

[Volver](#)

Jueves 22 de octubre 2015

Especiales laSegunda

Khipu, la nueva forma de pagar en línea

Cobrar servicios profesionales, el arriendo, los gastos comunes, las cuotas de curso o un asado con los amigos por email o Facebook es posible con esta plataforma, que también entrega posibilidades de cobro a las empresas a través de su mismo sitio web o presencialmente.

Por Carolina Miranda.

Crear una solución de pago electrónico basada en la simplificación de transferencias es la idea que impulsó en 2012 a Emilio Davis y Roberto Opazo para dar vida a khipu, plataforma que tardó un año en ser viable, momento en el que se sumó Luis Hernán Paul como inversionista ángel.

Aunque inicialmente khipu apuntaba a resolver el problema de los cobros entre personas o pequeñas empresas, también resuelve la recaudación de grandes empresas.

En efecto, khipu permite pagar con cualquier banco en Chile. Roberto Opazo, su director ejecutivo, explica cómo fun-

ciona el sistema: "El comercio o cobrador puede gestionar sus pagos conectando nuestra pasarela de pagos con desarrollos propios de páginas web o aplicaciones móviles usando módulos especiales para plataformas de eCommerce de clase mundial, como Prestashop y WooCommerce, entre otras. También es posible usar el celular para el pago presencial, por ejemplo, en un restaurante, evitando entregar la tarjeta o digitar claves en una máquina distinta al equipo móvil. Además, se puede usar el mismo portal de khipu para solicitar pagos por correo electrónico o generar enlaces para redes sociales, lo que permite cobrar sin contratar infraestructura o hacer desarrollos".

Si bien la comercialización se inició



Roberto Opazo, director ejecutivo de khipu, señala que este medio de pago es gratis para personas naturales que lo usen sin fines comerciales.

en 2013, solo un año más tarde comenzaron a tener una buena aceptación en el mercado. Para lograrlo, adaptaron la plataforma a los requerimientos de los comercios, que necesitaban una alternativa que no obligara a instalar el terminal de pagos khipu. De ahí que desarrollaran la opción de pago con transferencia normal, algo que fue determinante, señala, para "lograr la confianza de los comercios en que sus clientes usarán khipu para pagar usando transferencia simplificada o normal".

A nivel nacional, khipu cobra 1% con tope de \$300 + IVA al cobrador, mientras que para el pagador es gratuito. A nivel internacional, en tanto, vende una franquicia que implica un pago inicial, otro mensual y uno por operación. Para las personas naturales que la utilicen sin fines comerciales no tiene costo.

Los resultados son positivos, pues más de 90.000 personas pagan usando el sistema y sobre 500 comercios asociados ya tienen khipu como plataforma de pago. Asimismo, y gracias a un Capital Semilla Expansión de Corfo, ha comenzado su proceso de internacionalización con la venta de la primera franquicia a Bolivia.

"Hemos pasado por nueve ampliaciones de capital y hemos levantado más de US\$ 2 millones, valorando la empresa en US\$ 10 millones en las últimas dos ampliaciones", asevera Opazo.

Jennyfer Salvo y Rafael Sabat, ambos de ProChile, compartieron con académicos y egresados de la carrera de Ingeniería en Administración Agroindustrial de esta casa de estudios.

Con la presencia de estudiantes, ex alumnos, profesores e invitados, la Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM) realizó el 7 de octubre el seminario "Chile, Potencia Alimentaria para el Mundo", donde se abordó la situación de esta industria a nivel local y los esfuerzos para promoverla en el mundo.

La jornada se llevó a cabo en el Hotel San Francisco y fue organizada por la Escuela de Administración, el Consejo Asesor Social Empresarial (CASE UTEM) y la Red de Egresados y Titulados (RET UTEM) para los ex alumnos y titulados de la carrera de Ingeniería en Administración Agroindustrial de la casa de estudios.

Una de las expositoras, Jennyfer Salvo, subdirectora de Marketing, Comunicaciones y Marcas de ProChile, se refirió a las estrategias que el país está desplegando para la promoción de nuestros productos en el exterior y en la construcción de "una campaña comunicacional que colabore a aumentar el valor del origen Chile en la industria exportadora de alimentos".

Y es que, a juicio de la especialista,

UTEM realiza seminario "Chile, Potencia Alimentaria para el Mundo"



Juan Carlos Sepúlveda, gerente general de Fedefruta; Jennyfer Salvo, subdirectora Marketing, Comunicaciones y Marcas ProChile; Roberto Fantuzzi, presidente de Asexma, y Rafael Sabat, subdirector internacional de ProChile.



Egresados de Ingeniería en Administración Agroindustrial de la UTEM: Víctor Jelves, Alejandra Hernández, Javier Allendes, Nicole Puelles y Francisco Javier Salinas.



Los egresados Alejandro Cona, Elizabeth Mora, Oscar Correa y Marcelo Castro.

aunque la agricultura es el sector "más dinámico de la economía", aún en el mundo "nadie sabe lo que somos".

En vista de ello, tanto el sector público como el privado están desplegando numerosas estrategias para llevar al mundo el mensaje de que "el origen chileno hace la diferencia respecto de otros países, que Chile es un origen privilegiado para la producción de alimentos y que lo que le llevamos al mundo es de primer nivel".

Rafael Sabat, subdirector Internacional de ProChile, en tanto, destacó el trabajo que las 55 oficinas comerciales de nuestro

país en el extranjero están desarrollando, vitales para promover las exportaciones "no cobre"; es decir, los alimentos, las manufacturas y cada vez con mayor fuerza los servicios.

"Los países compiten por exportar más, por atraer más inversiones y por atraer más turistas", aseguró Sabat, quien explicó que las oficinas de Chile en el exterior hacen el conjunto de este trabajo, al tiempo que realizan importantes estudios de las posibilidades que tienen nuestros productos chilenos en el extranjero.