



Los socios de Pedidos Ya, Ruben Sosenke, Álvaro García y Ariel Burschtin. M. CERCHIARI

EL MENÚ ESTÁ ONLINE

La empresa **Pedidos Ya** se afirma en Latinoamérica y ampliará sus servicios a la tecnología móvil

POR CECILIA AMORÍN
camorin@observador.com.uy

En la pizarra blanca que se ve al entrar en la oficina se lee "¡Pedidos Ya la rompe!". Además un esquema ilustra la idea en la que, según los emprendedores Álvaro García, Ariel Burschtin y Ruben Sosenke, siempre hacen énfasis. "Lo que más nos ha servido a nosotros es ejecutar rápido, pero inteligentemente. Se puede tener mucha energía pero estar en muchas cosas a la vez, y ahí se pierde el foco. El que mucho abarca poco aprieta", explicó García.

Pedidos Ya es un servicio que permite ver la oferta gastronómica centralizada de una ciudad a través de la web y realizar pe-

dididos de comida online. Según cuenta Sosenke, el prototipo se comenzó a trabajar en 2008 tras una idea surgida de un trabajo universitario.

La empresa nació como respuesta al ejercicio de una materia que cursaban en la Universidad ORT. "Tuvimos que pensar un proyecto en 30 minutos y luego pasar al frente para contarlo a toda la clase. Empezamos a pelotear ideas y nos gustó trabajar sobre Chivitos Marcos, donde identificamos un sistema de trabajo bastante caótico, con muchos gustos que son propuestos (al cliente) muy rápido", contó García.

Los compañeros de estudio se propusieron hacer una página web que presentara todas las opciones para armar el chivito

personalizado y luego pensaron en incluir otros restaurantes. "Imaginate un sitio web donde puedas ver toda la oferta gastronómica", soñó uno de ellos mientras preparaban la exposición de clase. En seguida lo proyectaron a otros países. "Seríamos como un Mercado Libre de comidas", concluyó otro.

Sin embargo, cuando pasaron al frente el plan de negocio que presentaron fue una empresa de diseño web en Estados Unidos. "Teníamos miedo que nos robaran la idea y entonces dijimos cualquier cosa", recordó risueño García.

La idea los entusiasmó mucho desde el comienzo y no dudaron en llevarla a un proyecto serio.

Continúa en página siguiente

Con el ojo puesto en crecer

Continuación de Pág. 1.

Los primeros inversores fueron sus padres, que aportaron US\$ 1.000, y quienes además les compraron sus primeros escritorios y computadoras. Después de esa inversión, los tres subrayaron orgullosos que lograron manejarse solos.

Esfuerzo inicial

En su primera oficina, un monoambiente en el barrio Céntrico, alternaban el trabajo de su proyecto Pedidos Ya, con el servicio de desarrollo de software para Infocorp, Arkano Software y otras empresas locales. Esa situación, cuentan los emprendedores, los complicaba bastante.

"Mayormente, los obstáculos eran financieros; obviamente no percibíamos ningún ingreso personal hasta no hace mucho, todo lo que recuperábamos era para reinvertir en la oficina y pagar los gastos para seguir con el proyecto", recordó Sosenke.

García resaltó la ventaja de no tener aún obligaciones familiares como uno de los alicientes para animarse a la aventura de emprender. "La verdad es que nos llenaba de adrenalina, era algo muy divertido lanzar algo por nuestra cuenta, todavía me acuerdo cuando compré la primera laptop, era algo monumental, como estar invirtiendo en mi futuro. Todo eso compensaba un poco el riesgo", dijo.

Con las valijas prontas

A Uruguay lo tomaron como laboratorio. "Las ideas que probamos aquí después las llevamos para afuera", explicó García. En Chile y Puerto Rico, donde consiguieron representantes, operaron desde los inicios, pues las ganas de insertarse en el exterior ya estaban desde el arranque.

En Uruguay lograron afianzarse y ahora el principal cometido es expandirse más a nivel internacional. "El 80% de las transacciones estaba centrado en Uruguay. Actualmente Buenos Aires y San Pablo, que son los dos primeros grandes mercados que queremos atacar, están empezando a generar muchísimo más volumen", especificó García. El cometido es crecer a nivel de oferta, que pretenden elevar a 2.000 restaurantes para fin de año y se tienen fe para superar el objetivo.

Hoy cuentan con 170 restaurantes en Montevideo, 240 en Buenos Aires, 55 en San Pablo, ocho en Santiago de Chile y cuatro en Puerto Rico. "En cantidad de pedidos, de enero a mayo, igualamos a todos los realizados



Los tres egresaron de la Universidad ORT y se especializaron en gerenciamiento y negocios. M. CERCHIARI

Espaldarazos que ayudaron a consolidarse

Contaron con la mentoría de algunos amigos empresarios, como el CEO de Interactive Networks, Pablo Salomón, o el gerente de Nuevas Tecnologías de Microsoft Uruguay, Pablo García. "Lo que nos ayudó mucho en los comienzos fue construir el plan de negocios, parece un poco básico, pero fue muy importante el hecho de bajar a tierra la idea. En eso nos ayudó el Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT", contó Sosenke. El Ministerio de Industria fue el primero en ayudarlos a nivel económico con US\$ 5.000 del

premio Desarrollo de Nuevos Emprendedores, con los que compraron servidores. Más tarde se presentaron en la ANII, en el programa Jóvenes Emprendedores, que les permitió lanzar el primer prototipo. En octubre de 2009 junto con el apoyo del Fondo Emprender, que les otorgó capital semilla, se lanzaron a nivel comercial. En 2011 llegó una destacada capitalización por parte de inversores locales, argentinos, y el venture capital londinense Atómico. Actualmente son Candidates de Endeavor.

desde que comenzamos en 2008. Obviamente es reflejo de la inserción en otros mercados", explicó Sosenke.

La expansión por Latinoamérica fueron haciéndola "a distancia", desde sus oficinas centrales de Montevideo. Ahora los empresarios viajan con frecuencia a las ciudades en las que están operando. Por ejemplo Burschtin se excusó durante la entrevista, tomó unos bolsos y se despidió pues partía a San Pablo en unos minutos. García viajaba al día siguiente. Explicó que están buscando replicar el negocio pero esta vez con una injerencia directa. Van por cada ciudad abriendo oficinas y contratando gente, de modo de consolidar el servicio.

De ser sólo tres en la empresa pasaron a tener oficinas en cinco países y con 24 empleados.

Los emprendedores están concretando algunas alianzas para empujar Chile y Puerto Rico y la idea más próxima es atacar México y Colombia.

"Antes decíamos que queríamos estar en las 13 principales ciudades, pero ahora hablamos de los 13 principales países. Nos dimos cuenta que en Brasil también se puede aprovechar Río de

APUNTE

¿Probaste?

Una de las principales vías de "captura" de usuarios es a través de Google. "El buscador tiene un algoritmo que prioriza las páginas cuando se busca información y como nuestro sitio tiene mucho contenido por la cantidad de perfiles, restaurantes y comentarios; cuando ponés el nombre de un restaurante, aparecemos primero", sintetizó García. De todas formas, afirman que la principal herramienta de marketing, más allá de Google y las redes sociales, es el boca a boca de los usuarios. "El año pasado no hicimos nada de promoción y crecimos al 30% por mes", indicó García.

Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte y un montón de otras ciudades de donde ya nos han llegado contactos que estamos postergando para poder enfocarnos en desarrollar bien San Pablo que es gigante. Estamos eligiendo entre crecer rápido y crecer ordenado", compartió García.

Aseguran que hoy son la empresa líder del rubro en América Latina y que apuntan a afirmar ese camino. "Recién hay algo de competencia, pero no hay nadie que esté a nivel internacional en más de un país como nosotros", dijo.

Su orden está pronta

El servicio de Pedidos Ya propone conectar restaurantes con consumidores, fomentando variedades gastronómicas, con el fin de ser un canal más rápido y fácil que la orden telefónica. "Además queremos mostrar nuevas opciones de platos, que no sea simplemente pedir pizza o empanadas, sino empezar a probar otras comidas como sushi o comidas saludables", explicó García.

Otro beneficio son las promociones, con descuentos exclusivos para los usuarios de la web.

A los restaurantes les ahorra

30.000

Usuarios. Más de esa cifra tienen registrados en la plataforma. Un tercio más que hace tres meses.

477

Restaurantes. En total participan del proyecto actualmente. 347 más que en Diciembre de 2010.

240

Restaurantes Argentinos. Sólo eran 14 en febrero. En cuatro meses también superaron la oferta uruguaya de 170 restaurantes.

50%

Transacciones. Es el porcentaje de aumento mensual de los pedidos. En diciembre se aceleró el proceso que crecía al 30%.

el trabajo de tomar las órdenes telefónicas, la página cuenta con toda la información de las cartas, inclusive los precios. "Las ventas por internet incrementan 30% las de los restaurantes", explicó García. A la mayoría de los locales se les informan los pedidos mediante la computadora. Esto, según los emprendedores, les permite ahorrar costos y es lo que les posibilita empezar a otorgar descuentos y promociones.

"Tenemos un equipo de gente que hace el relevamiento puerta a puerta y después se empezó a dar que los mismos restaurantes quieren estar y se contactan", dijo García.

Los socios de Pedidos Ya explicaron que la idea es prestigiar la oferta, por ello realizan un filtro en la elección de restaurantes. "Trabajamos desde pequeñas hasta grandes empresas internacionales como Burger King, siempre que ofrezcan un buen servicio. No necesariamente tienen que ser marcas reconocidas, pero sí ofrecer un buen producto y entregarlo rápido", detalló García.

Lo nuevo

Los socios buscan darle mayor interactividad a la página y potenciar los descuentos diarios como atractivos, basados en la estrategia de conveniencia. Además del servicio de pedidos por Internet, cuentan con una versión a través de Tu TV, televisión interactiva, donde se puede realizar la orden a través del canal correspondiente en cada cable - operador.

Para acompañarse con las innovaciones, lanzarán en julio la aplicación para hacer pedidos desde el Iphone, un mecanismo que luego adaptarán para otros dispositivos móviles. "Vamos a hacer mucho hincapié en que el sistema no sea sólo para pedir por el sitio web, la idea es generar más comodidad", dijo García. ●