

Fecha: 18-03-2024
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general

Pág.: 26
 Cm2: 521,6
 VPE: \$ 4.622.259

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: Positiva

Título: La desconocida historia de de la retailtech chilena que debuta en Europa este año



Eduardo Yon, fundador de Pervasive Mind.

La desconocida historia de la retailtech chilena que debuta en Europa este año

POR RENATO OLMOS

La *retailtech* -tecnología para comercio minorista- chilena, Pervasive Mind cerró un levantamiento de capital por US\$ 800 mil para iniciar su expansión por Europa, con Alemania y Francia como primeros puntos de llegada.

En paralelo a la ronda, que lideró el inversionista ángel, Miguel Nazar, reclutó al exCEO de la división de Supermercados y de Mejoramiento del Hogar de Cencosud y exCEO de Easy Chile, Antonio Ureta, para ocupar un sillón en el directorio de la firma.

La startup fue fundada en 2013 por Eduardo Yon, quien anteriormente trabajó en empresas como Samsung, HP, IBM y en la desarrolladora del popular videojuego League of Legends, Riot Games.

Pervasive Mind desarrolló un *software* como servicio (SaaS) que busca mejorar la experiencia de compra en el comercio electrónico con tecnología, y que permite a marcas desarrollar, controlar y modificar simultáneamente la descripción y precio de sus productos a la venta en todos los portales web.

Yon explicó que tuvo la idea de emprender para hacer una firma

- Pervasive Mind, que creó un software para mejorar la experiencia de compra en el comercio electrónico, comenzará a operar en Francia y Alemania.
- La firma acaba de cerrar una ronda de inversión y reclutó a exCEO de Easy Chile para integrar su directorio.

basada en inteligencia empresarial (BI, en inglés) para prestar servicios de inteligencia de datos a empresas y ayudar a tomar mejores decisiones.

En los primeros meses incubaron la idea en la Universidad Adolfo Ibáñez y después fueron finalistas de Start-Up Chile y se adjudicaron tres líneas de financiamiento de Corfo.

El consejo de un ex MercadoLibre

La startup desarrolla toda la tecnología que utilizan para operar.

US\$
800 MIL
 LEVANTÓ EN RONDA DE INVERSIÓN.

Aunque ese no era el plan original.

En 2013, cuando Yon llevaba apenas meses con Pervasive Mind, coincidió en un encuentro con el ex ejecutivo de MercadoLibre y actual socio del *venture capital* Kaszek, Nico Berman.

En un almuerzo el emprendedor le dijo al uruguayo que planeaba tercerizar la parte tecnológica de su negocio, a lo que Berman respondió que nunca lo hiciera.

“¿Por qué no?, le pregunté. Me dijo que él no conocía a ninguna firma que alguien haya invertido fuerte en ella en que la tecnología no fuera propia”, recordó Yon.

El almuerzo siguió y la conversación derivó en otros temas. Había pasado cerca de una hora y, durante el postre, Berman -pensativo- dijo “no”. “¿No qué?”, retrucó Yon. “No conozco a ninguna empresa que haya tercerizado su tecnología y recibido mucho capital”, insistió el inversionista.

“Ahí dije bueno, si me reforzó el mensaje debe ser por algo”, afirmó Yon. A 10 años de ese encuentro, la *retailtech* aún desarrolla la gran mayoría de su tecnología, donde recién este año incorporarán herramientas de terceros para potenciar su rendimiento.

Un chatbot antes de que fuera popular

Con la llegada de la pandemia del Covid-19, los *retails* se vieron obligados a cerrar sus puertas y virar a los canales *online*, lo que significó que las grandes marcas que solían tener promotores en las tiendas se vieran comprometidas y enfrentadas a posibles despidos.

Frente a esa situación, Yon le propuso a uno de sus clientes incorporar un chat -que ya desarrollaban- en los *e-commerce*. La idea funcionó y agregaron nuevas funcionalidades como WhatsApp y videoconferencia.

Pero la pandemia llegó a su fin y los promotores comenzaron a retornar. ¿Cómo reemplazar esa buena atención que lograron? La respuesta fue un *chatbot*, cuando esa tecnología no era conocida al nivel que hoy instaló ChatGPT.

El desarrollo estaba destinado para que los consumidores finales resolvieran sus dudas y entregar recomendaciones de compras. “Ha tenido bastante éxito para uno de nuestros clientes porque el *chatbot* es el que más genera ventas”, dijo Yon.

Frente a la avalancha de la inteligencia artificial generativa, la startup se abrió por primera vez a incorporar tecnología de un tercero -OpenAI- para mejorar su *chatbot*.

Destino Europa

Con el capital que acaban de obtener, el principal plan de la startup para este año es obtener sus primeros clientes en Europa.

Yon comentó que uno de ellos -una empresa tecnológica basada en Estados Unidos- los llevó hasta ese continente para iniciar proyectos piloto en Alemania y Francia.

“Nos está yendo bien y esperamos cerrar los primeros clientes durante el primer semestre”, dijo.

Por ahora toda la operación está siendo manejada desde Chile y Yon señaló que la primera meta es construir una fuerza de venta y comercial para crecer en Europa.

Por otro lado, y en relación a nuevos desarrollos, Yon adelantó que este año lanzarán una funcionalidad de compra en vivo (*live shopping*), una estrategia de venta en que *influencers* y rostros exhiben productos de marcas a través del *e-commerce*, tendencia al alza en China.

No obstante, la idea de la firma es diseñar algo más simple: en vez de *influencers*, poner a un promotor tradicional -como se ve hoy en las tiendas físicas- para que promocione los productos, lo que generaría una reducción de costos para las empresas interesadas.

Yon proyecta crecer un 30% en ventas para este año con US\$ 4 millones, en comparación con 2023.