

Sumato-id

Startup argentina con más de 10 años de experiencia en *computer vision* (visión por computadora), campo de la inteligencia artificial que permite obtener datos mediante imágenes y video, fundada por Augusto Clement, Diego Descotte y Juan Ignacio Diez.

■ **Innovación:** A través de cámaras y sensores, siguen los movimientos de los clientes en las tiendas y sus interacciones con los productos, recopilando datos demográficos e intereses, con el fin de mejorar la experiencia de compra de las personas y permitir a los dueños de las tiendas ser más eficientes con sus operaciones. Un ejemplo que destacan es lo que están haciendo junto a Coca-Cola en Argentina, donde a través de una góndola inteligente están midiendo tráfico de personas, rasgos demográficos, interacción e interés por los productos, tasa de conversión y monitoreo de stock.

“Muchas veces nosotros medimos el que no compra, el que interactuó, pero no compró, para evaluar cómo mejorar la conversión y el costo por contacto, es decir, ¿Vale la pena tener ubicada la góndola ahí? Si pasaron 100 personas y me compraron dos ¿Está bien el precio de la promoción?”, señaló el director de marketing, Diego Descotte.

Existen múltiples casos de uso, ya que la tecnología de visión por computadora permite entrenar los algoritmos para lo que se considere necesario. En el

ámbito de seguridad, la plataforma lanza alertas automáticas, por ejemplo, cuando una persona está muy cerca de una grúa. En caso de detectar hurtos en las cajas de autoservicio, calcula el tiempo aproximado que una persona debería tardar en pagar según la cantidad de ítems en su carro.

En términos de logística, la plataforma es capaz de calcular el tiempo de espera en las filas de las cajas, para que el dueño de la tienda sepa, en promedio, qué días y en qué horario disponer de más personal o abrir más cajas.

■ **Mercados:** Presencia en Argentina, Chile y Perú.
 ■ **Proyección:** Su ambición es llegar a México, para lo cual están desarrollando un producto estándar, ya que actualmente están trabajando con soluciones más personalizadas.

■ **¿Cómo esperan que la IA continúe influyendo en la industria del retail?:** “La inteligencia artificial en algún momento va a ser como un *commodity* para el retail, va a ser algo de todos los días. Cuando empezamos con esto hace muchos años los clientes estaban desconfiados (...) Dentro de pocos años va a ser un *commodity* más, algo que ya todos los *retailers* van a tener”, agregó Descotte.



Robots, asistentes virtuales

las tecnologías que están transformando el retail

■ La IA llegó a hacer más eficientes las operaciones dentro y fuera de las tiendas, brindando asistencia en monitoreo de stock, medición de rendimiento e incluso asesorando a los clientes. Y esto es solo el comienzo. Según estudios recientes, el 70% de los *retailers* globales planea implementar soluciones basadas en IA y *machine learning* en 2025.

POR CONSTANZA ÁLVAREZ



Price Lab

Startup peruana creada por Vania Rivero que utiliza la IA para optimizar precios y descuentos, además de monitorear ventas y analizar los precios de los competidores.

■ **Innovación:** Su plataforma online con diferentes módulos les permite hacer más eficiente la fijación de precios y/o descuentos a sus clientes, además de medir el impacto de estos en las ventas. El módulo de *scrapping* de competidores, permite realizar la comparación en tiempo real de los precios de la competencia, mientras que el módulo de *forecast* ayuda a los equipos comerciales en las proyecciones de ventas. Por último, el módulo de optimización de precios, operado por inteligencia artificial, toma todos los factores a

considerar para proponer el mejor precio, como data histórica, elasticidades, precios de competidores, márgenes, calendario comercial, entre otros. “Lo que hacen estos algoritmos es generar un vector que te recomienda el precio óptimo en ese momento preciso para impactar directamente en las ventas. Lo bonito es que es un software que puede medir realmente el impacto que ha tenido en el negocio”, señaló la fundadora y CEO, Vania Rivero.

Además, gracias al *machine learning*, la IA va aprendiendo y formando un criterio en base a las decisiones tomadas anteriormente y sus resultados, los cuales considera al proponer nuevos precios.

También cuentan con preciadoreselectrónicos en las góndolas físicas de sus clientes para modificar los precios de manera digital e instantánea, sin uso de papel. Lo que les ha permitido trabajar de manera remota en el retail físico.

■ **Mercados:** Si bien aún no llegan a Chile, tienen clientes en Perú, Bolivia, Paraguay, Costa Rica y México.

■ **Proyección:** Rivero comentó que están evaluando su llegada a Chile, el cual considera un mercado súper

interesante.

■ **¿Cómo esperan que la IA continúe influyendo en la industria del retail a futuro?:** “Actualmente en Latinoamérica el 37% de empresas de retail ya utilizan de cierta forma inteligencia artificial, es un número bastante bajo todavía, y en los próximos cinco años se proyecta que llegará por lo menos al 80%, ya sea que reemplacen tareas operativas o aquellas que son humanamente imposibles de realizar”, indicó la CEO.

LUNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2024 / DIARIO FINANCIERO

33

ACTUALMENTE EN LATINOAMÉRICA EL 37% DE EMPRESAS DE RETAIL YA UTILIZAN INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS SE PROYECTA QUE LLEGARÁ POR LO MENOS AL 80%*

Zippedi

Startup chilena creada por Luis Vera, Ariel Shilkrut y Álvaro Soto, que desde 2017 utiliza robots operados por inteligencia artificial para hacer más eficiente la logística, controlar stock y verificar precios en las tiendas de retail.

■ **Innovación:** Diseñaron un robot operado por IA, que circula por la tienda y saca fotos de las góndolas para crear así una base de datos, un gemelo digital del local. Luego en base a esos datos se pueden realizar numerosas acciones y obtener diferentes resultados para optimizar los flujos de trabajo en la tienda. "La base de datos de alta calidad que genera el robot ahora es capaz de darle instrucciones precisas a cada persona que trabaja en el supermercado para ir coordinando la labor y haciendo el proceso mucho más eficiente", señaló el CEO de Zippedi, Luis Vega. El robot verifica que los precios estén correctos, monitorea el orden de las estanterías y notifica quiebres de stock, entre algunas de sus funciones. "Ya teniendo la base de datos le puedes pedir a la máquina que haga cualquier tipo de inferencia, y con esa inferencia le puedes decir a la persona que trabaja en el local qué es lo que tiene que hacer", añadió Vega.

■ **Mercados:** Trabajan con grandes cadenas

de supermercados, pero se han centrado más en el mercado del *home improvement*. Entre sus clientes destacan Home Depot en EEUU, Sodimac Chile y Colombia, Hornbach en Alemania, Bunnings en Australia y recientemente aterrizaron en Japón.

■ **Proyección:** Actualmente están enfocados en consolidar su presencia en el país nipón, donde ven grandes oportunidades de crecimiento. Dado que la población japonesa está decreciendo rápidamente, cada vez hay menos personas que puedan realizar las labores operativas en las tiendas.



■ **¿Cómo esperan que la IA continúe influyendo en la industria del retail a futuro?:** "Históricamente esto (la reposición y manejo de stock) se ha realizado de manera análoga y sin tecnología ni uso de data (...) Realmente creemos que si no tienes el local digitalizado vas a perderte muchas de las oportunidades que la inteligencia artificial va a poder hacer hacia el futuro", dijo el CEO.

y visión por computadora,

Evolve

Empresa de innovación tecnológica y ciencia de datos, fundada por un grupo de ingenieros, que junto a Alternity IA crearon un asistente virtual operado por inteligencia artificial para asesorar a los clientes en las tiendas Sodimac.

■ **Innovación:** Mediante el uso de distintos tipos de IA crearon a Pedro, un avatar que representa un vendedor de Sodimac. Los clientes escanean un código QR en su celular y pueden realizarle preguntas sobre la ubicación de los productos o pedirle asesoría a Pedro, mediante notas de voz.

"Pedro tiene que tener muchos modelos de IA para poder comprender lo que los clientes dicen, buscar la ubicación del producto dentro del local y a su vez optimizar todos los productos que está buscando para crear una lista de compra para el cliente y también optimizar la navegación dentro de los pasillos en un orden coherente", detalló el CGO de Evolve y CEO de Alternity, Javier Correa.

Además, Pedro puede acceder al registro de compra del cliente, para saber cuántas veces ha ido a la tienda previamente y qué se llevó, de manera de hacerse una idea de qué proyecto está realizando y sugerir productos, para brindar una atención personalizada y mejorar la experiencia en la tienda.

Entre otros de sus proyectos relacionados con IA destaca a Eva, la



asistente virtual operada con inteligencia artificial que desarrollaron para el laboratorio Bayer, que resuelve las dudas de sus distribuidores.

■ **Mercados:** Están presentes en Chile, Perú, Argentina, Colombia y México.

■ **Proyección:** Actualmente esperan expandirse aún más en las regiones de Chile, Perú, Argentina y Colombia. Durante 2026 esperan crecer en México.

■ **¿Cómo esperan que la IA continúe influyendo en la industria del retail a futuro?:** "La inteligencia artificial va a ser un catalizador de la innovación en distintos aspectos y va a permitir que nuevos actores aparezcan y puedan tomar la delantera, porque las barreras de entrada de los distintos mercados van a disminuir gracias a la IA", indicó el CGO de Evolve.

Qcart

Startup chilena fundada hace dos años por las hermanas Bárbara y Bernardita Sepúlveda, que a través de la IA crea carros de compra en supermercados y otros comercios en base a contenidos online, como recetas y tutoriales de belleza.

■ **Innovación:** A través de la metodología software como servicio (SaaS), permite a las empresas conectar sus comunicaciones y contenidos con los e-commerce de distintos supermercados, farmacias y grandes tiendas, convirtiéndolos en contenido comprable (*shoppable content*). Según sus creadoras, comenzaron haciéndolo con recetas, de manera que cuando el usuario viera en un video de redes sociales una receta y comentara "comprar", le llegara automáticamente un mensaje con un *link* de compra con un carro de supermercado cargado con todos los ingredientes.

"La IA facilita la experiencia del usuario, permitiéndole agregar recetas completas al carrito de compras con un solo clic, sin tener que buscar los ingredientes de manera individual", señalaron. La IA de los software de Qcart utiliza el comportamiento del consumidor para personalizar los contenidos y productos, por ejemplo, si el usuario ha comprado varias veces una marca de tallarines, automáticamente va a cargar esa marca al carro cuando elija recetas.

■ **Mercados:** Actualmente están presentes en Chile, Colombia, Perú y Argentina. Sus focos son la industria de los alimentos (donde trabajan con



marcas como Nestlé, Soprole, Carozzi, Watts, Agrosuper, Mondelez y Pepsico) y la industria de belleza (colaborando con Isdin y Beiersdorf).

■ **Proyección:** Están priorizando su llegada a México y España, y planean eventualmente llegar a Brasil y EEUU.

■ **¿Cómo esperan que la IA continúe influyendo en la industria del retail a futuro?:** "Con el tiempo, la tecnología será capaz de automatizar la planificación de compras diarias, permitiendo a los usuarios olvidarse de la organización y confiar en que las necesidades de su hogar se cubrirán de forma automática", dijeron.