

Por Andrea Villar

Foto: © Karina Hernández

# LOS MENSAJES TAMBIÉN VENDEN

DESDE MÉXICO Y MADRID, ESTE EMPRENDIMIENTO ATIENDE A 200 CLIENTES REPARTIDOS EN 12 MERCADOS DIFERENTES, Y SU PLAN, EN ESTE 2023, ES AMPLIAR SU APUESTA A LOS MERCADOS DE ITALIA, PORTUGAL Y FRANCIA.

La exigencia de inmediatez por parte de los consumidores ha permeado gradualmente en todas las industrias, incluyendo el servicio al cliente. Gus Chat incursionó en este mercado con un producto basado en Inteligencia Artificial (IA).

“A finales de 2016, nos dimos cuenta de que había un apetito por la tecnología de automatización en los servicios de mensajería. Los consumidores utilizan cada vez más aplicaciones de mensajería y *chatbots* para comunicarse con las empresas y obtener respuestas inmediatas a

sus consultas”, dice Jaime Navarro, fundador y CEO de Gus Chat. “Integramos nuestra tecnología a las fuentes de datos del cliente y así podemos ser proactivos. Si sabemos que 80% de los usuarios pregunta algo específico en algún momento determinado, no esperamos a que lo vuelva a preguntar y automáticamente lanzamos un mensaje para que no tenga que llamar al *call center*”.

El gasto mundial en canales de comercio conversacional ascenderá a 290,000 millones de dólares (MDD) en 2025, desde los 41,000 MDD de 2021, de acuerdo con datos de Statista.

Asimismo, un estudio de Gartner reveló que más del 80% de los corporativos va a abandonar sus aplicaciones nativas en favor de estar presente en aplicaciones de mensajería para 2025.

En este contexto, dice Navarro, el mercado es tierra fértil para que Gus Chat siga creciendo en la región. “Hay mucho por venir en la adopción del *business messaging*. La penetración de WhatsApp en un país como México es cercana al 80% [...] A través de esta aplicación, la gente va a tener la posibilidad de comprar y ser atendida por cualquier compañía”, asegura.

Hoy, Gus Chat tiene 60 colaboradores entre México y Madrid, que atienden a casi 200 clientes repartidos en 12 mercados diferentes, incluidos nombres como Metlife, Sura, Qualitas y Afirme.

Entre los planes de la empresa en este 2023, está ampliar su apuesta en los mercados de Italia, Portugal y Francia; mientras que en Latinoamérica comenzará a invertir más en los mercados colombiano, peruano y chileno.

Uno de sus objetivos para el próximo año es alcanzar ingresos recurrentes anuales de 10 MDD. **1**

