

# Restaurantes 2.0

Ya no es necesario levantar el tubo del teléfono para encargar un menú de comida. Se acabó la espera y que la línea esté ocupada. Ahora, con un solo click en la pantalla se puede ordenar el almuerzo o la cena. Ya son varias las empresas que utilizan la modalidad del delivery 2.0.



● Escribe: Elisa Tuyoré

Con el mouse se hace click en la opción pedir. Con ese simple movimiento se envía la solicitud de comida al restaurante, el cual la recibe en su PC. La orden la recoge un empleado del establecimiento y la manda al cocinero. Esa es la nueva modalidad de encargar un menú, sin pasar por las operadoras o tener que levantarse. En la pantalla el cliente tiene a la vista el listado de restaurantes, sus características y precios. PedidosYa es uno de los sitios que posibilitan esta cuestión con su servicio de delivery online, disponible a través de la web, de iPhone y Android. Además, varias empresas de cable, poseen el canal TuTV, el cual si el codificador está conectado a Internet, se accede a una tienda virtual que ofrece una variedad de servicios, entre ellos, el de ordenar comida con el control remoto. La nueva forma de pedir comida a través de Internet hace que la operación sea más eficiente y mejore la experiencia de compra del usuario. No solo se ahorran más tiempo en elegir el menú, sino que, además, pueden contar con más

información sobre los restaurantes y compararlos.

## PedidosYa

La idea del delivery online nació hace tres años de la mano de tres alumnos de la Universidad ORT: Ariel Burschtin, Ruben Sosenke y Álvaro García. En la clase llamada Actitud Emprendedora tenían que pensar un negocio en 30 minutos y, recordando los problemas que tenían los creadores, se planteó la dificultad de pedir chivitos a cierta chivitería de Montevideo. "Pensamos en un sitio Web donde los usuarios pudieran elegir los gustos y una PC en el local que recibiera automáticamente el pedido; al mismo tiempo nos dijimos que podríamos extenderlo a varios restaurantes y hacer una plaza de comidas online. ¡Seríamos como un MercadoLibre de comida!", contó a **Empresas & Negocios** Álvaro García, director de Marketing y fundador de PedidosYa. Lo que empezó siendo una idea, se terminó convirtiendo en un proyecto. El sitio se lanzó al público en octubre de 2009 en Uruguay. PedidosYa se convirtió en un sitio Web que encierra a los restau-

tes por zona y por el tipo de comida, para que el cliente pueda realizar los pedidos online sin tener que levantar el teléfono.

El público recibió conforme al nuevo emprendimiento, y lo que comenzó agrupando

➔ **PedidosYa** está presente en Argentina, Chile, Brasil, Puerto Rico y recientemente en Colombia. Trabaja con más de 2.500 restaurantes.

a 40 restaurantes se acrecentó a más de 150 y se extendió por Latinoamérica. Hoy están presente en Argentina, Chile, Brasil, Puerto Rico y recientemente en Colombia. Trabajan con más de 2.500 restaurantes incluyendo grandes marcas como Burger King, Kentucky Fried Chicken, Denny's, Presto, PFC, California Burritos, Benihana, Romario e Itamae Sushi.

"¡Fue y es una experiencia con mucha adrenalina!", aseguró el director de Marketing. En principio los mercados son abordados por Burschtin y García. Su tarea principal es ir, instalar las primeras raíces de PedidosYa adquiriendo restaurantes interesados en participar del lanzamiento del servicio y, a posteriori, armar un equipo comercial que continúe con esa tarea. "Se aprende muchísimo en el proceso de entender el mercado y cada uno tiene peculiaridades distintas en su cultura o, incluso, sistemas de ubicación distintos, que hacen que tengamos que adaptar un poco el producto al mercado", explicó García.

## Mejorar la experiencia del usuario

El sitio Web presenta ventajas y beneficios para los usuarios de delivery. En la actualidad, la gente tiene menos tiempo para cocinar, por lo tanto, el delivery está más presente en la vida de los habitantes. PedidosYa evita típicas situaciones a la hora de pedir comida como teléfonos ocupados y errores en la toma de pedidos. Según explicó su fundador, los consumidores están más

sofisticados y ya no alcanza con comer pizza o chivitos, también quieren probar sushi, comida árabe o comida mexicana. PedidosYa reúne todo tipo de restaurantes, permitiendo a los consumidores "descubrir nuevos sabores y deleitarse". "Es más cómodo, sobre todo, con nuestro último lanzamiento de las aplicaciones para iPhone y Android. El consumidor puede realizar el pedido desde su sillón sin tener que prender la computadora y conectarse a Internet", añadió.

## Usuarios por cultura

Según García, los usuarios de cada país presentan características diferentes. El uruguayo no posee mucha cultura de comercio electrónico. En América Latina, en general, no se da esto, pero "gracias a las cuponeras online y compañías como Mercado Libre esta historia está cambiando rápidamente".

En Uruguay, a diferencia de Argentina o Brasil, hay una tasa de conversión mucho menor. Son más escépticos a la hora de comprar por Internet. En Brasil es algo muy común, que también se potencia por la adopción de tarjetas de crédito. "Recuerdo cuando compramos la primera impresora en Brasil, en una casa de computación, el vendedor lo primero que nos dijo fue: '¿Por qué no la compran por Internet que tienen un 20% de descuento?'", contó García.

## Delivery en TuTV

PedidosYa, actualmente, también participa del canal interactivo de TuTV con presencia en Montecable, TCC y Nuevo Siglo, donde los clientes de dichas cable-operadoras pueden realizar pedidos de comida a través de su TV. Con el decodificador conectado a Internet, el abonado selecciona el canal de TuTV y accede a una completa Tienda Virtual. Esta ofrece una gran variedad de servicios: pedir comida, pagar facturas, encargar garrafas o cargar minutos en el celular, entre otros. "TCC somos interactivos, eso quiere decir que le damos la posibilidad a nuestros abonados de hacer más cosas que simplemente ver televisión", aseguró a **Empresas & Negocios** Rafael Valek, jefe de Servicios Interactivos de TCC. Por ejemplo en el servicio de delivery, en función de la zona se ofrecen posibilidades de lugares y de comidas, el pedido es recibido por el co-

## Informe central

mercio y el delivery llega a la casa de los abonados con el pedido.

"Todos los servicios ofrecidos en TuTV tienen cosas en común: son rápidos, cómodos y fáciles", afirmó el jefe de Servicios Interactivos de TCC.

El servicio comenzó hace más de tres años. Según Valek, en ese momento era muy incipiente, hoy confirmaron que es el apropiado y lo será cada vez más si los abonados se conectan a Internet.

"Lo implementamos convencidos de que ofrecerá ventajas y soluciones, porque facilita y permite interactuar con la televisión", sentenció.

El servicio ha tenido gran éxito. Los abonados que lo utilizan han mostrado un gran nivel de satisfacción. "Confiamos en que en los próximos meses más y más abonados conecten su decodificador interactivo para disfrutar todas las ventajas de la TV Interactiva", concluyó.

#### Salir a comer

Internet ha abierto las posibilidades. Otro de los servicios que se brinda a través de la plataforma es una guía online de restaurantes, SalirAComer, ordenados por distintos criterios: nombre alfabético del lugar, por la dirección, zona o ba-

rrío donde se encuentra, tipo de cocina y rango de precios.

Es un espacio para que los restaurantes brinden información más detallada a los usuarios, y que a estos les sirva a la hora de elegir un lugar donde salir a comer, con fotos, descripción detallada, mapa y en algunos casos también la carta. Además, el usuario común, el verdadero cliente, da su opinión y califica al establecimiento. Esa puntuación es "democrática". El sitio no influye en la calificación otorgada, salvo en la no publicación de algunos comentarios insultantes u ofensivos. Un restaurante necesita un mínimo de cinco calificaciones para figurar en el ranking.

El sitio está disponible desde setiembre de 2002, primero en Uruguay y luego en otros países de América. SalirAComer no mantiene relaciones de compromiso con los restaurantes y la información básica publicada se hace en forma gratuita; solo aquellos que son miembros del sitio tienen un espacio de publicidad adicional en el que hacer llegar a los posibles comensales una descripción de su establecimiento, con fotos, servicios que ofrece y beneficios.

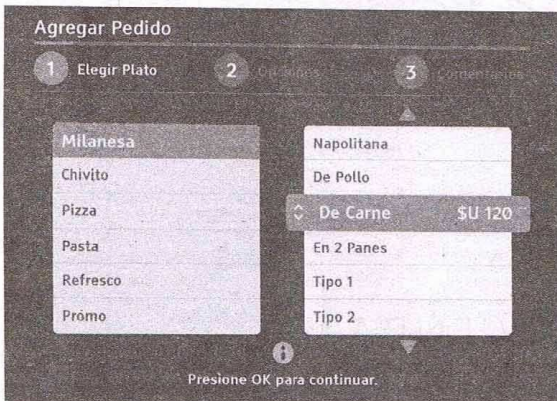
"Nos sentimos orgullosos de operar de facilitador en el rico intercambio de comentarios entre los diferentes comensales, o entre los comensales y los propietarios de los restaurantes, para que los primeros tengan un lugar en el que expresar libremente sus opiniones y compartirlas con sus pares, o para hacer llegar un elogio o una crítica constructiva al restaurante al que haya concurrido", establece el equipo de SalirAComer en su sitio.

La información se actualiza en la medida en que los restaurantes la envían o que se encuentre algo nuevo para

cambiar por el equipo de SalirAComer.

#### Ingresar comentarios

Para poder ingresar un comentario a un restaurante, primero, se debe contar con un usuario registrado y con un seudónimo. El registro es gratis y lleva solo unos minutos llenar los datos necesarios. Luego de que el usuario está habilitado, para realizar un comentario debe buscar el restaurante, por alguno de los métodos anteriores, e ingresar en la opción comentarios que aparece en la columna derecha de la lista de restaurantes. ←



#### Emprendiendo el negocio

El proceso de creación de PedidosYa fue apoyado por instituciones de la Red Emprender como la ANII, Fondo Emprender, que les aprobó un presupuesto de 25.000 dólares y un subsidio de 20.000. "Tuvimos el apoyo financiero y estratégico de inversores ángeles", aseguró el director de Marketing de PedidosYa. Hoy, son apoyados por dos firmas de capital de riesgo de renombre: Kaszek Ventures, la firma de capital de riesgo liderada por Hernan Kazah (co-fundador de Mercado Libre) y Nicolás Szekasy (ex CFO de Mercado Libre); y Atómico Ventures, la firma de capital de riesgo de tecnología fundada por Niklas Zennström (co-fundador de Skype).