

Modaes

Empresa

Ripley sigue los pasos de Falabella y lanza también pagos con QR

El grupo chileno de tiendas por departamento pondrá en marcha una aplicación que permitirá realizar compras y transferencias sin necesidad de utilizar tarjetas o efectivo de por medio.

Modaes
16 may 2019 - 00:00

Ripley sigue los pasos de Falabella y lanza también pagos con QR

Ripley da un paso más en los medios de pago digitales. **El grupo chileno de la familia Calderón ha desarrollado una aplicación móvil propia de códigos QR** que permitirá a los clientes poder realizar compras y transferencias. El servicio, que se llamará *Ripley Pay*, no requerirá de ninguna tarjeta de crédito ni efectivo.

La empresa de tiendas departamentales ha habilitado el servicio en el App Store, de momento en fase de pruebas, por el que los usuarios podrán comprar los productos una vez los escanean mediante un código QR.

Ripley también permitirá a sus clientes **poder cargar dinero en sus cuentas electrónicas para poder hacer transacciones o pagar cuentas electrónicamente**. Se trataría de un servicio parecido al que ya implementa el banco Bci, según *Diario Financiero*.

Ripley ha lanzado esta iniciativa después de que Falabella anunciará un acuerdo similar con Google Pay

El movimiento del grupo se produce después de que Falabella anunciara una alianza con Google Pay para ofrecer una solución que permite al usuario pagar en comercios con su celular que contengan la tecnología *contactless*.

El objetivo de Ripley es ir más allá que su principal competidor ya que a finales de

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/ripley-sigue-los-pasos-de-falabella-y-lanza-tambien-pagos-con-qr>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

2018 ya lanzó *Ripley Express*, un sistema que permite comprar productos a través de vendedores identificados en la tienda cuando los móviles de los usuarios registran los productos que van a ser adquiridos.

Cencosud ya se fijó en Ripley

En este sentido, Cencosud quiso replicar años atrás un servicio similar al de Ripley, pero los ejecutivos de la empresa controlada por Horst Paulmann desistieron con el proyecto debido a las dificultades que implicaba la escalabilidad en sus tiendas.

Ripley está inmersa en un plan estratégico por el que quiere aumentar el número de

marcas propias, como Index y Marquis, y redefinir sus productos en tres grupos:

básicos (30%), núcleo (40%) y fashion (30%). Todo ello para acelerar los tiempos de entrega para no tener que recurrir a promociones.