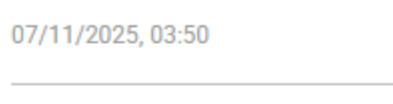


EL PAÍS > EL EMPRESARIO

# Creó una plataforma para la empresa donde trabajaba, la transformaron en startup y ahora crece en el exterior

Gonzalo Monzón cofundó Encuentra, una solución especializada en gestión de inventario para e-commerce que ya captó clientes en Perú, Colombia, Chile y Argentina



Antonio Larronda

07/11/2025, 03:50

Compartir esta noticia



0 Comentarios

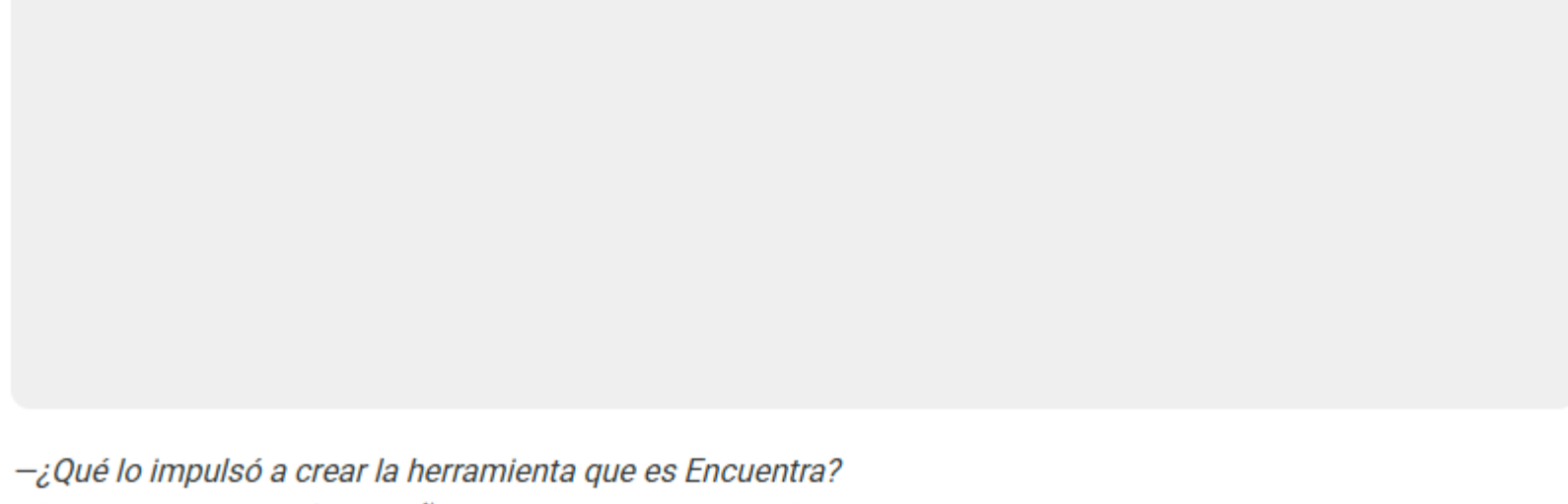


Gonzalo Monzón, cofundador de Encuentra. Foto: Leonardo Mainé

**Gonzalo Monzón tiene 38 años y dirige Encuentra, la startup especializada en gestión de inventario para e-commerce** que creó mientras trabajaba en Stadium para resolver ese problema en la empresa. Es montevideano -de la zona de Lezica-, pero a los cinco años se fue a vivir a La Paz (Canelones). Es licenciado en Sistemas en la Universidad de la Empresa y cursó soporte informático en Universidad ORT. Se define como **emprendedor**, pero sobre todo como «hacedor», y se obsesiona con resolver problemas mediante tecnología. Encuentra crece a un ritmo de 30%, suma clientes locales, pero principalmente en el exterior, donde concentra sus energías a futuro. Tiene una hija de tres años, con quien comparte su tiempo libre.

## MIRÁ TAMBIÉN **Conquistaron el mercado local con su software de logística y ahora apuestan a Perú, Colombia y México**

—*Creó la plataforma mientras trabajaba en Stadium. ¿Cómo se gestó el proyecto?*  
 —En mayo de 2005 ingresé a Stadium, con 18 años, como auxiliar de depósito. Al poco tiempo pasé a administración, porque en el Día de la Madre necesitaban que enviara los regalos que se entregaban con cada compra. Seguí en el área de logística hasta que, tres meses después, abrí una sucursal en Las Piedras. Acepté porque me quedaba cerca de casa y ahí pasé a ser vendedor. Al año surgió la posibilidad de abrir una sucursal en Tacuarembó y ofrecían un sueldo y una casa. Como tengo a toda la familia de mi padre allá, me postulé y quedé. Ahí fui como vendedor y segundo encargado, el que asiste al encargado. Pero al tiempo, sentí que quería hacer algo más y que no era en Tacuarembó. Así que decidí volver a Montevideo a retomar la carrera. Hablé con uno de los fundadores de la empresa y le expliqué que quería volver a estudiar, pero que me encantaría seguir trabajando con ellos. Ahí me mandaron a una sucursal que habían transformado en un local solo de calzado deportivo, en Agraciada y Emilio Romero, como responsable de exhibición, vendedor y segundo encargado. Me iba bien y avanzaba en la carrera; ya hacía páginas web. En 2008 se abrió un llamado para diseño gráfico en la empresa, me presenté y quedé.



—¿Qué lo impulsó a crear la herramienta que es Encuentra?

—Cuando cursaba el último año de facultad, surgió que Stadium necesitaba implementar su e-commerce. Entonces, me junté con mis dos compañeros de carrera -teníamos que definir la tesis- y les dije: «vamos a hacer el e-commerce de Stadium». Lo hicimos, y durante dos años funcionó, hasta que llegó Fenicio. Stadium me dio el puesto de encargado del departamento de Sistemas en 2014, y ahí comencé a ver todos los problemas de negocio de la compañía. Como **tengo devoción por hacer soluciones**, empecé a generar cosas. La primera fue un dashboard de venta para el directorio, para que vieran lo que iban vendiendo las sucursales en sus celulares. Hasta ese momento, debían ir a la computadora de su oficina para hacer eso. Hice muchos (desarrollos) más, hasta que ese mismo año visité el depósito nuevo, y en una reunión con Recursos Humanos dijeron que el problema más grande que tenían era la alta rotación en logística, porque se demoraba unos dos meses en capacitar al personal y trabajar al 100%, cuando a los seis meses se iban. Entonces entendí que había que bajar la curva de aprendizaje con tecnología. Así **decidí crear un «GPS» del stock, al que llamé Encuentra**, que permitiera a cualquier persona encontrar un par de championes en un depósito de 5.000 metros cuadrados sin tener idea previa de donde estaba. Cada persona tenía un dispositivo que le decía en qué estante y en qué lugar estaba el producto que buscaba. Incluso, cuando leía el código de barras, le confirmaba si era el (artículo) que estaba buscando o no. Sin saberlo, había hecho un warehouse manager. Pasamos de pickear 10 unidades por hora a una por segundo, optimizando la ruta de búsqueda y haciendo caminar menos dentro del centro logístico.



Gonzalo Monzón. El cofundador de la empresa proyecta que su mayor crecimiento será en el exterior. Foto: Leonardo Mainé

—¿Desde cuándo tiene ese espíritu emprendedor?

—Desde siempre. A los 13 años, mi tío me preguntó qué quería de regalo de cumpleaños y le dije: «una bordadora». Yo vivía en un complejo de viviendas donde cada 15 días cortaban el pasto y se le pagaba a una persona para hacer eso. Entonces pensé: «esto lo puedo hacer yo». Y así fue. Hasta el día de hoy, siempre estoy buscando hacer cosas. En Stadium, un día vi que la empresa tenía un problemita cuando el cliente quería reclamar una garantía, porque se manejaba con una planilla de Excel. Entonces hablé con el encargado de logística y le dije que había hecho una herramienta para guardar cada reclamo en una base de datos, para que cualquier persona de cualquier sucursal pudiera ver el estado. La aplicaron y hasta hoy funciona. **Esa fue la primera vez que me percibí como intraemprendedor**. La empresa me daba el espacio para hacerlo.

—¿Cuándo esa herramienta se transformó en una empresa?

—En 2015, cuando la empresa hizo una consultoría en **logística** y en el resultado les dicen que necesitan un sistema de gestión de depósitos, justo lo que yo había creado. Ahí nos dijeron que ese problema lo tenían el 90 % de los **retailers** de Uruguay y de América. Entonces, Daniel -uno de los dueños de Stadium- me llamó para decirme que quería hacer una empresa para comercializar el producto y que me quería como socio. Ahí se sumó Gastón Nochowicz, el tercer socio, y comenzamos con tiendas clientes de Stadium. Hasta que llegó un Cyberlunes y nos mostró que, si bien teníamos aceitado el picking de los productos, teníamos errores porque en e-commerce hay más áreas involucradas. Investigué y concluí que éramos muy buenos en el pick, pero malos al empacar y despachar. Entonces creamos los módulos de pick y envío; luego amplié la herramienta a otro tipo de rubros. Hasta 2019 teníamos clientes pequeños; ese año fue el del gran salto por dos grandes. Uno es Forus, grupo que cuenta con varias marcas en Uruguay. Cuando implementaron Encuentra, el tiempo promedio de preparación por pedido (entre picking, packing y shipping) pasó de 15 minutos a uno. El otro cliente fue El Rey del Entretenimiento, con quienes crecimos mucho, sobre todo cuando llegó la pandemia. Ahí sumamos más equipo y hoy somos 10 personas y tenemos 28 clientes. El más grande es el marketplace de Santander, pero tenemos otros que, si bien en volumen de productos son chicos, manejan artículos de alto valor, como partes de parques eólicos que llegan a US\$ 500.000.

—¿Cómo define a Encuentra?

—Hoy ofrecemos un sistema de gestión de depósitos principalmente para e-commerce, porque nos dimos cuenta que los sistemas que resuelven los problemas de la logística ya existen y son muy buenos, pero que resuelvan el de los vendedores de e-commerce hay pocos. Y esa es nuestra principal ventaja competitiva. También tenemos clientes que adquieren el producto para controlar inventario, pero un **90% de la facturación es e-commerce**.

—Comenzaron con experiencia en el sector moda. ¿Cuáles son los principales rubros que atienden hoy?

—La mayoría son del rubro moda, como **Forus y La Isla**. También tenemos representantes y distribuidores de alimentos que venden al por mayor, **mueblerías como La Cueva y Muebles web**, otros que son empresas de **fulfillment** -o sea, clientes que gestionan productos de varias marcas-, entre ellas, DAC y Distrilogic.



Gonzalo Monzón. El cofundador de Encuentra indicó que el 90% de su facturación proviene de e-commerce. Foto: Leonardo Mainé

—¿En qué momento llegaron al punto de equilibrio?

—Este año. Hasta ahora habíamos reinvertido todo. Los dos socios nos dedicamos a esto full time -yo desde 2022- y reinvertimos mucho. Crecimos sin inversión, ha sido todo orgánico.

—¿Cuántos movimientos procesan por año y cuánto crecen?

—El año pasado alcanzamos los 2 millones de pedidos, un 30% más que el año anterior. Este año estimamos cerrar con un crecimiento del 25%. En facturación llegamos a US\$ 500.000 anuales y esperamos crecer un 20% este año. El plan es llegar a los US\$ 2 millones en tres años.

—¿Cómo es su modelo de negocio actualmente?

—Hasta el año pasado cobrábamos un monto fijo, pero lo cambiamos por un fee por pedido, con un base fija. El plan es que el año que viene todos los clientes se rijan por este nuevo modelo. El fee es igual para todos, sin importar el valor de la mercadería que muevan. Si vendés poco, pagarás lo básico; y si crecés, pagarás solo el incremento.

—Hoy cuentan con clientes en varios países, ¿cómo se dio la internacionalización de la empresa?

—De la mano de Forus. Ellos habían visto los resultados en Uruguay y cuando estaban armando sus centros de distribución en Colombia y en Perú, nos pidieron propuestas de implementación para esos mercados. Eso fue en 2019. Nos aprobaron e ibamos a comenzar en Colombia, pero llegó la pandemia. Retomamos más tarde y así llegamos a Perú en 2022. En 2023 lo hicimos en Colombia, primero en zona franca y en febrero de este año en su depósito nacionalizado. Además, en 2022 un empresario nos contrató para implementar nuestra tecnología en un centro de fulfillment en Chile. Hoy tiene unas 60 cuentas conectadas con Encuentra y procesa unos 1.000 pedidos por día. El año pasado desembarcamos en Argentina con un cliente y este año cerramos con dos más. El mercado generamos una alianza con un implementador local para que comercialice nuestro producto en ese mercado. Hoy el negocio internacional es un 40% de la facturación.

—¿Cuál es el plan en el exterior?

—Ahora estamos en plena ronda de inversión de entre US\$ 300.000 y US\$ 500.000 para crecer más fuerte en el exterior, porque es donde vemos más potencial de expansión. Pero también para implementar nuevas soluciones e inteligencia artificial. En Uruguay aún cuesta que los clientes valoren lo que ofrecemos. Acá es una venta más consultiva, tenemos que mostrarle primero qué tiene mal para después brindarle la solución.

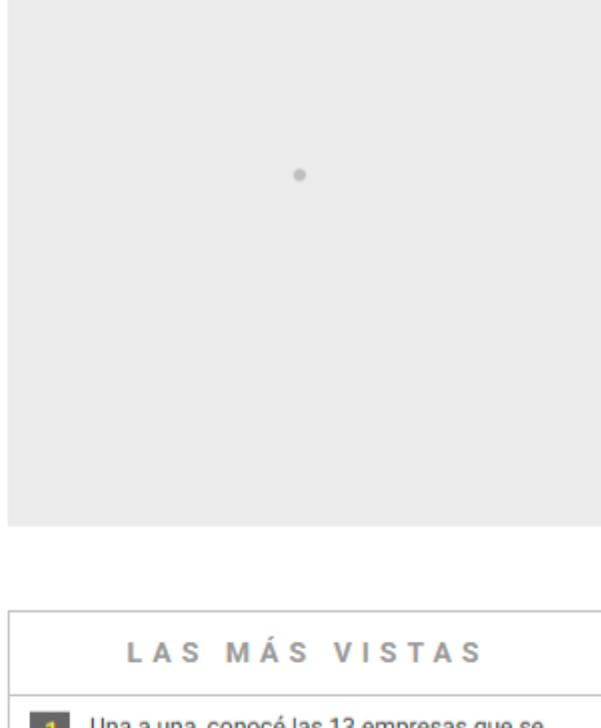
## «QUEREMOS CONSOLIDAR URUGUAY Y CRECER EN ARGENTINA»



Gonzalo Monzón, cofundador de Encuentra. Foto: Leonardo Mainé

—¿Cuáles son los planes a futuro de la empresa?

—Primero, consolidarnos y ser un jugador relevante en Uruguay, dentro del ecosistema digital. Hoy somos un 30% del tráfico de que mueve Fenicio en el país, que es el 70% del tráfico online de plataformas por fuera de Mercado Libre. Además, este año nos estamos certificando con Mercado Libre para ofrecer nuestra solución allí. Creemos que eso será un antes y un después para nosotros, pero además confiamos en que podemos sumar porque tenemos muchas herramientas para que se cumplan los envíos Flex de los clientes en la plataforma. A nivel internacional, nuestro objetivo es explotar en Argentina, cerrar con más del doble de clientes en ese país y que sea nuestro principal mercado el año que viene. Hoy es el país en el que más interés tenemos, pero además es el que más nos demuestra interés por parte de los clientes. En materia tecnológica, sumaremos inteligencia artificial para optimizar el picking y dirigir en función de datos: decir qué mandar primero, adelantarse a la demanda y cuando se reciba mercadería, que te aconseje ponerlo en un lugar cercano si existe alta demanda.



LAS MÁS VISTAS	
1	Una a una, conocí las 13 empresas que se presentaron por los derechos de TV del fútbol uruguayo
2	Caso Danza: tras fallo de la Jutep, que desoyó informe técnico, sube la tensión entre gobierno y oposición
3	El cometa que revivió la predicción más inquietante de Hawking: ¿qué hay detrás de la extrañeza del 3U/ATLAS?
4	Una historia de amistad detrás de cafetería montevideana que se ganó un lugar entre las mejores de Latinoamérica
5	Brasil se «abarata» más para los uruguayos, con productos que tienen diferencia de precios de 232% y hasta 394%
6	Nacional le ganó julio a Thiago Helguera tras reclamo del futbolista: «Fue una situación mal manejada»
7	Tratar de conquistar el mundo: hora y dónde ver Palma vs. Peñarol en la final de la Intercontinental de futsal
8	Diego Lugano, excapitán de la selección, fue demandado por Tenfield por una cifra millonaria: los motivos
9	¿Cómo evalúan los uruguayos la gestión de Yamandú Orsi? «Hay un aumento de los juicios negativos», según Cifra
10	Slim revive en Uruguay debate por reducción de la jornada laboral; propone trabajar solo tres veces por semana

## Últimas Noticias

- 12:06 **El cruce subido de tono de L-Gante y la uruguayaya Evitta Luna en vivo en Olga: «Podemos empezar hoy mismo?»**
- 12:00 **Cómo sentirse bien con lo que uno tiene y no desear la vida de los demás, según la filosofía estoica**
- 11:47 **Doble homicidio en Paysandú: jóvenes que estaban dentro de un auto estacionado fueron baleados**
- 11:45 **Choque aparatos en Cordón: uno de los conductores presuntamente cruzó con roja y quedó atrapado en su auto**
- 11:40 **Tribu Charrúa, goles uruguayos por el mundo: Nández en Arabia, Zalazar en Europa League y el Caute en Bolivia**
- 11:40 **OSE realiza corte de agua en Montevideo para este viernes 7 de noviembre por rotura troncal: la zona afectada**

