

PUNTO DE PARTIDA

POR JUAN PABLO SILVA

CÓMO VAMBE LEVANTÓ US\$ 3,8 MILLONES PARA SU CHATBOT

Vambe, fundada a mediados de 2023, acaba de levantar US\$ 3,85 millones con fondos brasileños, mexicanos y norteamericanos. Partieron como una firma de cobranzas y en el camino se dieron cuenta que el negocio iba por otro lado. Hoy, tienen US\$ 1 millón en ingresos anuales recurrentes.

26, 25 y 24 años es la edad de los tres fundadores de Vambe: Nicolás Camhi (CEO), Matías Pérez (CPO) y Diego Chahuán (CTO). Y a pesar de su corta edad, ya han logrado lo que muchas startups en Chile sueñan: US\$ 1 millón en ingresos recurrentes anuales e inversión de reconocidos fondos extranjeros.

Camhi siempre ha tenido una inquietud por resolver problemas, confiesa. Tuvo negocios durante el colegio pero fue en primer año de Ingeniería civil en la UC que por primera vez hizo algo más profesional. Frente a las largas filas de almuerzo creó Skippit, un sistema que permitía a los estudiantes pre-pagar sus almuerzos con un código QR para evitar las aglomeraciones. Aunque el proyecto no prosperó como esperaba, fue un punto de partida de su espíritu emprendedor.

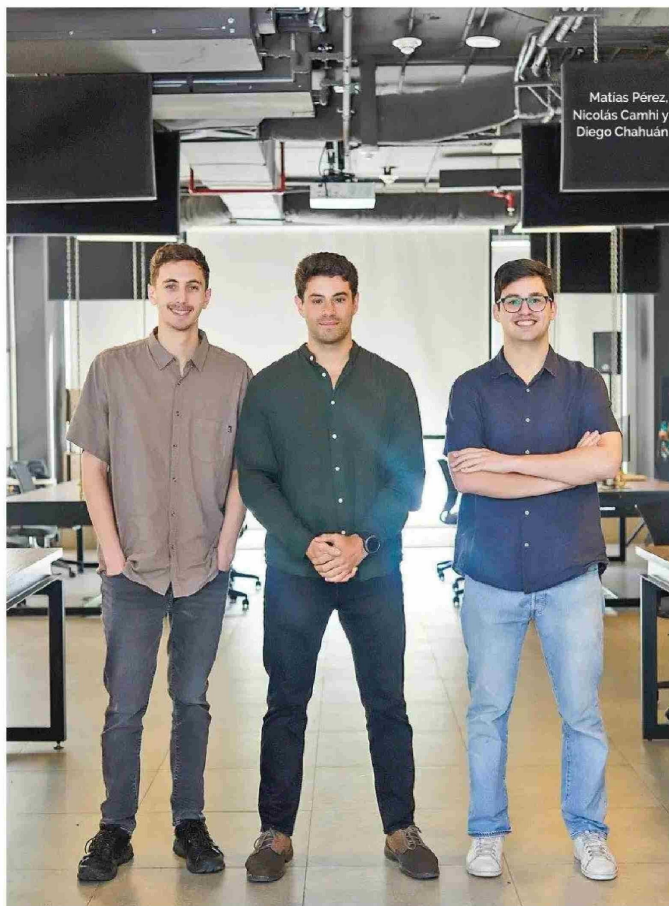
Al poco tiempo, una beca lo llevó a la Universidad de Berkeley, California. Corría 2018 y el entonces estudiante congeló un año en la PUC para estudiar en Estados Unidos. Ahí cofundó una startup que aprovechaba la capacidad ociosa de restaurantes para ofrecer almuerzos saludables a estudiantes. También tomó cursos de blockchain y de desarrollo de productos, y trabajó en Urban Radar, una startup basada en San Francisco.

Hacer carrera en Silicon Valley era tentador, pero a mediados de 2019 Camhi volvió a Chile para seguir sus estudios. En ese tiempo desarrolló junto a su hermano una pyme llamada Fogonazo, dedicada a vender carbón. Asegura que llegaron a vender US\$ 12 mil dólares mensuales y a importar productos desde Paraguay, pero la pandemia apagó la llama y tuvieron que cerrar.

La vuelta al mundo de la tecnología fue con Carvuk, la startup que se hace cargo de los trámites de autos acelerada por Platanus Ventures. Ahí se reencontró con su compañero de colegio y universidad Matías Pérez. Trabajaron juntos y se plantó la semilla de lo que hoy es Vambe.

Cambio de rumbo

Por la intensidad del trabajo en Carvuk, dice Camhi, fue difícil avanzar en el proyecto. A pesar de eso, igual encontraba con Pérez espacios de trabajo durante los



fin de semana. A ese proceso también se sumó el tercer socio, Diego Chahuán.

A mediados de 2023 Camhi renunció a la startup vehicular y buscó un trabajo part-time que le diera más tiempo. En ese entonces, Vambe ya era una herramienta de cobranza impulsada por inteligencia artificial. En diciembre de ese mismo año lograron cerrar su primer cliente y cinco meses después anotaron US\$ 40 mil en ingresos anuales recurrentes.

Por esa misma época cambiaron el foco del negocio. ¿La razón? Habían desarrollado un producto interno llamado Iris: "Este nos ayudaba a gestionar todas las comunicaciones por WhatsApp con IA y salía a buscar los compromisos de pago, repactar deudas y mandaba recordatorios". No era el corazón del negocio para ellos, pero sí para sus clientes.

De hecho, fue uno de sus usuarios el que les pidió aprovechar ese mecanismo para hacer ventas y campañas de remarketing. "Nos dimos cuenta de que a él lo único que le interesaba era nuestro producto de comunicaciones (Iris) y no la

cobranza", destaca el emprendedor. En simples palabras, se transformaron en un software que ayudaba a vender con inteligencia artificial.

Pérez hizo un video que decía: "Mira cómo esta empresa automatizó WhatsApp ocupando ChatGPT". Y sin esperar, el clip se hizo viral en redes sociales. Más de mil personas lo guardaron, cuenta Camhi. "Ahí nos dimos cuenta de que lo mejor que tenemos era esta herramienta de comercio conversacional, y decidimos irnos 100% por esa línea", asegura.

Hoy, gracias a este cambio, están con ingresos recurrentes anuales de US\$ 1 millón.

De California al fundraising

Justo antes de cambiar la idea, los chilenos habían postulado a Skydeck, la aceleradora de la U. de Berkeley y de donde han salido diversas startups, como la app de scooters Lime. Fueron aceptados con el foco de cobranza. "Cuando llegamos al programa en mayo les dijimos: 'Oigan, ya pivoteamos. Ahora estamos haciendo otra

cosa. Pero estén tranquilos, tenemos clientes, tenemos tracción, a la gente le está gustando el producto'. Obviamente a los Skydeck les dolió un poco la guata, pero nos acompañaron", comenta el CEO. Justo antes de partir, recibieron una inversión semilla de ChileVentures.

Además de mentorías y contactos, en California recibieron una inversión de US\$ 200 mil de parte de la aceleradora. Y fue en agosto de este año -dice su fundador- "que nos dimos cuenta que esto iba en grande. Habíamos vendido US\$ 14 mil".

En septiembre decidieron abrir un proceso de fundraising. El método que usaron fue poco ortodoxo: Camhi mandó un mail a toda su base de datos de inversionistas anunciando que abrían una ronda. Y funcionó: en septiembre comenzaron las reuniones y en octubre ya tenían una lista de potenciales inversionistas. La primera semana de noviembre cerraron la ronda de US\$ 3,85 millones, liderada por el fondo brasileño Monashees (inversionistas de Fintoc, Rappi, Ualá y NowSports, entre otros). También entraron Nazca Ventures (Loads, PhageLab y Galgo), M13 Ventures (Lyft, Shake Shack y Pinterest) y Chile Ventures. En menos de 24 horas el capital ya estaba en su cuenta del banco.

"No somos otro chatbot más"

"Lo que se viene ahora es escalar", dice Camhi, confiado. "Vamos a entrar muy fuerte en México, vamos a multiplicar nuestro esfuerzo allá", agrega.

El CEO aclara que "no somos otro chatbot más". Y lo justifica: "Hemos desarrollado una plataforma de comunicación corporativa impulsada por IA que redefine la interacción empresa-cliente, capaz de hacer todo, desde conversar con un usuario para su calificación, hasta realizar cambios complejos en sistemas externos, como instalar una orden de compra en un CRM".

Camhi entrega un ejemplo: "Alguien le dice a un chat corporativo que no entiende bien cuál es la diferencia entre dos productos. La IA se puede conectar al inventario de Shopify, hacerle una recomendación y ofrecerle el ítem que necesita. Entonces, cumple primero el rol de entender qué necesita y después ofrecerle la propuesta de valor. Una vez que hace eso, la inteligencia puede crear el carrito en Shopify y después puede llevar al cliente al checkout. Entonces, no nos quedamos en automatizar una conversación: es una plataforma completa en donde se puede automatizar toda la operación que implica una venta".

El emprendedor de 26 años se muestra seguro: ya emplea a cerca de 30 personas y tiene 375 clientes. Dice, incluso, que no le da nada de susto este crecimiento acelerado. "Estamos tremendamente confiados del camino que estamos siguiendo. Vamos a cuidar nuestra visión, nuestra misión, nuestro objetivo", remata. ✦

