente fuertes en el norte**
14:13 **El nuevo cargo de Chiqui Tapia y otros siete dirigentes de Argentina en la FIFA: qué roles cumplirán**
14:05 **Asesinan a exjefe de cárcel de Paraguay donde está la esposa del narcotraficante Sebastián Marset**