

POR JUAN PABLO SILVA



Luciano Cofré, Rodolfo Blanco y Cristóbal Larach

UN AGENTE CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA VENDER ONLINE: LA NUEVA APUESTA DE FEN VENTURES

Un socio técnico dentro de los mejores alumnos de ingeniería civil en la Universidad Católica, otro con experiencia financiera en el fondo de private equity Linzor Capital y un tercero con una startup en sus espaldas, que no tuvo el final esperado. Ese curriculum fue el que sedujo a Fen Ventures a invertir en Versu, una startup que busca automatizar las ventas de los e-commerce con inteligencia artificial.

A finales de 2023 se conocieron Luciano Cofré y Rodolfo Blanco. El primero, abogado de profesión, tenía una startup de logística llamada Goex y el segundo estaba encargado de buscar empresas tecnológicas para el fondo Linzor Capital. Dicen que la conversación fue muy técnica desde un principio y "Rodolfo me bombardeó en preguntas de métricas financieras", recuerda Cofré. Siguieron conversando durante el verano y éste se convirtió en mentor de Goex. A su vez, el ingeniero comercial soñaba con emprender y confiesa que tiene una lista de 500 ideas en el celular.

A principios de 2024 Goex fue absorbido por otra startup y cerraron la operación. El abogado ya pensaba en su próxima idea cuando Blanco -aún en Linzor- le propuso emprender juntos. No quería dejar pasar la ola de la inteligencia artificial. En el camino, Cofré había contratado a Cristóbal Larach, recién egresado de ingeniería civil en la Universidad Católica y uno de los mejores alumnos de su generación.

Una idea fallida

Se juntaron los tres y la idea que eligieron fue construir voice bots para empresas de telecomunicaciones, "básicamente automa-

Después de probar suerte con telcos y voicebots, los fundadores de Versu -entre ellos un ex ejecutivo de private equity y uno de los mejores alumnos de ingeniería UC- decidieron pivotear. Cerraron una ronda de US\$ 420 mil y en abril salieron al mercado con un producto nuevo: un agente con inteligencia artificial para vender más y automatizar la atención en e-commerce. Ya suman 29 clientes y su meta es llegar al millón de dólares este año.

tizar las llamadas de empresas que venden planes de teléfono", explica Cofré. Al poco tiempo cambiaron la idea, y se dedicaron a hacer control de calidad en estas llamadas, "un software para escuchar y leer todas las conversaciones de las empresas y con eso levantar accionables, como por ejemplo rellenar un CRM con los datos de la persona que llama", agrega.

La empresa se llamaba Versa pero los abogados le sugirieron cambiar el nombre para evitar problemas con Nissan. Entonces lo cambiaron a Versu. Los socios buscaban llegar al segmento de grandes empresas, con la idea en la cabeza de que en éstas es muy difícil que una vez que contraten el servicio lo den de baja.

Como no tenían ingresos, el sueldo de Blanco -que aún trabajaba en Linzor- lo divi-

dian entre los tres socios. Eso durante todo 2024. Tras un par de meses se dieron cuenta de que venderle a grandes empresas no era tan fácil como parecía, "los ciclos son lentos, recibes poco feedback y por ende no puedes mejorar el producto", afirma Larach.

Aun así, después de mucha insistencia, lograron hacer pilotos con empresas en Chile, Perú y Argentina, sin facturación. Eso les permitió sentarse con posibles inversionistas. El primero que creyó en el producto fue Paul Gálvez, director comercial de Claro. Luego llegaron a Fen Ventures y se juntaron con Javier Pedrals; después de varias reuniones, éste les dijo "les tengo una buena y una mala noticia. la buena es que vamos a invertir en ustedes, la mala es que no nos gusta su idea".

Poco después se juntaron con el fondo argentino Mr. Pink y terminaron cerrando una ronda de US\$ 420 mil. Era finales de 2024.

Cambio de rumbo

Con ese capital, Blanco renunció a Linzor y se sumó a las operaciones de Versu, pero la facturación estaba lenta y no lograban cerrar contratos con las telco. Había que buscar otro camino.

Los tres socios partieron a Maitencillo y estuvieron una semana tirando ideas distintas para donde pivotear, unieron puntos y llegaron al e-commerce: "nuestra hipótesis fue que otras startups ya habían validado el caso de uso de IA en pymes y habían tenido tracción muy rápida. Pero no terminaba de cerrar la horizontalidad del producto, porque creemos que para que realmente funcione, tiene que solucionar un tema en profundidad, tiene que

haber una especialización", dice Cofré.

Con esto en mente, se fueron por el camino de agentes especializados en e-commerce, algo diametralmente distinto a lo que habían dicho a los inversionistas. Tuvieron que dar explicaciones y a pesar de que no todos se lo tomaron bien, aseguran que ya están todos alineados.

Y no fue sólo a ellos que tuvieron que darles explicaciones. Después de un año de insistencia y pilotos, cuenta Cofré que ya estaban con el contrato listo para firmar con los primeros clientes en el mundo de las comunicaciones y tuvo que decirles que al final no desarrollarían ese negocio.

En abril salieron al mercado con un nuevo Versu, que automatiza la atención al cliente. Durante las primeras semanas llegaron a 29 clientes (con 30 días gratis) y aseguran que el crecimiento ha sido de 50% este mes y ya recibieron su primera factura. Cuentan con un equipo de 11 personas, esperan llegar a 100 clientes en junio y facturar US\$ 1 millón a finales de este año.

¿Cómo funciona? Al instalar Versu en Shopify u otra plataforma, este agente "resuelve cualquier pregunta, ya sea de venta o de postventa. En el caso de ventas, hay un sistema que resuelve dudas de envío, medios de pago o productos. Después pasa a un sistema de recomendador de productos que te ayuda a entender cuáles son tus necesidades para hacerte una recomendación", explica Blanco.

En el mundo existen soluciones similares a Versu: en Perú funciona Yavendí, en México fue fundado Revie y en España compiten con Konvo AI. +