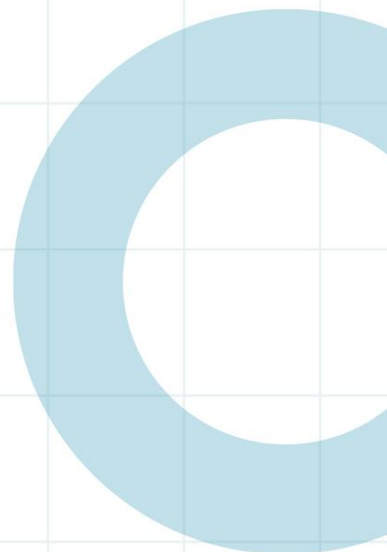




Percus

Exportación de servicios tecnológicos para la industria financiera

Caso de Éxito



Percus: empatía exportadora y visión global desde Chile

Percus nació en plena pandemia, pero su historia comenzó mucho antes, cuando un grupo de profesionales del desarrollo de software detectó una necesidad concreta: las instituciones financieras necesitaban explicar mejor sus productos y acercarse de forma más clara a sus clientes. Lo que inicialmente era una pequeña unidad dentro de otra empresa terminó convirtiéndose en una compañía especializada, con presencia internacional y una estrategia de expansión basada en la empatía cultural, la especialización y la lectura inteligente de los mercados.

Más que una historia tecnológica, Percus representa el desafío de pensar globalmente desde Chile, comprendiendo que internacionalizarse no consiste solo en vender en otros países, sino también en aprender a escuchar, adaptarse y construir relaciones de largo plazo.

1. El origen: Detectar un problema y atreverse a especializarse

Percus comenzó como una unidad de negocio dentro de una empresa dedicada al desarrollo de software a medida. Sus fundadores trabajaban creando aplicaciones y plataformas digitales para bancos e instituciones financieras, pero rápidamente identificaron una limitación: cada nuevo proyecto requería más personas, más tiempo y más coordinación, dificultando el crecimiento escalable.

En paralelo, observaron otro problema importante: muchas personas no entendían los productos financieros que utilizaban, especialmente en el ámbito previsional. Esa necesidad abrió una oportunidad distinta. A partir de una alianza con una empresa canadiense que desarrollaba videos personalizados, decidieron explorar una solución enfocada en explicar de forma simple y cercana el estado de los ahorros, inversiones y productos financieros.

Con el tiempo, comprendieron que este nuevo servicio tenía más potencial de crecimiento internacional que el desarrollo de software tradicional. Esa decisión marcó el nacimiento de Percus como empresa independiente en 2020.

¡Alto! Detente para hacer un análisis

La historia inicial de Percus muestra cómo muchas oportunidades de innovación surgen dentro de negocios ya existentes. La capacidad de detectar un problema recurrente y transformarlo en un servicio especializado permitió pasar desde un modelo difícil de escalar hacia uno con mayor potencial de crecimiento.

Reflexiona

Muchas veces el desafío no es crear algo completamente nuevo, sino identificar qué parte de un negocio tiene verdadero potencial de diferenciación. ¿Tu organización reconoce cuáles son las áreas con mayor capacidad de crecimiento o sigue enfocada únicamente en lo tradicional?

2. Separarse para crecer: La importancia del foco estratégico

Aunque Percus mostraba potencial, seguía siendo una unidad pequeña dentro de una compañía mucho más grande. La mayor parte del tiempo, los recursos y las decisiones estratégicas se concentraban en el negocio principal de desarrollo de software.

Con el paso del tiempo, sus fundadores entendieron que el principal obstáculo no era la falta de recursos financieros, sino la falta de foco. El nuevo servicio necesitaba atención específica, liderazgo dedicado y una estrategia propia.

Por eso decidieron independizar la unidad y transformarla en una empresa separada. Esa decisión permitió construir un equipo directivo concentrado completamente en el crecimiento de Percus y en su vocación exportadora.

La experiencia también les enseñó algo importante: no siempre el negocio principal es el mejor candidato para internacionalizarse. En su caso, descubrieron que el desarrollo de software chileno tenía dificultades para competir en costos frente a otros países latinoamericanos, mientras que su solución especializada sí podía diferenciarse.

Detente para hacer un análisis

La separación de Percus demuestra que el crecimiento muchas veces requiere tomar decisiones difíciles sobre estructura y prioridades. Intentar desarrollar múltiples negocios al mismo tiempo puede diluir el foco estratégico y limitar el potencial de cada iniciativa.



Reflexiona

El crecimiento sostenible requiere decidir dónde concentrar energía, recursos y liderazgo. ¿Tu organización tiene claridad sobre cuál es realmente su propuesta de valor más competitiva?

3. Internacionalización: Aprender antes de vender

Desde sus primeros años, Percus decidió mirar fuera de Chile. Con apoyo de ProChile, participaron en fondos concursables, misiones comerciales y actividades internacionales que les permitieron validar si su solución podía funcionar en otros mercados.

Sin embargo, el proceso no fue sencillo. Uno de los principales aprendizajes surgió al enfrentarse a diferencias culturales profundas en la forma de hacer negocios.

Mientras en Chile las conversaciones suelen ser directas y orientadas rápidamente a resultados, en mercados como México o Colombia el componente relacional tiene mucho más peso. Antes de hablar de contratos o presupuestos, los clientes querían conocer a las personas detrás de la empresa, generar confianza y construir vínculos.

Percus comprendió que internacionalizarse no significaba imponer su forma de trabajar, sino adaptarse a las dinámicas culturales de cada país. A esta idea la denominaron “empatía exportadora”.

Antes de continuar, analiza lo siguiente:

La experiencia internacional de Percus evidencia que exportar servicios implica mucho más que ofrecer una solución técnica. Comprender la cultura de negocios, las expectativas y la forma de relacionarse de cada mercado puede ser tan importante como la calidad del producto.

Reflexiona

Muchas empresas fracasan en mercados internacionales porque asumen que lo que funciona localmente servirá igual en cualquier lugar. ¿Qué tan dispuesto estarías a modificar tu forma de negociar para adaptarte a otra cultura?

4. Crisis y cambios de mercado: Saber cuándo insistir y cuándo retroceder

Uno de los mercados prioritarios para Percus fue Colombia. Allí consiguieron un cliente importante y comenzaron a invertir tiempo, viajes y recursos para expandirse.

Sin embargo, un cambio político en el país modificó el clima de negocios. Las reformas y la percepción de riesgo hicieron que muchos potenciales clientes detuvieran inversiones y postergaran proyectos.

La empresa tuvo que tomar una decisión compleja: continuar insistiendo o redirigir sus esfuerzos hacia otros mercados. Finalmente optaron por mantener presencia mínima en Colombia, pero dejar de invertir activamente hasta que las condiciones fueran más favorables.

Además, después de la pandemia enfrentaron dificultades financieras derivadas de la reducción de presupuestos de sus clientes. Aunque no perdieron contratos, sí debieron ajustar proyectos y controlar cuidadosamente sus gastos.

Es momento del análisis

Percus entendió que internacionalizarse también implica leer constantemente el contexto político, económico y regulatorio de cada país. Persistir es importante, pero también lo es reconocer cuándo un mercado deja de ser favorable.

Reflexiona

No todas las dificultades se solucionan insistiendo más. A veces la mejor decisión estratégica es detenerse, reevaluar y buscar nuevas oportunidades. ¿Cómo reaccionaría tu organización frente a un cambio externo que afectara directamente su crecimiento?

5. Desafíos: convertirse en expertos para generar valor

En Chile, donde el mercado es pequeño, resulta común que las empresas acepten proyectos diversos para crecer rápidamente. Sin embargo, al salir al extranjero, comprendieron que esa diversidad no necesariamente generaba credibilidad.

La empresa comenzó entonces a enfocarse fuertemente en la industria previsional y financiera. En lugar de mostrar pocos proyectos en muchos sectores, pudieron demostrar experiencia profunda trabajando con varias administradoras de fondos de pensiones en distintos países.

Esa especialización les permitió posicionarse como expertos, aumentar la confianza de sus clientes y justificar un mayor valor por sus servicios.

Detente para el siguiente análisis

La experiencia de Percus demuestra que la especialización puede transformarse en una ventaja competitiva poderosa. Mientras más profundo es el conocimiento de una industria específica, mayor capacidad existe para aportar valor diferenciado.



Reflexiona

Intentar abarcar demasiados mercados o industrias puede dificultar la construcción de una identidad clara. ¿Tu organización está construyendo experiencia reconocible o dispersando sus capacidades en demasiadas direcciones?

6. Estrategia de expansión: Mirar el mundo con ambición y humildad

Hoy Percus opera en varios países y continúa avanzando hacia nuevos desafíos, incluyendo su expansión al mercado estadounidense desde una base establecida en Canadá.

Para sus fundadores, internacionalizarse requiere una combinación poco habitual: pensar en grande, pero al mismo tiempo actuar con humildad. Significa reconocer que una empresa chilena puede competir globalmente, pero también entender que cada mercado tiene necesidades, ritmos y culturas distintas.

Por eso insisten en la importancia de viajar, conocer los mercados en terreno, escuchar activamente y construir relaciones antes de esperar resultados inmediatos.

La experiencia de Percus demuestra que la internacionalización no ocurre de un día para otro. Es un proceso de aprendizaje continuo donde la paciencia, la empatía y la capacidad de adaptación son tan relevantes como la tecnología o la estrategia comercial.

¡Alto! Detente para hacer el último análisis

La visión de Percus combina ambición global con capacidad de adaptación local. La empresa entendió que crecer internacionalmente no consiste solo en exportar servicios, sino en desarrollar una mentalidad abierta al aprendizaje constante.



Reflexión estratégica

Pensar globalmente exige salir de las propias certezas y aprender a mirar otras realidades con apertura. ¿Tu organización está preparada para aprender de otros mercados o solo espera replicar lo que ya conoce?

La historia de Percus demuestra que internacionalizarse implica mucho más que vender en otros países: requiere comprender distintas culturas, adaptarse y crecer desde la especialización, la empatía y el aprendizaje continuo.

