

¿Y por qué NOT?

DANIEL FAJARDO C.

CÓMO UNA *STARTUP* CAMBIÓ
LA INDUSTRIA MUNDIAL
DE LA COMIDA CON
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

PAIDÓS EMPRESA



DANIEL FAJARDO C.

¿Y por qué Not?

Cómo una *startup* cambió la
industria mundial de la comida con
inteligencia artificial

PAIDÓS EMPRESA

PRÓLOGO

Justo en medio del proceso de escritura de este libro, NotCo, la *startup* icónica de la nueva era del emprendimiento chileno, el segundo “unicornio” (empresa valorizada en más de mil millones de dólares) chileno y la única compañía latinoamericana para la que el multimillonario Jeff Bezos abrió su billetera como inversionista, acababa de aplazar varios de sus planes de expansión debido al difícil panorama de la economía mundial. “No es el momento de escribir un libro sobre la historia de NotCo”, me dijeron varias personas cercanas. Dudé: ¿será el minuto?

Como muchos, este tipo de cuestionamientos ante un desafío importante lo he tenido una veintena de veces en mi vida, cada vez que debo entregar un proyecto o realizar una presentación clave. Algo similar a lo que viven los fundadores de las *startups* cuando hacen su *pitch frente a* inversionistas. O cuando tienen que lanzar un producto en nuevos mercados. Es una sensación embriagante. La misma de hace más de cuarenta mil años, cuando los seres humanos debían salir de su escondite y lanzarse directo a los mamuts para cazarlos. Tenían convicción y dudas. Equipo.

Pero sobre todo, riesgo. Siempre he creído que para escribir sobre las historias de las *startups* y el “viaje del héroe” y/o la heroína de sus fundadores, se debe haber sentido algo de esa adrenalina con anterioridad. Y cuando la acción se transforma en convicción, mejoran los resultados. Lo mismo cuando esa acción tiene innovación, o cuando se deja un espacio a la improvisación. Uno de los mantras que me ha acompañado a lo largo de mi vida, cuando me he enfrentado a una decisión difícil o que ha implicado riesgo, es: “piensa en casi lo peor que puede pasar. Te darás cuenta de que, al final del día, no es tan grave”.

Ahora bien, yo estoy escribiendo la historia. No haciéndola. Al menos en este libro, así como en miles de artículos que he desarrollado a lo largo de mi profesión. También fui emprendedor. También corrí riesgos, pero se resolvieron. Por eso creo entender ciertos aspectos del viaje de los fundadores. Cuando comencé a reportear las historias de la nueva generación de *startups* chilenas hace cinco años atrás en el periódico *La Tercera*, sentía una ansiedad que emanaba del deseo de estar en el lugar de los protagonistas. De armar mi propia *startup*. Es la traición del ego. Necesité mucho autoconocimiento para derribar ese inconformismo. Miré hacia atrás y me di cuenta de que en mi vida he realizado muchas cosas innovadoras. A veces han resultado y a veces no. Entonces el puzzle se armó: mi aporte al ecosistema emprendedor es contar estas historias. Invito a quienes lean estas líneas a pensar por un momento acerca de esto y sobre cómo ustedes también son los protagonistas de sus propios emprendimientos. No importa el alcance o el tipo. De sus ideas, de su riesgo y de

su avance. No es necesario armar una empresa para ser un emprendedor.

Escribir la historia de NotCo es también el resultado de ciertas oportunidades en el aire que pude aprovechar y leer en su momento. Y es también un símbolo de “pivoteo”. Ambos, el saber ver las oportunidades y el pivoteo, son conceptos clave en el mundo del emprendimiento. Desde que llegué a trabajar al periódico económico *Pulso* (que hoy es el área de negocios de *La Tercera*) a principios de 2013, tuve en mente crear una sección de innovación y emprendimiento. Esta área me había acompañado prácticamente desde el comienzo de mi vida laboral, en 1998, cuando escribía noticias de tecnología y negocios en el *Diario Financiero*. En ese entonces, esta industria estaba íntimamente ligada con la ola de las empresas *puntocom*. Una verdadera explosión de *startups* basadas en internet, que recibían financiamiento a raudales. Todas las semanas me tocaba ir a al menos un par de eventos de prensa donde se lanzaba una nueva empresa o un servicio *puntocom* (o *puntocl*). Finalmente, se transformó en una burbuja de compañías que no eran rentables, lo que produjo un colapso el primer semestre de 2000, al que solo algunos sobrevivieron.

Once años después, el panorama era diferente. Al menos en Chile. Se había creado recientemente Start-Up Chile, una oficina gubernamental que marcó un hito en la historia del ecosistema emprendedor en el país, insertándose en el mapa mundial de la innovación. Emprendedores de todo el mundo se sintieron atraídos a participar de sus convocatorias. La creación de esta entidad, dependiente de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo),

más otros factores como el crecimiento económico, un aumento de las aplicaciones móviles y la disminución de precios de la tecnología en general (especialmente de la computación bajo eliminar la nube o *cloud computing*), activó nuevamente algo similar a lo ocurrido en la época de las *puntocom*, pero a menor escala y con varias lecciones aprendidas. En el periódico *Pulso* lanzamos una sección de innovación y emprendimiento, pero duró solo un año. No pudo rentabilizarse, a pesar de sus buenos contenidos.

A mediados de 2018, mi editor jefe en ese entonces, el periodista Patricio Poblete, me llamó a su oficina. Hay una *startup* nueva que parece que está dando bastante de qué hablar. Fabrican una mayonesa vegana o algo por el estilo. Parece que tienen que ver con los temas de sustentabilidad. “Se llama The Not Company”, me dijo Poblete.

Luego de investigar un poco, llamé a Matías Muchnick, el CEO de esta *startup*, y acordamos hacer una entrevista en las oficinas de la empresa, ubicada en Avenida Quilín, en la comuna de Macul. Extraña locación. Como medio de negocios, los periodistas estábamos habituados a que las oficinas de nuestras fuentes se localizaran, en su mayoría, en los barrios financieros o empresariales de Santiago. Luego de hacer la entrevista, sabía que tenía una historia muy interesante. Entonces, tomamos dos decisiones: la primera fue no escribir la típica entrevista o el tradicional reportaje. Soltamos un poco la pluma e incluimos una serie de anécdotas sobre cómo se había construido The Not Company hasta ese momento. Fue una manera más lúdica de explicar lo que eran y lo que podían ser. La segunda resolución fue publicar el artículo

en la sección de sustentabilidad del periódico, que era de mi responsabilidad. El reportaje fue uno de los más visitados en línea ese mes.

Semanas después, la gigante Walmart anunció sus intenciones de comprar la *startup* chilena Cornershop, algo que nunca sucedió, ya que años más tarde fue adquirida por Uber. Pero esa noticia produjo que comenzara a surgir, en Chile, una nueva efervescencia por el mundo de las *startups* y del emprendimiento en general. Pocos días después, el millonario chileno Andrónico Luksic, entusiasmado por lo que estaba pasando, anunció que crearía un fondo denominado “Impulso Chileno” para apoyar a los emprendedores chilenos. Sumado a eso, Corfo y Start-Up Chile aumentaron sus iniciativas. Ahora sí era el momento perfecto para intentar de nuevo con una sección sobre emprendimiento en el medio de comunicación donde trabajaba. El segundo semestre de 2018 nació *Pulso Startup*. En él quisimos utilizar el mismo estilo más suelto, que mezclara la historia del viaje de los fundadores junto con los aspectos relacionados al negocio. Anécdotas y números. Todos los domingos se publicaría una historia de una *startup* chilena. Al día de hoy llevamos cerca de doscientas.

Como la mayoría de los periodistas, tengo varios libros a medio camino y decenas de ideas de otros anotadas en cuadernos o en *post-it*. En 2021 decidí que ya bastaba de tantos “pendientes” y opté por lo práctico: elegí las cuarenta mejores historias de *Pulso Startup* para transformarlas en un libro. Simple. Fui a presentar el proyecto a un par de editoriales, donde escuché más palabras de apoyo que de aprobación. Además, la pandemia del Covid-19

estaba en su pleno apogeo y muchas industrias, como la editorial, habían atrasado su planificación e incluso detenido algunos planes. Rápidamente entendí que el camino era otro. Comencé a hablar con algunos conocidos para tratar de conseguir financiamiento. Muy al estilo *Family, Friends and Fools* (FFF), término que se utiliza en la jerga del mundo de las *startups* para referirse a la inversión de parte de conocidos y personas cercanas: “Familia, Amigos y Tontos”. No solo había que imprimir las copias. También se requería diseñarlas, editarlas, hacer el lanzamiento, ponerlas en librerías e invertir en difusión y marketing. Afortunadamente se entusiasmaron un par de inversionistas, pero había que resolver aún varios elementos para conseguir el objetivo.

Durante un almuerzo de prensa, conocí a una persona que trabajaba en la oficina de Editorial Planeta en Chile. Era la editora del libro *Ecología p'ersonal*, de la periodista chilena Catalina Droguett, que justamente se estaba lanzando en ese momento. Durante el almuerzo conversamos de varios temas, hasta que en un momento le hice el *pitch* sobre el libro que estaba proyectando publicar. Al día siguiente le compartí el manuscrito que ya estaba listo y, acto seguido, me presentó por correo a Ana Rodríguez, periodista, escritora y editora del sello Paidós en Chile, una de las verticales del grupo editorial español. Días después nos juntamos en un café para ver detalles y, a las pocas semanas, estaba firmando con Editorial Planeta.

Al principio dudé un poco. Ya tenía prácticamente lista una selección de cuarenta historias de *startups* chilenas, incluyendo a NotCo. El encargo me cambiaba toda la hoja

de ruta que tenía planificada. Ya le había hecho varias entrevistas a los fundadores de NotCo y había escrito muchos artículos sobre la empresa. No partía de cero, pero sí era una cosa bastante diferente a la idea original. Pero como sea, acepté el desafío. Quizá se habían modificado las condiciones, pero el objetivo seguía intacto: publicar un libro que mostrara a la nueva ola de *startups* que estaban surgiendo tanto en Chile como en América Latina, y el potencial que podían alcanzar. Y sobre todo, ese viaje de quienes emprenden.

En esta especie de reportaje ampliado no solo podrán descubrir la historia de NotCo con una serie de pequeñas anécdotas junto a hitos clave, sino también sus decisiones, sus anuncios y su modelo de negocios. Este libro también incluye una serie de elementos para entender, de forma sencilla, otros conceptos, como el funcionamiento del ecosistema de *startups* y de inversionistas de riesgo, temáticas relacionadas a la sustentabilidad y una serie de tecnologías como el *cloud computing*, los algoritmos informáticos y, sobre todo, la inteligencia artificial y sus perspectivas.

Para su elaboración se realizaron varias entrevistas a Matías Muchnick, Pablo Zamora y Karim Pichara, en las que se relataron aspectos y detalles que no habían sido conocidos públicamente hasta ahora. Además, se conversó con amigos y cercanos a los tres fundadores, así como con personas que tienen o han tenido alguna relación con la compañía a lo largo de su historia. También se realizó una investigación de una variedad de antecedentes públicos, judiciales y administrativos que fueran de utilidad para aportar más detalles sobre ciertos hitos relevantes. Todo

esto, complementado con una gran cantidad de referencias y citas a artículos de medios de comunicación, estudios e informes relacionados con la actividad de NotCo, el ecosistema emprendedor y la industria de la alimentación, además de contenido publicado en redes sociales.

Por último, espero que este trabajo motive el espíritu de emprendimiento e innovación que, de alguna forma, todos llevamos dentro.

INTRODUCCIÓN

Contra todo pronóstico y tendencia en el universo de las *startups* latinoamericanas, a mediados de diciembre de 2022, NotCo anunció una nueva inyección de capital por setenta millones de dólares. Justo en un momento en el que todos los analistas indicaban que, debido al panorama económico mundial, las *startups* debían ajustarse el cinturón y los inversionistas de riesgo ser más cautelosos con su bolsillo. El levantamiento de inversiones, que fue parte de una extensión de la “Serie D”¹ de NotCo, fue liderado por Princeville Capital, un fondo norteamericano con foco en proyectos sustentables de escala global, e incluyó a otros inversionistas que ya habían puesto dinero en la empresa chilena, como el CEO (*chairman executive officer* o director ejecutivo) de Amazon, Jeff Bezos, otros famosos fondos conocidos mundialmente como Tiger Global, L

-
1. En el mundo de las *startups* e inversiones de riesgo, los levantamientos de capital o procesos de inversión (denominados también como “rondas de inversión”) se dividen en etapas, según su cronología. Por lo general una empresa parte con una inversión inicial o *seed* (semilla) para luego pasar a una ronda Serie A, que implica mayor monto de capital y otra serie de elementos que deben cumplir las *startups* dentro de su promesa de crecimiento. Así, y en orden cronológico, siguen las Serie B, Serie C y Serie D.

Catterton, Kaszek Ventures, Future Positive y The Craftory. También entró como nuevo inversionista Marcos Galperín, fundador y líder de Mercado Libre, una de las pocas empresas sobrevivientes de la era de las *puntocom*.

Lo interesante de este chaleco antibalas de NotCo, ante la inestabilidad que se ha vivido después de la pandemia y con una guerra entre Ucrania y Rusia que tiene nervioso a todo el orbe, es que la apuesta de los inversionistas está fuertemente catalizada por el negocio B2B o *Business to Business* (Empresa a Empresa) de la compañía chilena. Esto es fundamental para entender por qué, en menos de ocho años, NotCo llena miles de artículos en los medios de comunicación, está en el radar del mundo de los *venture capital* (capitales de riesgo) y se ha transformado en un símbolo del futuro. No es solo por sus hamburguesas sin carne, su mayonesa vegana o su NotMilk. Tampoco por su fuerte estrategia de marketing o lo atractivo de su relato contra el calentamiento global con sus productos basados en plantas (*plant-based*), ni por tener una historia construida por tres socios que provienen de distintas realidades, quienes ponen sus talentos en una empresa de rápido crecimiento.

Su atractivo está, justamente, en ese B2B. NotCo tiene una piedra filosofal que se llama Giuseppe, un algoritmo informático de inteligencia artificial capaz de entender cómo mezclar moléculas del reino vegetal y combinarlas de tal manera que imita la estructura, el sabor, la textura, el aroma y el color de alimentos que ya existen. Si vamos aún más lejos, este algoritmo puede insertarse en productos de marcas existentes, generando una especie de “NotCo

Inside”. El mismo concepto de “Intel Inside” que inventó la compañía tecnológica Intel con sus microprocesadores que están dentro de computadores y otros aparatos informáticos desde hace varias décadas, y que la transformó en uno de los símbolos de Silicon Valley. La *startup* chilena ha denominado a esta estrategia como “NotCo as a Service”, haciendo un paralelo con el término “Software as a Service” (software como servicio), uno de los modelos de negocios tecnológicos más exitosos de los últimos años.

NotCo no nace en las fábricas de unicornios que se encuentran principalmente en Estados Unidos y China o, en una escala menor, en India, Reino Unido, Alemania, Francia o Israel. Los países con más de este tipo de empresas según un estudio de la consultora de inteligencia de mercado CB Insights. The Not Company surge en Chile. Un país con menos de veinte millones de habitantes que se encuentra en la parte más austral del mundo y alejado de todos los grandes centros y de las potencias económicas. Una nación históricamente aislada y con una mentalidad isleña producto, en gran parte, de su ubicación geográfica. Quizá esas mismas limitaciones hicieron que fuera uno de los primeros países en conectarse a internet, y en los noventa a incorporar rápidamente las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, transformándose en una nación *early adopter*. O sea, cuyos consumidores adhieren rápidamente a productos y servicios tecnológicos recientemente lanzados. Sin ir más lejos, un estudio de Telecom Advisory Services, dado a conocer a mediados de abril de 2023, indica que más de la mitad de los chilenos

(56,7%) tendrá cobertura de 5G para 2025, siendo el líder de América Latina en ese ámbito.

Esto se complementa con el fuerte crecimiento que ha tenido el emprendimiento en Chile en las últimas décadas y, especialmente, en los recientes años. Sin ir más lejos, el estudio “Emprendimiento en Tiempos de Pandemia”, realizado por Ipsos en 2021,² muestra que casi la mitad de los chilenos y chilenas comenzó un negocio en pandemia, ubicándose en el sexto lugar en el mundo. Ahora, si hablamos de *startups* propiamente tales, según un informe de la Asociación Latinoamericana de Venture Capital, las chilenas registraron un crecimiento de 513% en total de capital invertido en 2021 con respecto al 2020. En otras palabras, se pasó de 140 millones de dólares a 858 millones de dólares de un año al otro.

Suele pasar que un importante personaje de un libro o el héroe de una película se vuelve tan popular que muchos olvidan al escritor que dio origen al texto o al director detrás de las cámaras. Si echamos a volar la imaginación, con Giuseppe podría pasar lo mismo. Es el gran protagonista de la historia tecnológica de esta empresa chilena, que baja a la realidad algo tan utilizado por la ciencia ficción como la inteligencia artificial. Y la enfoca en un área extremadamente importante: lo que nos llevamos al estómago y, literalmente, nos permite sobrevivir. Detrás de esa hamburguesa basada en plantas, de esa mayonesa vegana o de esa imitación al pollo con el prefijo “Not” que los

2. Se consideraron los números de 2021, ya que en 2022 hubo una caída mundial de las inversiones de riesgo en *startups* por una serie de factores. Algo que aún no se ha recuperado.

consumidores se llevan a la boca, hay un complejo procesamiento informático que no es para nada ciencia ficción. Cientos de especialistas de NotCo junto a un algoritmo computacional se encargan de que la experiencia del sabor sea atractiva, entre otros atributos. Una sola mascada es el desenlace del trabajo de Giuseppe.

Pero la evolución de este personaje podría tener proyecciones mucho más trascendentales. Porque no se trata de inteligencia artificial enfocada al tránsito, de entender los vaivenes de las acciones de la bolsa o de desplegar una publicidad en la cuenta de un usuario de Instragram según su comportamiento de navegación en internet. Tiene que ver con resolver una serie de desafíos de la alimentación en un mundo estresado por los efectos del cambio climático y todas sus consecuencias. En un planeta donde aún mueren más de diez millones de personas al año por una dieta poco saludable o donde, según un reciente estudio de la Universidad de Oxford, la población no ha parado de aumentar sus niveles de sobrepeso y obesidad en los últimos cincuenta años.

Si vamos más lejos, Giuseppe le da la posibilidad a NotCo para crear alimentos que no existen hasta ahora. “Podríamos perfectamente hacerlo, pero hay que ir con calma porque, culturalmente, las personas no están preparadas para comer algo totalmente nuevo. Necesitan una referencia”, comenta Matías Muchnick, CEO y cofundador de NotCo.

Tanto en la idea original como en la mixtura de mundos y visiones diversos de los tres fundadores de esta empresa y, a la vez, padres de Giuseppe, está gran parte del éxito de

NotCo, junto a otra serie de factores como el equipo que armaron y los inversionistas que los han apoyado.

Matías Muchnick es ingeniero comercial y estudió en el colegio privado Santiago College. Pertenece a la comunidad judía y a una familia influyente en el mundo de los negocios de Chile. Fue quien tuvo la primera idea y creó NotCo, para luego invitar a Karim Pichara y a Pablo Zamora a este viaje. Karim Pichara proviene, por parte de su padre, de una familia de origen palestino que inmigró a Chile hace cuatro generaciones. Es ingeniero civil industrial con mención en Ciencias de la Computación y estudió en el liceo Instituto Nacional. El bioquímico Pablo Zamora nació y creció en Melipilla, una localidad de vocación agrícola cercana a Santiago. Cursó su educación primaria y secundaria en el colegio Alonso de Ercilla de dicha comuna. Tres realidades diferentes que convergen con sus coincidencias y sus diferencias durante la breve historia de esta empresa, la que sigue escribiéndose.