

Fecha: 26-09-2022
 Medio: Diario Financiero
 Supl. : Diario Financiero
 Tipo: Actualidad

Pág. : 23
 Cm2: 281,2
 VPE: \$ 2.491.696

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Zippedi presentó versión 3.0 de su robot para el retail en Las Vegas, EEUU.

Zippedi presentó versión 3.0 de su robot para el retail en Las Vegas, EEUU

■ También dio a conocer su prototipo de lentes de realidad virtual para mostrar el potencial del retail en el Metaverso.

La startup chilena creada en 2017 por investigadores de la Universidad Católica, Zippedi, presentó la semana pasada la versión 3.0 de su robot que previene el quiebre de stock en supermercados y retail mediante inteligencia artificial.

El anuncio fue realizado en la feria Groceryshop en Las Vegas, Estados Unidos, un evento que aborda el consumo de productos en la era digital, incluidas las últimas tecnologías, tendencias y modelos comerciales.

En la instancia, Jaime Vera, uno de los fundadores de Zippedi, comentó que esta nueva versión del robot es una actualiza-

ción que utiliza el sistema de gemelo digital -digital twin-, con cambios estéticos, nuevos sensores y pantallas.

“Es un cambio en la forma que se ensambla, haciéndolo mucho más fácil de armar. Los empleados podrán utilizar e interactuar de mejor manera con el robot”, dice.

Durante el evento, también dieron a conocer un prototipo de lentes de realidad virtual para adentrarse en la experiencia del Metaverso y vincularla al mundo del retail.

Si bien los lentes están en fase de desarrollo o beta, la idea era “mostrar aspectos y novedades que se podrían hacer en el Metaverso, pensando en el futuro de la industria del retail”, dice Vera.

Afirma que esta innovación llamó la atención de Meta -matriz de Facebook-, quienes estuvieron presentes en la feria.

Planes

Vera adelanta que Zippedi busca expandir



Luis Vera, CEO de Zippedi.

su servicio y llegar de la mano de cadenas de home improvement a 500 locales solo en EEUU, en el corto plazo.

Adelanta que están en conversaciones con cadenas de retail para expandirse a otros con-

tinentes, como Australasia y Europa durante el primer semestre de 2023.

Y en términos de crecimiento, proyecta duplicar las ventas en 2022 respecto del año pasado.