

DANIEL FAJARDO C.

¿Y por qué Not?

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

PAIDÓS EMPRESA

LA PREHISTORIA

Cerezas, una zanahoria, frutillas, cebollas, ajo y una mazorca seca son algunos de los ingredientes de uno de sus productos más emblemáticos. Para desarrollarlo, se inspiró en una tarde de verano. Quería que la textura, el color e incluso —aunque era prácticamente imposible— el sabor fueran idénticos a los productos que trataba de imitar. Recorrió varias ciudades buscando ideas e inspiración. Se nutrió de comentarios de amigos y conocidos. Tenía buenos contactos por parte de su familia, principalmente por el lado de su padre, quien lo involucró desde el principio en la misma actividad que él ejercía. Pero no quería hacer exactamente lo mismo que su progenitor. Necesitaba algo más disruptivo. Que dejara boquiabiertas a mucha personas, a pesar de las críticas. Sabía que la clave del éxito estaba no solo en algo extremadamente innovador, sino también en el reino vegetal. Su obra debía estar basada en plantas. Terminó la primera versión, pero no encontraba qué nombre ponerle. Luego de darle algunas vueltas lo tituló, simplemente, “Verano”.

El artista italiano Giuseppe Arcimboldo tenía cuarenta y seis años cuando creó el cuadro en honor al período estival, que forma es parte de una colección que incluye las cuatro estaciones. A mediados del siglo XVI, este tipo de pinturas produjo polémica. Algunos adoraban sus obras, mientras que otros las consideraban de mal gusto e inapropiadas. “¿Por qué no?”, se preguntaba Arcimboldo cada vez que proyectaba dibujar rostros combinando frutas, verduras y otros elementos del reino vegetal. Hoy, los expertos en arte lo consideran un adelantado a su tiempo, a pesar de sufrir la incomprensión y el odio de sus contemporáneos. Y eso que, en pleno Renacimiento, no existía Twitter, Instagram u otra red social en línea que ampliara los comentarios de sus *fans* o de sus *haters*. Pero Arcimboldo no solo era disruptivo. También cultivaba profundamente los contactos y las relaciones de alto nivel. Con treinta y cinco años, partió a la Corte Imperial de Viena como pintor de cámara del emperador Fernando I, para seguir con el mismo cargo al servicio de su hijo, el emperador Maximiliano II, y luego, con el tercero en la línea de sucesión, Rodolfo II, en Praga, ciudad que que, en esa época, era uno de los centros artísticos más influyentes de Europa.

“¿Por qué no?” fue también la pregunta que Matías Muchnick, Karim Pichara y Pablo Zamora, los chilenos cofundadores de la compañía NotCo, se hicieron casi quinientos años más tarde, cuando surgió la idea de nombrar como “Giuseppe” al algoritmo informático de inteligencia artificial (IA) que estaban creando para desarrollar sus productos basados en plantas, con un enfoque totalmente disruptivo. Las obras del artista milanés fueron su inspiración. En

menos de seis años lograron convertirse en una empresa “unicornio”,³ con una valoración de mil quinientos millones de dólares y con el apoyo de empresarios millonarios e inversionistas de diversos sectores. Hoy, NotCo tiene operaciones en seis países (Chile, Argentina, Brasil, México, Estados Unidos y Canadá) y exportaciones en ocho más (Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Bolivia, Costa Rica, Uruguay y El Salvador) con productos que imitan la textura, el aroma, el color y, sobre todo, el sabor de la mayonesa, de la leche, de la carne molida, de la crema de leche, de los *nuggets* de pollo, del queso, del helado y de las hamburguesas, entre otras creaciones, los que podrían multiplicarse en la medida en que la imaginación y las estrategias comerciales lo requieran. Por supuesto, todos basados en moléculas del reino vegetal o del reino fungi, cuyas combinaciones son sugeridas por Giuseppe (el algoritmo, no el pintor, quien seguramente debe estar aplaudiendo desde algún lugar).

Matías Muchnick nació el 18 de mayo de 1988 en la Clínica Las Condes, ubicada en el sector oriente de Santiago. Su madre es la periodista y fotógrafa María del Pilar Cruz, y su padre el ingeniero comercial Alberto Muchnick Mlynarz, uno de los banqueros y asesores financieros más importantes de Chile, quien trabaja con varios grandes empresarios chilenos. Además, desde 2010 tiene la firma de corretaje de valores CGIS Securities LLC en Miami, Estados Unidos, país en el cual hizo parte de su carrera

3. Empresas (principalmente *startups*) que logran una valorización de más de mil millones de dólares. La “valorización” no se refiere a las ventas o facturación, que por lo general, son menores a esa cifra, sino a una expectativa del valor económico de una empresa tomando en cuenta elementos como sus cifras financieras, plan de negocio, posibilidades de crecimiento e incluso el compromiso de los fundadores.

como miembro del comité ejecutivo del HSBC Bank en Nueva York y como director de la institución para Latinoamérica. En la década de los ochenta, Alberto Muchnick fue uno de los responsables de abrir, en América Latina, el Republic National Bank, RNB, del cual fue su CEO en Chile a los veintiséis años, para más adelante comandar las operaciones del Cono Sur y luego de toda la región por más de una década.

El cofundador de NotCo tiene dos hermanos: Andrés y Tomás Muchnick, ambos ingenieros comerciales, al igual que Matías. Como es de esperar, las finanzas y la economía fueron temas recurrentes durante su infancia y juventud. “Tomábamos el desayuno escuchando las noticias de Bloomberg en casa. Mi padre veía todo el día las acciones de la bolsa de valores. Ese era mi mundo, por lo que estudiar ingeniería comercial fue algo natural, así como involucrarme al principio con la industria del *banking*”, dice Matías Muchnick, para explicitar su inherente acercamiento al mundo de los negocios, que no lo hizo seguir las vías más tradicionales, sino inclinarse hacia la búsqueda de lo nuevo, el germen de su vocación como emprendedor. En una charla organizada por el *Diario Financiero* en 2022, aseguró: “Desde pequeño me tomé la vida un poco gratis. Siempre fui rebelde”. De chico, Muchnick experimentaba mezclando comidas distintas en el vaso o en el plato para averiguar cómo sabían. “Siempre tuve mucha curiosidad por inventar cosas, especialmente con la comida”, cuenta. En el colegio Santiago College, una institución para familias acomodadas fundada a fines del siglo XIX por misioneros metodistas estadounidenses, Much-

nick practicó el deporte que era fundamental en la cultura de ese establecimiento: el *rugby*. Entrenaba cinco veces a la semana y jugaba partidos prácticamente todos los fines de semana. “Si uno come mal, se sufre bastante. Esto hizo que siempre estuviera investigando sobre qué dieta era la más adecuada para mejorar el rendimiento”, recuerda.

Muchnick entró a estudiar Ingeniería Comercial a la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile en 2007, un año antes de que se produjera la crisis subprime, considerada como una de las crisis económicas más importantes a nivel global desde la Gran Depresión de 1929. Incluso alcanzó un mayor impacto que la Crisis Asiática de fines de la década de los noventa. Surgida en Estados Unidos, pero con una fuerte influencia en las economías europeas, la subprime —y sobre todo su propuesta de solución liderada por el Nobel de Economía 2022, Ben Bernanke, como presidente de la Reserva Federal de los Estados Unidos en esa época— dejó valiosas lecciones para la economía mundial acerca de cómo enfrentar los problemas cuando su origen era financiero. Todo esto fue parte de las conversaciones cotidianas en las aulas universitarias de la Facultad de Economía y Negocios en esa época.

Los compañeros de universidad más cercanos a Muchnick coinciden en que era un joven que destacaba por ser ordenado y metódico en los estudios. No era alguien que liderara siempre las actividades universitarias, pero estaba presente si es que se le encomendaba algo. “Cuando en 2007 llegué a la facultad y empecé a hacer amigos, Matías fue uno de los primeros y enganchamos de inmediato”, recuerda Román Yosif, compañero de carrera. “Sobre

todo, era muy focalizado en los objetivos y no dejaba que el ruido del entorno lo sacara de su carril. Era muy prolijo y esquemático. Si tenía que estudiar algo siete veces para entenderlo, lo hacía”, cuenta Yosif. Pero aclara: “Sin embargo, no era el ‘ñoño’ de la generación. Si había que ‘carretear’, lo hacía a fondo”.

Sus cercanos reconocen que sus actividades extraprogramáticas siempre estaban, en gran parte, supeditadas a los entrenamientos y partidos de rugby. Quizá esa fue una de las razones de por qué, ya en esa época, tenía una tendencia a evitar el consumo de alimentos demasiado procesados, como los embutidos, además de las carnes de vacuno o cerdo.

—Cuando íbamos a comer hamburguesas a un lugar que estaba cercano a la facultad, Matías pedía la opción vegana. Nos burlábamos de él, porque en esa época no existía la tendencia actual del consumo vegano y vegetariano. Realmente era visto como algo extraño— recuerda Román Yosif.

Si bien Muchnick no se involucró mucho en las actividades políticas que se daban en el ambiente universitario de la época, sí se enfrascó en un proyecto dentro de su facultad que existe hasta el día de hoy: la creación de una rama de *rugby*. La iniciativa era liderada por alumnos de años superiores a la de Muchnick, pero él fue clave para buscar gente, organizar los entrenamientos y echar a andar el proyecto. “Entrenábamos con cinco personas. Era una locura y, contra toda intuición, logramos reunir gente que venía de diversos clubes e, incluso, que nunca había jugado”, recuerda Alan Guiloff, compañero de carrera de Muchnick, que también lo conoce desde la infancia, cuando sus familias

vivieron algunos años en Buenos Aires, Argentina. Guiloff es el actual CEO y fundador de la *startup* chilena Shipit, dedicada a entregar tecnología en la industria logística. “Se notaba que le gustaba armar emprendimientos, pero como además era tan bueno para las finanzas, uno no podía asegurar con exactitud si se dedicaría a tener su propio negocio o al mundo de la banca”, señala su compañera de carrera Mariel Yapur, con quien Matías entabló una amistad que comenzó el primer año en la facultad. Juntos tomaron un ramo de emprendimiento dictado por la profesora Nicole Pinaud. La académica no solo les mostraba casos de diferentes compañías o empresas y cómo habían comenzado, con el fin de que se inspiraran, sino que también les explicaba toda la metodología para partir desde una idea hasta concretarla. Incluso, en el taller de “negociación”, hacía que los alumnos fueran a los mercados más tradicionales de Santiago, como La Vega (frutas, verduras y abarrotes) o el Mercado Central (productos del mar) para que vieran y aprendieran los diferentes métodos para negociar que se daban entre los vendedores y sus clientes.

—Por lo general, la Facultad de Economía y Negocios tiene como objetivo formar gerentes de grandes empresas o líderes de organizaciones de gobierno, al igual que otras universidades tradicionales. Sin embargo, el enfoque del ramo de emprendimiento daba la opción de que también aprendieran a construir su propia empresa. Aunque al final siempre se les decía a los alumnos que si no eran emprendedores estaba todo bien, pero que tratáramos de apoyar a los que iban por ese camino —recuerda la profesora Nicole Pinaud.

Se podría decir que ese curso logró que Muchnick tuviera un importante acercamiento al proceso que significa armar una *startup*. Entre las actividades de esa clase debían construir, de manera ficticia, una empresa desde cero: desarrollar los procesos legales de conformación, analizar los temas tributarios, el presupuesto y crear un modelo de negocio. Incluso, vender su producto. Matías Muchnick y Mariel Yapur decidieron hacer el proyecto en conjunto. La empresa consistía en vender dos productos de la cocina popular chilena: las sopaipillas y los calzones rotos, como una especie de dúo inseparable para esos fríos y lluviosos días de invierno en la ciudad de Santiago, ya que ambos productos tienen un alto contenido calórico y tradicionalmente han satisfecho los estómagos universitarios más hambrientos. Los estudiantes no solo vendieron sus productos en una pequeña feria emplazada en los patios de la facultad, donde se incluían los negocios de los otros estudiantes del ramo de emprendimiento. También armaron y cocinaron ellos mismos los alimentos. “¿Por qué no?”, se preguntaron Matías y Mariel cuando se les ocurrió la idea. Años después, se reunirían nuevamente para armar una *startup*, antes de que surgiera NotCo.

—Recuerdo perfectamente que cuando salimos de la universidad, Matías estaba interesado en crear una empresa relacionada al rubro de la nutrición. Era la semilla que lo movía —recuerda Mariel Yapur.

Román Yosif cuenta que, al salir de la universidad, Muchnick ya tenía muy clara la tendencia que crecía con respecto al mercado vegano y vegetariano. “Para él era una visión muy ética, donde la base está en que lo que con-

sumes. Es lo que te define. Pero jamás hubiese pensado que se dedicaría a emprender. ¡Para nada! Todos lo veían en el mundo de las finanzas. Además, tampoco tenía esa típica personalidad estereotipada del líder *startupero* hipercarismático. Era más bien un estudiante que se llevaba muy bien con todas las personas de distintas realidades”, recuerda Yosif, quien estudió junto a Muchnick para el examen de grado de la carrera de Ingeniería Comercial. Se fueron cerca de dos meses a la casa familiar que los padres de Muchnick tenían en el litoral central de Chile. “Estudiábamos de lunes a viernes durante todo el día y los fines de semana descansábamos en la playa”, dice Yosif.

El 2011, Matías Muchnick comenzó a desarrollar su tesis de pregrado con el profesor Roberto Stein. El tema que eligió no era muy común: analizar de qué forma los días feriados influyen en el precio de las acciones de las empresas IPSA (Índice de Precio Selectivo de Acciones), que corresponde a las principales compañías que cotizan en la Bolsa de Valores de Santiago. En otras palabras, cuál era la importancia del “factor humano”, que muchas veces no era considerado por las estadísticas y el análisis de los especialistas en el mercado financiero. Es lo que se conoce como finanzas conductuales, disciplina que estudia las tendencias cognitivas y emocionales humanas y sociales en la toma de decisiones económicas y cómo estas influyen en los precios de mercado, en los beneficios y en la asignación de recursos. “La mayoría de los alumnos que se acercan para que uno los acompañe en su tesis de grado preguntan si uno como profesor tiene algún tema para desarrollar, lo que incluso a veces se conecta con publicaciones que los

mismos académicos están trabajando. Pero con Matías el caso fue distinto. Él fue uno de los pocos que se acercó con una propuesta concreta. Ya había recopilado datos de Estados Unidos sobre la influencia de los feriados y los quería comparar con los chilenos”, cuenta Roberto Stein, quien recuerda que una de las características de Muchnick como alumno era su capacidad de ligar la teoría con la realidad. “Por ejemplo, estábamos en clases y me preguntaba si un concepto que estábamos analizando se parecía a una operación financiera que había salido el día anterior en la prensa”, señala Stein. La tesis de Muchnick, que entregó en 2012 y le dio el título de ingeniero comercial, se llamó “Patrones estacionales en el mercado chileno”.

Un poco antes, entre diciembre de 2009 y marzo de 2010, realizó su práctica laboral en la compañía de servicios financieros chilena LarrainVial. Luego se fue por un mes a las oficinas del banco estadounidense JP Morgan, en Hong Kong, para cursar una capacitación especializada en finanzas, donde recibió los premios a Mejor Gestor de Cartera y Mejor Habilidad de Presentación. Ese mismo año, mientras jugaba rugby en Nueva York, tuvo un accidente en la cadera. Luego de una compleja operación, estuvo en recuperación por tres meses, prácticamente sin poder caminar. Según el propio Muchnick, ese período lo hizo reflexionar sobre la dirección que quería darle a su vida. No quería seguir trabajando en el mundo financiero, por más que tenía una prometedora carrera en esa industria. Deseaba crear algo propio y que ojalá tuviera relación con el mundo de la salud, del bienestar o de la alimentación.

—Ese fue un momento muy importante para mí. Me hicieron una reconstrucción de la cadera. Un día estaba en la cama mirando el techo sin poder moverme y reflexioné: “La vida es cortísima. Nunca sabemos cuándo se van a acabar los ciclos”. Para mí, el rugby era parte de mi vida... dejarlo me afectó mucho. Necesitaba canalizar esa energía y pasión en algo que realmente y, genuinamente, me apasionara. Pero definitivamente no era la banca. Claro, podía tener una vida genial en ese mundo. Ganar mucho dinero. ¡Pero no! Así que la misma pasión que le metía al rugby se lo puse al emprendimiento y a los alimentos, que fue siempre lo que más me movió —cuenta el actual CEO de NotCo.

Justo cuando había terminado la práctica en JP Morgan, a mediados de 2012, Fundación Chile⁴ lanzó un programa para postular a fondos para emprendimiento. Muchnick llamó a su compañera de universidad, Mariel Yapur, para que juntos presentaran un proyecto. El objetivo era crear una aplicación para ayudar a las personas a incentivar y potenciar la vida saludable. Le pidieron consejos a su profesora de emprendimiento, Nicole Pinaud, antes de una reunión que tenían con los encargados de Elige Vivir Sano, un proyecto gubernamental que tiene como meta promover hábitos y estilos de vida saludables en la ciudadanía. “Estamos un poco desorientados con respecto a la etapa temprana (de la propuesta). Buscamos una

4. Fundación Chile es una organización público-privada del gobierno de Chile creada en 1976, cuyo principal objetivo es introducir innovaciones y desarrollar el capital humano en los clúster clave de la economía chilena a través de la gestión y transferencia de tecnologías, en alianza con redes de conocimiento locales y globales. Hoy tiene como principal misión la transformación de Chile hacia el desarrollo sostenible.

mentalidad crítica y creo que nos puedes aportar mucho en ese aspecto”, decía parte del correo electrónico que los dos jóvenes recién titulados le enviaron a Pinaud.

—El viaje a Hong Kong le abrió la mente a Matías, conectando las realidades de otros lugares con las de Chile. Pero algo muy importante para los emprendimientos en general es comentar los proyectos con otros. Muchas personas no lo hacen, por miedo a que les copien las ideas, pero justamente hay que hacer lo contrario. Matías compartía lo que estaba haciendo con mucha gente —cuenta la académica de la Universidad de Chile.

Finalmente, los jóvenes se ganaron el fondo de Fundación Chile y Corfo para lanzar Chooz, una aplicación móvil de bienestar para incentivar la vida saludable, basada en una especie de juego (gamificación), donde los usuarios iban obteniendo ciertos premios y ciertas categorías a medida que completaban un desafío saludable en sus hábitos diarios. Por ejemplo, hacer ejercicio, tomar agua en reemplazo de una bebida de fantasía, descansar o bajar el consumo de ciertos alimentos. La *startup* no prosperó, pero la experiencia sirvió para que la idea de algún negocio que estuviera en torno a la vida saludable o a la alimentación siguiera dando vueltas en la cabeza de Muchnick.

—Chooz fue algo bien fantasioso. Hoy deben existir miles de aplicaciones que hacen algo similar y mejor. La verdad es que yo no tenía ni las habilidades ni la experiencia. Por mucho que quería ser emprendedor, seguía siendo extremadamente conservador. Recuerdo que tenía un presupuesto de doce millones de pesos chilenos (cerca de

quince mil dólares de la época) y ¡no sabía cómo gastarlos! —recuerda Muchnick. Chooz cerró en octubre de 2013.

Justo por esas semanas, en que la *app* que premiaba a sus usuarios por tener una vida saludable daba los últimos pasos, un compañero de la escuela de Ingeniería Comercial de Muchnick, Felipe Ventura, le propuso embarcarse en un proyecto que ya estaba en curso: Eggless, una empresa que fabricaba mayonesa vegana en base a soya, eliminando el huevo, algo bastante innovador para ese entonces en el mercado chileno. La principal misión de Muchnick en la ecuación de Eggless era hacer un plan de negocios y lograr cerrar acuerdos comerciales con supermercados y otras tiendas del sector *retail* para posicionar los productos. “Me entusiasmó mucho la idea y me fui con el Pipe (Felipe Ventura), literalmente, a hacer mayonesa en su casa”, recuerda Muchnick, quien se involucró también en el proceso de producción, en una especie de cocina montada en la pieza de la hermana de Ventura. En una ocasión los visitó una funcionaria de la Seremi de Salud para conocer dónde y cómo se fabricaba Eggless, y así, otorgar la certificación sanitaria correspondiente para vender los productos. No fue menor su sorpresa al enterarse de que la mayonesa sin huevo no se cocinaba en una planta o fábrica, sino en el dormitorio de una casa particular. Pero luego de analizar el proceso y la implementación, certificó que todo estaba en regla. Los felicitó y animó a seguir con su emprendimiento.

Meses después, los productos de esta mayonesa vegana estaban en las tiendas de los supermercados chilenos Jumbo (del grupo Cencosud), Unimarc (del *holding* SMU)

y Lider, marca operada en Chile por la estadounidense Walmart. El equipo de Eggless preparaba el producto, lo empaquetaba y despachaba.

—Eggless era una empresa pequeña en ese entonces y teníamos muchos problemas, principalmente de escalabilidad. Pero fue un lugar donde aprendí mucho. Siento que realmente ahí empezó *my journey* (mi viaje) —confiesa Muchnick.

En 2014, Eggless logró crecer en el segmento de las mayonesas alternativas en las góndolas de supermercados y otras tiendas, pero Muchnick sentía que tenía que ir más allá y decidió dar un paso al lado. En abril de 2015 vendió su participación en Eggless y decidió que era hora de invertir en capacitarse en materias de emprendimiento. Siempre con algunas ideas clave que ya se habían transformado en sus mantras, como cambiar la industria alimentaria, pero aplicando tecnología informática para ese fin. Muchnick reconoce que comenzó a ver varios documentales al respecto y que sobre todo lo marcó *Cowspiracy*. Estrenado en junio de 2014, el filme trata sobre el dañino impacto de la ganadería en el medioambiente y cómo el tema es tratado por la legislación y la política en diversos aspectos.

—Por primera vez comencé, realmente, a informarme sobre la relevancia de los alimentos. Era algo tan poco considerado y en donde se había invertido muy poco. Nunca cuestioné nada. Nunca supe nada. Y creo que a toda nuestra generación le pasó lo mismo. Jamás me enteré de qué es lo que había detrás de los alimentos que consumimos. Sabías que el pollo era más o menos bueno y que tenías