

Fecha: 08-05-2022
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Actualidad
Título: UN COACH, UNA EDTECH Y LUISITO COMUNICA

Pág. : 18
Cm2: 418,7

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad:
 No Definida

PERSONAJE

POR MATEO NAVAS GARCÍA

UN COACH, UNA EDTECH Y



Luisito Comunica
y Pablo Menichetti
grabando contenido
para Smart Learning en
Huechuraba.

LUISITO COMUNICA

EL YOUTUBER MEXICANO, QUE CUENTA CON MÁS DE 120 MILLONES DE SEGUIDORES EN EL INTERNET, SERÁ LA NUEVA IMAGEN DE SMART LEARNING, UNA EDTECH NACIONAL INSTALADA EN SILICON VALLEY ENFOCADA EN EL COACHING PARA ADOLESCENTES. SU FUNDADOR, PABLO MENICHETTI, CUENTA QUE EL PRÓXIMO MES SE EXPANDIRÁN A MÉXICO Y QUE EN 2023 PLANEEAN LLEGAR A BRASIL E INDIA.

¿QUIÉN ES LUISITO?



Se llama Luis Arturo Villar Sudek, pero todos lo conocen como Luisito Comunica. Tiene el segundo canal de YouTube con más suscriptores en México (39 millones) y está dentro de los 100 youtubers con más fans del mundo. Aparte, en Instagram suma 32 millones de seguidores, en Facebook otros 22 millones, en Twitter acumula 8,7 millones y en TikTok llega a 15 millones. Y a diferencia de los influencers con más suscriptores -dedicados a los videojuegos y maquillaje-, los videos del youtuber azteca tienen otro foco: turismo, historia y cultura. En sus 10 años en la red social ha visitado más de 50 países. Pero ahora, dicen quienes lo conocen, el cargo de influencer le quedó chico. Si bien sigue subiendo contenido de forma regular a sus redes sociales, hace cinco años empezó a incursionar en distintos negocios: en 2018 lanzó su propia línea de ropa (Rey Palomo, en alusión a uno de sus sobrenombres). En 2020 fundó PilloFon, empresa de telefonía móvil. El año pasado constituyó la destilería de tequila Gran Malo y abrió su línea de hamburguesas Fasfú Burgers, con locales en México DF, Lima y Bogotá. También incursionó en el cine y en la literatura: en 2019 participó como actor de doblaje en la película Sonic y ese mismo año publicó el libro "Lugares asombrosos" por la editorial Alfaguara.

La semana pasada los medios locales cubrieron una noticia poco común: la llegada a Chile de Luisito Comunica (31), una celebridad del internet que tiene más de 120 millones de seguidores y quien es ampliamente conocido por las generaciones jóvenes pero desconocido por los mayores. En su visita a Santiago, incluso, entró a La Moneda y recorrió los distintos patios del palacio presidencial.

Luego de sus días en Santiago visitó la Patagonia. Muy pocos sabían del viaje. Lo hizo tras recibir la invitación de un emprendedor chileno, Pablo Menichetti, quien, tras años de ahondar en negocios de coaching, creó una edtech para adolescentes que ahora tendrá a Luisito Comunica como figura.

"Estuvimos arriba del glaciar Grey, visitamos al escuadrón del Ejército en Puerto Natales y recorrimos las Torres del Paine. Llegamos de incógnito a la Patagonia, pero igual reconocieron a Luisito, quien estuvo con tres guardaespaldas, los mismos que escoltaron a Justin Bieber cuando visitó Chile", dice Menichetti, quien se autodefine como ingeniero comercial, coach, escritor (ha publicado dos libros) y emprendedor.

Su empresa Smart Learning -que está instalada en Silicon Valley- tiene más de 10 años, pero, confiesa, ahora concretará su próxima etapa. Se trata, según el emprendedor, de la única edtech en el mundo enfocada en coaching para adolescentes. "El objetivo de la compañía es que los jóvenes puedan tener un coach de alto nivel para aprender técnicas de estudio y relacionamiento. Nos enfocamos en ese periodo de la vida porque, en general, están muy estresados y tienen ansiedad", indica. "Además es cuando se desarrolla el lóbulo frontal del cerebro, clave en las funciones cognitivas y de personalidad".

La razón del viaje con el youtuber

mexicano, afirma, fue grabar una serie de cápsulas con distintas clases. "Es muy importante conocer con quién haces negocios. Entonces le propuse que viniera a Chile, grabar el contenido y después irnos a la Patagonia para que subiera un par de videos del Sur de Chile a su canal", afirma Menichetti.

¿Pero cómo logró fichar a Luisito Comunica, y cuál será su rol en la compañía?

De Espacio Riesco a Silicon Valley

Hace diez años Pablo Menichetti llenaba el Espacio Riesco con adolescentes: saltaban, gritaban y armaban grupos para poner en práctica las principales actividades del coaching tradicional. Años después el negocio mutó a clases grupales en strip centers capitalinos. "Pero no era un buen modelo, los costos fijos eran muy altos. Estuvimos a punto de cerrar la empresa porque no era escalable", confiesa el ejecutivo. Despues ideó una app que ofrecía sesiones de coaching a domicilio, que tampoco funcionó.

A pesar de los tropiezos, cuenta Menichetti, logró construir una base de clientes y confirmó el interés que existía por este mercado. "Logré llegar a los 15.000 alumnos y 500 coaches", dice.

Pero antes de la pandemia decidió convertir el negocio en una edtech. Viajó a Silicon Valley y se reunió con diversos fondos de inversión que lo orientaron para construir la próxima etapa de la firma. Ahí, en California, decidió crear una plataforma digital con sesiones de coaching guiadas por profesores reales en vivo. Él escribió los guiones y grabó decenas de horas de contenido detrás de un telón verde. Armó cursos enfocados en potenciar las técnicas de estudio utilizando ejemplos de personajes como Malala Yousafzai, Martin Luther King, Steve Jobs y Kobe Bryant.

Y la fórmula funcionó: en 2021 vendieron US\$ 520 mil. "Tienes que pensar que

con la pandemia 1.6 billones de estudiantes se fueron a sus casas".

"Los profesores antes deben pasar por un proceso de selección. Muchos educadores están frustrados con el sistema actual. Salen de la universidad con ganas de cambiar el mundo y se encuentran con un sistema que los obliga a pasar materia, enfocado 100% en contenidos, donde tratan de innovar y no los dejan", indica Menichetti.

Pero a pesar de que los números de la empresa iban bien, el ingeniero comercial quiso cambiar la imagen de la compañía. "En un momento dije: 'Estoy muy viejo, no puedo seguir'. Entonces pensé en traer un personaje conocido y cercano con los jóvenes", asegura Menichetti. Comenzó a buscar distintos creadores de contenido latinoamericanos con una amplia base de seguidores, y así llegó a Luisito Comunica.

"Lo contactamos el año pasado. Todas las marcas también lo querían, entonces por plata él no se venía. Logré reunirme con él, estuvimos hablando una hora. Ahí le dije que le quería pasar la cinta de capitán y que fuera el rostro de la compañía para que le pudiera cambiar la vida a los adolescentes", indica Menichetti. Aceptó de inmediato. "Lo invité a Chile y estuvimos grabando dos días enteros en un estudio en Huechuraba".

Brasil, Estados Unidos e India

La hoja de ruta de Smart Learning está copada. Esta semana relanzaron la plataforma en Chile. Luego, en julio, se expandirán a México. "Vamos a llegar sin nada de publicidad, porque sabemos que si lo hacemos la plataforma va a explotar", cuenta. "Luego llegaremos al mercado de habla hispana en Estados Unidos entre agosto y septiembre".

Hasta ahora han levantado US\$ 900 mil y han sumado a más de 60 inversionistas. "Todos son ángeles, ya que ese es mi modelo de financiamiento. Si alguien hoy se acerca

y me ofrece US\$ 1 millón no me interesa, porque me debe agregar valor", confiesa.

La última ronda fue en 2021, donde levantaron US\$ 225 mil. ¿El objetivo? Concretar la llegada de Luisito Comunica al proyecto.

Entre los inversionistas están las familias Huidobro y Delaire, ex propietarios del The Greenland School, que fue vendido al conglomerado británico Cognitas en 2021. "Ellas quedaron con capital luego de la operación, entonces pusieron US\$ 435 mil en la empresa", afirma.

También se sumaron inversionistas como José Sapag, Tomislav Lolic y Rodríguez Roblero.

Además, planean una Serie A por US\$ 6 millones. Se concretará agosto y entra OneValley, el fondo de EdTech más grande del mundo y que es encabezado por Nikhil Sinha, el ex gerente de contenidos de Coursera, una de las compañías educativas digitales más importantes del mundo.

El objetivo de Smart Learning con la Serie A es extender su modelo a otros mercados, como Brasil, Estados Unidos y la India.

"El modelo de influencer nos permite tener escalabilidad en otros mercados. Vamos a lanzar en Brasil con un creador de contenido brasileño, haremos lo mismo en EEUU con uno norteamericano y en India con influencers locales. La clave es hacerlo lo más rápido posible", señala. Y matiza: "Los elegidos tienen que cumplir ciertos requisitos. No puedo poner a alguien que solo juegue videojuegos. Me interesa que ellos formen y que sean un ejemplo para los jóvenes".

-**Luisito Comunica es socio de la empresa?**

-Rie) Estamos en eso, noticia en desarrollo. Las empresas tecnológicas funcionan en base a los stock option. Ese es mi objetivo. +