



# De Curicó al mundo: la apuesta de Haulmer por digitalizar a los pequeños negocios



Con base fuera de Santiago, esta fintech chilena creadora de la marca TUU, crece a triple dígito, suma 55 mil clientes y avanza hacia cuentas digitales y expansión en Perú y México.

Por: Daniel Fajardo



San Feng Díaz (40) no es el típico fundador de una startup, al menos de los que conocemos en el ecosistema emprendedor criollo. Pero los servicios de su empresa los podemos apreciar constantemente cuando compramos algo en un comercio, especialmente los más pequeños. Una de las marcas más icónicas de su empresa, Haulmer, es TUU, enfocada a los POS de pago. En cuatro años ya tienen casi 55 mil clientes y esperan llegar a 100 mil a fines de 2026.

De padre taiwanés y madre chilena, Feng es curicano. Y aunque reconoce que ha sido difícil luchar con el centralismo de Santiago, hoy cuenta con 300 colaboradores que trabajan desde sus casas en diversos puntos del país y el extranjero. Incluso él, vive actualmente en Pichilemu, desde donde gestiona esta empresa que acaba de adquirir la startup Apanio, ligada a empresarios como Roberto Camhi, María Elba Chahuán y Tomás Guiloff.

“Creo que siempre los fundadores logran una relación personal con su emprendimiento, donde por lo general lo mueve un propósito”, comenta Feng para explicar el camino que tomó desde niño. Su familia tenía varios negocios en Curicó y a él, le encantaba implementar tecnología en los locales. “Fue cuando me di cuenta de la gran brecha que existe entre los pequeños negocios y las grandes empresas”, recuerda.

Una vez que salió del colegio se fue a estudiar administración de negocios en la Brigham Young University de Utah, Estados Unidos; donde cursó la especialidad de emprendimiento. Ahí se activó la veta de su primera startup: Bluehosting. Corría 2005 y desde Norteamérica, San Feng manejaba su empresa con un teléfono IP para clientes en Chile. “Yo mismo hice el sitio web, contestaba las llamadas, me encargaba de las ventas y hacía el soporte. Fue un emprendimiento que me funcionó —de hecho aún existe—, pero me movía más la oportunidad de un negocio que el propósito”, reconoce. Sin embargo, la rentabilidad de Bluehosting le permitió años más tarde lograr ese objetivo.

“Llamé a unos amigos para contarles que quería hacer algo distinto, que conectara con mi infancia. Desarrollar tecnología para los pequeños negocios. Había una oportunidad y un propósito” Fue cuando junto con Miguel González y Juan Manuel Parraguez, crearon Haulmer (2017), la empresa madre del resto de los productos y servicios tecnológicos. Más tarde se sumó como socio Enrique Álvarez. “Partimos creando un POS para pagos en las pequeñas empresas, que era donde estaba la mayor brecha. El objetivo es cómo tecnologizamos a ese segmento y partimos con una ‘maquinilla’ para que el emprendedor pudiera gestionar su negocio. Recibir pagos, llevar el inventario, tener una caja, etc.”, cuenta y agrega: “Y lo más importante es que somos una empresa que sigue creando cosas porque estamos convencidos de que hay que empoderar a los pequeños negocios”.

Incluso, reconoce, que son una empresa donde los fundadores no son muy conocidos de forma intencional, porque... no es parte del propósito.

## El pivoteo

Al principio, los primeros dispositivos tenían la marca Haulmer, pero como era una palabra extraña para los comercios, decidieron crear TUU. “Sabíamos que sería imposible competir con Transbank u otros grandes del mercado y que los clientes no nos vieran simplemente como una ‘alternativa’, por lo que abordamos una estrategia distinta: la generación de una boleta electrónica, lo que atrajo a muchos clientes. Y justo para la pandemia, este documento se hizo obligatorio”, explica el fundador de Haulmer. “Gracias a eso logramos nuestro primer millón de dólares”, afirma.

Tienen dos modelos de negocio. Uno donde cobran una comisión dependiendo del monto de la compra, y otro, con una tarifa fija de \$15.000 al mes. “Cuando los tickets promedio de los clientes son altos, les conviene esto último. A final, la idea es que el tarifario sea ad hoc con el tamaño del negocio”, explica Feng. Además, están desarrollando otros servicios, como por ejemplo, una agenda online para peluquerías y servicios especializados para los negocios gastronómicos, entre otros. “La idea es entregar la suite completa”, asegura, refiriéndose al software, los servicios y al hardware.

Haulmer cerró 2025 con números más que azules. A través de TUU, tanto en transacciones, comercios activos y montos procesados, con alzas mensuales entre 95% y 124%, alcanzando su peak a mediados de año. En paralelo, la empresa dio un paso clave en su posicionamiento fintech al entrar al mercado de cuentas digitales, tras adquirir la licencia de prepago de Fpay en el cuarto trimestre de 2025. Con esto, Haulmer no solo procesa pagos, sino que comienza a cerrar el ciclo completo del dinero para los comercios: cobrar, recibir y usar los fondos.

San Feng comenta que antes de que termine 2026 lanzarán un servicio de cuenta digital con tarjeta de débito, pero la idea es que esté enfocada en el negocio, más que el público en general. A eso se suma TUU Gastronomía y TUU Evento, enfocados a la industria ticketera. Todo esto acompañado de su expansión internacional, con operaciones en desarrollo en Perú y México.

Pero este curicano asegura que seguirán con el mismo modelo de operar. “Al principio fue complejo trabajar desde regiones. Teníamos que viajar todas las semanas a Santiago y siempre pensábamos en instalarnos en la capital. Pero en algún punto, tomamos la decisión de quedarnos en regiones y seguir así, lo que facilitó las cosas. De hecho, la Escuela de Ingeniería de Talca está en Curicó, y mucho de nuestro talento viene de ese lugar, lo que fue —y aún es— un tremendo diferenciador”, concluye el CEO de Haulmer.