

Justo ingresa al negocio de máquinas de pago y aplica inteligencia artificial en sus pedidos

La compañía debutó en el negocio de las máquinas de pago en enero y, a la par, activó su primer sistema de inteligencia artificial para restaurantes. Todo tras lograr por primera vez un mes con cifras azules y proyectar ingresos anuales por más de US\$300 millones. Sus fundadores, Rodrigo Segal y Nicolás López, quieren ahora escalar regionalmente.

LEONARDO CÁRDENAS

–Marzo marcó un antes y un después para Justo. Por primera vez desde su nacimiento como solución de delivery en plena pandemia, la plataforma de gestión gastronómica fundada por Rodrigo Segal y Nicolás López cerró un mes con números azules.

Con el negocio en expansión y la mirada puesta en nuevos desafíos, los socios revelaron a Pulso dos movimientos clave: su ingreso al competitivo mercado de las máquinas de pago –donde buscarán disputar terreno a Transbank, entre otras– y el lanzamiento de su primer sistema de inteligencia artificial, con el que esperan revolucionar la operación de restaurantes en la región.

En enero de este año comenzaron a ofrecer a sus clientes un nuevo servicio de máquinas POS –sigla en inglés para Point of Sale, o punto de venta–, con el que buscan integrar pagos presenciales al ecosistema digital que ya operan. La apuesta es competirle a gigantes como Mercado Libre y Banco Santander y próximamente a Banco de Chile.

Rodrigo Segal desde Ciudad de México, lugar al que se fue a vivir hace tres años, explica que “Getnet vino a romper el mercado: bajó los precios, redujo los márgenes, y ese fue su rol (...) Mercado Pago está apostando por otro ángulo: subir la calidad del servicio, mejorar las métricas, pero sin enfocarse en el precio”. Y agrega: “Banco de Chile tiene que decidir en qué punto se posiciona. En todos los escenarios, el que no agregue valor con un software robusto por encima, no va a trascender. Chile está justo en ese momento en que el mercado se está abriendo y exige soluciones más sofisticadas”.

Hoy la plataforma de pagos de Justo opera solo en Chile en 100 restaurantes.

Este dispositivo forma parte de su modelo de software integral para restaurantes que, aseguran, va más allá de ser un simple medio de pago: Justo ofrece soluciones que abarcan desde e-commerce con delivery propio, sistema de fidelización, marketing automatizado, POS, reservas y hasta contabilidad, todo en un ecosistema cerrado que busca digitalizar por completo la operación de un restaurante.

La empresa está en plena etapa de expan-

sión regional. Según cuentan sus socios, durante el primer semestre de 2025 tienen programado implementar este sistema de pagos y terminales en tres nuevos mercados: México, Colombia y Perú.

En cuanto a su volumen, Justo procesa actualmente transacciones por entre US\$300 millones y US\$400 millones anuales, y se estima que al menos US\$60 millones a US\$80 millones de ese total ya corresponde a operaciones gestionadas directamente por su plataforma de pagos. Esta cifra crece aceleradamente y refleja el giro de Justo hacia un

modelo con un componente fintech mucho más fuerte, en el que también han comenzado a ofrecer créditos a restaurantes a través de un partner externo (R2), utilizando el historial de ventas procesadas como insumo clave para el scoring de riesgo.

IA

En paralelo, Justo está integrando inteligencia artificial (IA) en todos los procesos del restaurante. Según detallan sus fundadores, la incorporación de IA no solo busca automatizar tareas operativas, sino tam-

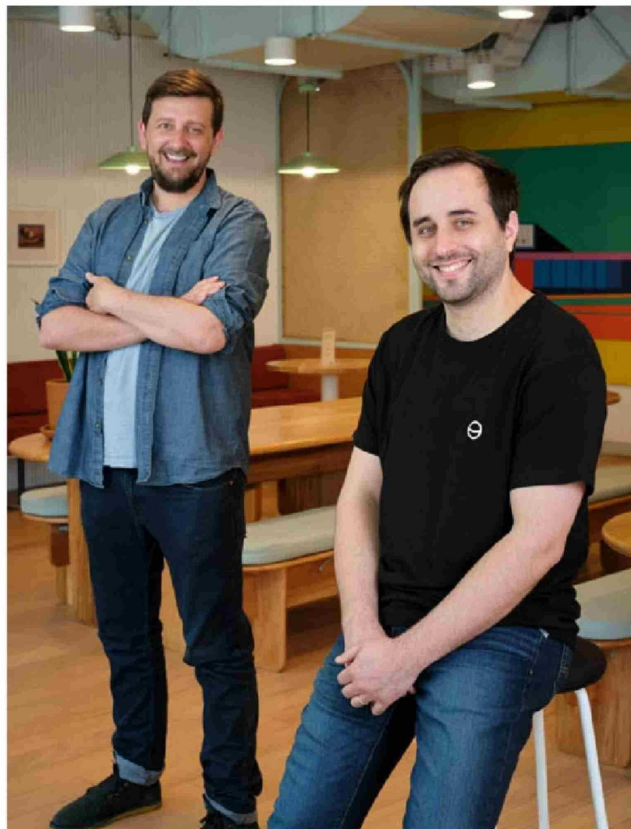
bién entregar recomendaciones personalizadas y mejorar la eficiencia general del negocio. “Ya hicimos como una refactorización del código para que pueda interactuar mejor todo con nuestro código”, comentó Nicolás López, agregando que actualmente tienen “cuatro pilotos ya funcionando” que permiten hacer pedidos por chat y optimizar distintos módulos.

Uno de los desarrollos más concretos es el uso de IA en su sistema de reservas y pedidos. A través de canales como WhatsApp, Instagram o un chat nativo, el usuario puede interactuar con un bot que gestiona pedidos complejos y sugerencias de platos. “El primero acepta órdenes por social commerce. Estuvimos trabajando muy fuerte en que sea fácil de procesar”, dijo López. Esta herramienta está diseñada para facilitar la compra desde cualquier canal escrito, digitalizando completamente la interacción con el cliente, sostiene.

Además, la IA de Justo se ha enfocado en uno de los módulos más desafiantes del rubro gastronómico: el inventario. “Menos del 10% de los restaurantes ocupa este módulo porque es muy complejo”, explicó López. Para simplificarlo, desarrollaron un sistema que se conecta con el SII, descarga automáticamente las facturas, categoriza los productos y los incorpora al inventario. Así, indican que Justo permite proyectar el consumo de insumos y planificar las compras con antelación, optimizando costos y evitando pérdidas. “Hemos metido muchas herramientas para simplificarle la vida al restaurante”, resumió.

“Estamos posicionados para empezar a meter inteligencia artificial a todos los procesos del restaurante”, destacó Nicolás López. Su meta es que los restaurantes puedan hacer “más cosas, con menos personas”, mejorando sus operaciones con insights automáticos y decisiones basadas en datos.

Nicolás López profundiza en la apuesta de Justo por desarrollar una inteligencia artificial personalizable, adaptada a la identidad de cada restaurante. “Cada restaurante puede customizar su inteligencia artificial para que hable como él quiera”, explicó. Esto incluye incluso entrenar al asistente virtual para que tenga una personalidad específica –como misteriosa o kawaii– dependiendo del estilo del local. ●



Rodrigo Segal y Nicolás López, fundadores de Justo.