

AFIANZARÁN ALIANZAS CON RETAILERS EN EL PAÍS

El negocio de la inspiración: Pinterest busca crecer en Chile impulsado por la generación Z

La red social basada en imágenes recientemente lanzó un proyecto con Sodimac, para aterrizar la experiencia digital de buscar referencias de decoración.

CATALINA MUÑOZ-KAPPEL

Decoración, cortes de pelo o, más recientemente, disfraces. Estas son solo algunas de las categorías que las personas buscan en Pinterest, la red social basada en imágenes fundada en 2010, que ha hecho de la inspiración un negocio. Sus ingresos vienen de la publicidad, que en el segundo trimestre crecieron en 21% anual hasta US\$ 854 millones.

El VP y director ejecutivo para Latinoamérica de Pinterest, André Loureiro, afirma en conversación con "El Mercurio" que la región es la que más crece en ingresos, en donde Chile es uno de los países que ha contribuido a este aumento. Chile es el cuarto mercado con más usuarios de la región, y en 2022 Pinterest lanzó el negocio de publicidad en el país.

Dos marcas con las que ha trabajado Pinterest en el país son Kérastase L'Oréal Chile y Sodimac. Recientemente, con Sodimac lanzaron un proyecto para aterrizar la experiencia digital de Pinterest. Loureiro narra que hay decoraciones para Navidad que se verán en la red social y que se podrán comprar en el *retailer*, pero también en las tiendas se podrán escanear códigos QR para buscar referencias de decoración en Pinterest.

"Este tipo de ideas es un ejemplo del 'hambre' que hay en términos de la alianza que tenemos con los actores del mercado chileno. Y



André Loureiro, VP y director ejecutivo para Latinoamérica de Pinterest.

esperamos que desde aquí podamos también exportar este tipo de innovaciones para el resto de la región", dice el ejecutivo brasileño.

Por otro lado, Pinterest tiene herramientas que les permiten a las marcas conocer qué tendencias están buscando los chilenos, con lo que se pueden adelantar a las necesidades de compra futura. Por ejemplo, entre el primer trimestre de 2023 y el mismo período de este año, las categorías que más crecieron en búsquedas son

"moda de hombre", en un 34%, belleza (27%) y "comida y bebida" (21%).

Crecimiento y seguidores

Pinterest tiene un gran interés por seguir creciendo en el país. "Chile es un mercado increíble en términos de grandes *retailers* (...) Una cosa que veo, viniendo de afuera, es que hay un ecosistema de actores muy sofisticados. Los grandes *retailers* de Chile son muy importantes, no solo para el país, sino para la región", afirma Loureiro.

En ese sentido, el foco ha estado puesto en conectar de mejor manera la búsqueda de inspiración de las personas con los artículos que tienen a la venta sus aliados en publicidad. Aunque Loureiro no descarta que en el futuro Pinterest tenga un *marketplace*, un lugar para comprar directamente de la plataforma como han implementado varios de sus competidores, afirma que las inversiones están centradas en crear una experiencia más directa entre la inspiración y el producto a comprar.

Uno de los puntos fuertes es que pese a que fue lanzada hace más una década, han logrado conquistar a las nuevas generaciones. El 40% de su audiencia pertenece a la generación Z, aquellos nacidos desde mediados de la década de 1990 hasta finales de los 2000. Loureiro atribuye este rejuvenecimiento de Pinterest a que la red social tiende a ser un lugar donde las personas se pueden enfocar en sí mismos. "Lo llamamos un oasis de positividad, un lugar donde se enfocan en ellos, en sus planes, deseos e inspiraciones", señala.