

EL PAÍS • EL EMPRESARIO

Vendió flores de niño, creó una banda y ahora lidera empresa de software que atrajo a gigantes como Google

Mauricio Pastorini, fundador y CEO de Somnio Software, emprende desde los seis años; en 2019 cofundó la startup —junto a Gianfranco Papa y Martín Michelini— que hoy tiene más de 30 clientes en varios países



MAURICIO PASTORINI

13/07/2024, 00:38

Compartir esta noticia

f x in e

1 Comentario

• Agregar EL PAÍS en



Mauricio Pastorini, fundador y CEO de Somnio Software. Foto: Estefanía Laiz

Mauricio Pastorini es CEO de Somnio Software, [empresa que cofundó](#) junto a Gianfranco Papa y Martín Michelini. Tiene 31 años, nació en Montevideo y emprende desde los seis. Vendió flores, limonadas, tuvo una banda de músicos, programó páginas web, trabajó como desarrollador freelance para varios países, y antes de su actual startup cofundó tres más.

Es [legendario en el sistema](#) (Universidad ORT) donde conoció a sus socios. Desde el inicio, el trío de Somnio estuvo en [producir software con eficiencia](#), por eso —y porque querían venderle a Google— eligieron la [tecnología Flutter](#). Lo lograron y fueron certificados por el gigante tecnológico. En 2023 pivotaron hacia la IA, con la que apuntan a dar servicio las 24 horas.

En su tiempo libre disfruta de hacer deporte, tocar la guitarra, cantar, leer y ver documentales de empresarios.

Somnio Software es la primera empresa 100% especializada en crear aplicaciones con Flutter en Latinoamérica

—Eres cofundador y CEO de Somnio Software, pero su espíritu emprendedor viene de antes. ¿Cómo comenzó?

—De chico me encantaba construir y vender cosas. Cuando tenía seis años arruñé muñecos de arcilla que regalaba a familiares y amigos. Luego vendí jarrales de la casa de mi abuela en la puerta de mi casa y también limonadas en verano. Me gustaba hablar con la gente, hacer negocios. Mi primer emprendimiento fue con los mates. Toco la guitarra desde los 10 años y a los 12 empecé una banda con mis hermanos. Tocamos en el teatro Victoria. A esa edad tenía que hacer lo mismo que hoy: buscar músicos, contratarlos, crear el producto, pedir feedback, preparar un show con un manager, vender las entradas y hasta despedir integrantes de la banda si no meJORaban. Eso lo hice hasta los 19 años. Pero también me gustaba la tecnología. A los 13 arreglaba computadoras, aprendí de forma autodidacta y a los 17 vendí una página web. Y antes de Somnio Software tuve varios emprendimientos en este rubro. El primero fue una aplicación para reunir personas que querían jugar al fútbol 5. Lo hicimos con Gianfranco (Papa), cofundador de Somnio, y otros compañeros de facultad. No funcionó y aprendimos que nos equivocamos porque fuimos directamente a la tecnología sin hacer un análisis de mercado previo. Después hice una alarma para autos, proyecto con el que estuve en el CIE (Centro de Innovación e Emprendimiento) de Universidad ORT, levantamos financiación en la ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación) y participé en R&D+i, pero por un error de cálculo de duración de la batería decidimos dejarlo. Ahí ya estaba formando Somnio y vendí mis acciones a los otros socios. Al mismo tiempo formé Hoy es más, una app con información sobre todo lo que había para hacer cerca de un punto determinado y utilicé la inteligencia artificial (IA) y machine learning para detectar los gustos del usuario y hacer recomendaciones más certeras. Pero llegó la pandemia y no prosperó. También trabajé en Genotix Consulting y KPMG, además fui freelancer para empresas de 15 países.

“Contamos con 30 clientes activos, los cinco principales son grandes corporaciones, luego tenemos de tamaño medio y varias startups, a las que también apoyamos. Ningún cliente es más del 30% de la facturación, para no depender de un solo.”

66



Cofundadores, Gianfranco Papa, Mauricio Pastorini y Martín Michelini crearon la startup en 2019. Foto: Estefanía Laiz

—Somnio Software surgió en 2019. ¿Por qué la crearon?

—Surgió de mi experiencia con consultoría y de desarrollar software a medida para terceros. Cuando trabajaba como freelancer crecía y tenía más clientes, y ahí es que en el mundo de software había una oportunidad para hacer todo más eficiente y rápido. Detecté que había procesos internos de las empresas que, por distintos metodológicos, no servían para satisfacer a los clientes o hacían que los emprendedores y empresas pagaran más de lo que pensaban por no hacer algo más planeado. Faltaba una metodología que permitiera hacer software de manera eficiente. Conocía a Gianfranco y a Martín (Michelini, el tercer cofundador de la startup) de la facultad. Decidimos crear la empresa y enfocarnos en ofrecer soluciones con Flutter, que en su momento era la tecnología cross-platform con mayor potencial, porque con un código fuente permitía crear aplicaciones para Android, iOS, web y desktop. Vimos la oportunidad de ser expertos en esta tecnología creada por Google porque buscamos eficiencia. Pero cuando surgió la IA generativa decidimos pivotar hacia ella. En 2023 empezamos a estudiarla y en 2024 Gianfranco nos comentó sobre V0 (V0 AI), un agente de IA creado por la empresa Vercel que proponía) y la muy buena calidad del código que genera. Hoy, en la empresa, sin importar el lugar, lo primero que hacen es hablar con la IA antes de comenzar su trabajo. No ofrecemos staff augmentation, sino delivery teams, o sea, ofrecemos el equipo y cómo resolver el problema del cliente.

—¿Cómo impactó este cambio en la empresa?

—El principal desafío fue entender que la IA no es una amenaza, sino una oportunidad para diferenciarnos. Este año ya comenzamos a notar los mayores cambios. Por ejemplo, lo que hacíamos en seis meses ahora lo hacemos en una semana. Si antes con un equipo de tres personas subíamos un reportero dos paquetes de código por semana, ahora llegamos a 20. Y cuanto más eficiencia y capacidad de ejecución logramos, más proyectos surgen. Estamos registrando la mayor cantidad de ventas mensuales. Con la IA está pasando que antes nos contrataban para desarrollar software y ahora también nos piden ser consultores sobre cómo usar IA para ser más eficientes.

—¿Cómo influyó el nuevo enfoque en los ingresos de la firma?

—Veníamos creciendo a un 30% anual. En 2023 crecimos 40%, pese al impacto de la IA en las startups de EE.UU. Y este año, con números cerrados al primer semestre, proyectamos crecer 75% con los mismos clientes.

—¿Hacer más producto con IA, ¿implicó reducir el equipo?

—No realmente recortamos. Lo que hicimos fue enfocar a todo el equipo para que usara las tecnologías y pudiera pensar más en el producto al hablar con un cliente, que pudiera proponer mejoras de seguridad, de producto, de marketing. Hoy somos cerca de 100 personas en Somnio Software y el plan es llegar a 110 a fin de año. Tenemos 36 colaboradores en Uruguay, otros 40 en Argentina y contamos con equipo en Perú, Colombia, Nicaragua, Brasil, México y España.



Mauricio Pastorini, 33/07/2024 de Somnio Software explicó que la empresa creció un 70% este año. Foto: Estefanía Laiz

—¿Qué tipo de clientes tienen actualmente?

—Antes trabajábamos con varias startups de aplicaciones de entretenimiento, pero ahora son marcas grandes como **Mubank, la colombiana Tigo** que adquirió a la uruguaya Memory + CAA National de Canadá, que es como el Automóvil Club en Uruguay. Para ellos desarrollamos una aplicación que monitoriza la adquisición de un cliente que va al lugar (donde está el socio). Trabajamos con «unicorns» en Londres y con Google, entre otros. De hecho, Google nos eligió para hacer el control de calidad de cada versión del framework que salió de Flutter. Éramos los encargados de detectar problemas en todo el mundo. Hoy contamos con 30 clientes activos; los cinco principales son grandes corporaciones, luego tenemos de tamaño medio y varias startups, a las que también apoyamos. Ningún cliente es más del 30% de la facturación, para no depender de un solo. Estados Unidos representa el 25% de la facturación, Canadá el 30%, Londres 10% y el resto lo reparte entre Brasil, Colombia y Argentina. Los principales países en cuanto a la cantidad de clientes son EE.UU., Canadá e Inglaterra.

—¿Qué estrategia aplican para llegar a este tipo de empresas?

—Con Google fue [un agente] desde el inicio, cuando éramos de especialistas en Flutter porque queríamos tenerla como cliente. Lo logramos en una conferencia de Flutter en Nairobi, Kenia, en 2022. Le mandé mensajes a todo el equipo de Google para pedir que nos invitaran. Nos dieron dos tickets e invitamos a ir. Teníamos tres años de existencia y en la conferencia los persigui por todos lados y me hice amigo de ellos. Al final, le dije a Tim Sneath, quien era director de Flutter, que nos daba una oportunidad para demostrar que podíamos hacer un mejor trabajo que cualquier otro proveedor. Al día siguiente nos llegó el mensaje de una directora de producto y nos dio el proyecto. Fue algo chico, nos fue excelente y así empezamos. Era fue el cliente que nos cambió. También trabajamos mucho en *language de agente*. Gianfranco, nuestro CTO, es muy reconocido en el sector de Flutter: fue el primer Google Developer Expert en Uruguay, certificado por Google en Flutter y Art y estuvo en el top diez en América Latina. De hecho, muchas empresas, como Mubank, llegaron a nosotros por eso. Apoyamos mucho a que las personas sean referentes y generemos contenido de buenas tendencias. También vamos a eventos para relacionarnos, porque en esto la confianza es clave. No vamos a vender, sino a construir relaciones de largo plazo.

APUNTES DE CAMBIO

2019
En sentimiento ingeniería a la incubadora legítimo donde generamos estructura y un plan de negocios con foco en especialización y objetivos de largo plazo.

2022
En octubre, la empresa hizo su primera contratación en Argentina, a los seis meses abrió oficinas en Buenos Aires e inició la estrategia de empleo en el exterior.

2023
En julio cerró su primer cliente Fortune 500 (Google) y en 2023, consiguió su primer proyecto con una Global 500 (Huawei) para crear una app para sus móviles.

2024
En agosto, al ver el potencial de la plataforma de IA generativa, V0, la empresa decide pasar a ser una AI-native agency y que la IA sea su principal motor.

—Las recientes huanas son cruciales en su sector. ¿Cómo trabajan para captar a los mejores talentos?

—Creamos cultura, algo que tenemos claro desde el inicio. Por ejemplo, la quinta persona que contratamos fue para marketing y la sexta para talento. En general [esos perfiles] se incorporan cuando el equipo supera las 20 personas, pero para nosotros siempre fue muy importante la cultura y la motivación porque queremos que nos elijan. Para eso hay que trabajar mucha la marca. Igual, el mercado laboral no está como antes. Con la IA, la dificultad ahora es conseguir talento pero de desarrolladores que lo utilicen y tengan un dominio avanzado. Hay ingenieros muy buenos, pero si no usan la IA quedan por fuera de los clientes.

—La empresa tiene siete años y nunca han captado inversión para crecer. ¿Por qué?

—Somos 100% bootstrap. Los tres fundadores arrancamos de cero, con inversión propia y viviendo de las ventas. Si entramos en la incubadora legítimo, donde estuvimos tres años y conocimos mucha gente, la experiencia nos ayudó mucho. Hemos recibido propuestas de inversión y de adquisición, y nos siguen llegando, pero sentimos que aún estamos generando la fórmula de la empresa y queremos completar ese recorrido para que ese paso sea realmente algo que aporte más al crecimiento.

¿CÓMO SON LOS PRIMEROS EN PRENDER SERVICIOS DIT?

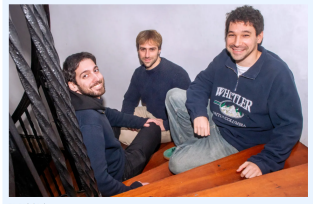


Foto: Estefanía Laiz

—La IA está transformando el desarrollo de software. ¿Cómo lo están aplicando en su empresa y qué potencial o desafíos ve?

—Nosotros estamos aplicando IA en todo y queremos ir más allá. Por ejemplo, ahora estamos creando un proyecto con el que podemos estar desarrollando software mientras la gente duerme. Se trata de loop engineering (NBT: sistemas autónomos de agentes de IA que operan en ciclos iterativos). Esto es el futuro. O sea, durante el día se enfocan en crear planes de desarrollo en base a lo que generó el día anterior. Le haces una planificación y cuando te van a dormir le decís a la IA que empiece a iterar sobre todo eso hasta que logre desarrollar las funcionalidades. Los humanos pasamos a ser conectores y aprobadores. Queremos convertirnos en la primera empresa de software que provee servicios 24/7. También trabajamos en harness engineering, que es el «arnés» que se constituye alrededor de la IA para controlar cómo se utiliza, sea cual sea. Estamos haciendo arnés para toda la empresa, sea marketing, personas o reclutamiento, para que cada uno tenga su agente y pueda ir trabajando con ellos.