

Link: https://www.emol.com/noticias/Economia/2023/03/09/1088770/emprendimiento-chile-empresas-cuestionario-perfil.html

La aplicación surgió en 2019 con el fin de generar un ecosistema de herramientas diseñadas para el mundo restauranero, y así potenciar el canal directo de la marca y no a través de intermediarios. #emolmlt-notafotos {float: none; clear: both; } #emolmlt-notafotos > p {background-color: #efefef; margin: 0px; padding: 25px; font-size: 16px; line-height: 24px; } #emolmlt-notafotos > img {width: 100%; border-bottom: 2px solid #ddd; } #emolmlt-notafotos ul {background-color: #efefef; } #emolmlt-notafotos div. emolmlt-foto, #emolmlt-notafotos ul > div {display: block; position: relative; } #emolmlt-notafotos div. emolmlt-foto img, #emolmlt-notafotos ul > div img {width: 100%; } #emolmlt-notafotos div. emolmlt-foto span, #emolmlt-notafotos ul > div span {position: absolute; bottom: 0px; right: 0px; background-color: rgba(0,0,0,0.7); font-size: 11px; color: #efefef; padding: 5px 8px; } #emolmlt-notafotos div. emolmlt-foto span {color: #efefef } #emolmlt-notafotos > ul li {position: relative; padding: 12px 30px 12px 30px; border-bottom: 1px dotted #ccc; margin: 0px; font-size: 16px; line-height: 26px; } #emolmlt-notafotos > ul li span {display: block; font-weight: bold; margin-bottom: 3px; color: #22404e; margin-top: -2px; } #emolmlt-notafotos > ul p {position: relative; padding: 15px 30px 15px 30px; border-bottom: 1px dotted #ccc; margin: 0px; font-size: 16px; line-height: 26px; position: relative; z-index: 0; } #emolmlt-notafotos > ul p:before {content: ""; position: absolute; left: 5px; top: 60px; font-size: 130px; color: #E3E3E2; z-index: -1; line-height: 0px; } #emolmlt-notafotos > ul p:after {content: ""; position: absolute; right: 5px; bottom: -6px; font-size: 130px; color: #E3E3E2; z-index: -1; line-height: 0px; } #emolmlt-notafotos > ul li b {color: #333; } #emolmlt-notafotos > ul li: before {content: "; display: inline-block; position: absolute; left: 12px; top: 20px; width: 8px; height: 8px; border-radius: 30px; background-color: #22404e; } #emolmlt-notafotos > ul li p span {font-weight: bold; display: block; margin-bottom: 5px; color: #333; } #emolmlt-notafotos > ul li p: last-child {border-bottom: 0px; } #emolmlt-notafotos > ul h4 {text-align: center; background-color: #22404e; padding: 13px; } #emolmlt-notafotos > ul h4 i {font-size: 35px; line-height: 35px; display: block; margin-bottom: 8px; color: #dfc799; } #emolmlt-notafotos span. emolmlt-sidefoto {float: right; width: 180px; text-align: center; border-left: 1px dotted #ddd; padding-left: 10px; margin-left: 10px; margin-bottom: 10px; } #emolmlt-notafotos span. emolmlt-sidefoto img {border-radius: 100px; width: 100%; border: 2px solid #ddd; margin-bottom: 3px; } #emolmlt-notafotos span. emolmlt-sidefoto b {font-size: 14px; line-height: 18px; color: #22404e; display: block; } #emolmlt-notafotos span. emolmlt-sidefoto i {font-style: normal; font-size: 12px; line-height: 18px; color: #666; display: block; } @media (max-width: 420px) {#emolmlt-notafotos > p {padding: 15px; } #emolmlt-notafotos span. emolmlt-sidefoto {width: 40%; text-align: center; } } Rodrigo Segal CEO de JustoJusto nació en 2019, pero fue gracias a la pandemia que su producto -un software de logística y delivery gastronómico- explotó, convirtiéndose en la segunda empresa chilena en ser seleccionada en Y Combinator. Hoy en día la aplicación aspira a ser el "one stop shop" para los restaurantes en la región, y empoderarlos para que recuperen el control de su negocio de delivery.

En "Lo pensó/lo hizo" de Emol, Rodrigo Segal, CEO de Justo, repasa los inicios de la empresa y su rápido crecimiento, además de sus principales desafíos: ¿Qué es Justo y qué necesidad cubre? Justo genera un ecosistema de herramientas diseñadas para el mundo restauranero, con el objeto de potenciar el canal directo de la marca y no a través de intermediarios. La solución tiene tres grandes componentes: Canales de ventas: Sitio e-commerce optimizado para restaurantes, aplicaciones móviles, tecnología para call center, herramientas de reserva, pedidos a la mesa, entre otros. Generación de demanda: gestión de publicidad en Google, Facebook e Instagram, E-mail marketing, carrito abandonado, y un sistema de loyalty.

Delivery: Tenemos más de 100.000 repartidores que entregan pedidos en tiempo y forma de acuerdo a los estándares de la industria. ¿Cuándo, cómo y dónde surge la idea? En 2019, junto con Nico López, mi socio, operábamos una agencia de desarrollo de software llamada Orionsoft. Dada la naturaleza del negocio, siempre teníamos que estar al día con las tendencias globales, y veíamos que el delivery de comida y sobre todo las apps, estaban en boom. Mientras planificábamos cómo podíamos proveer herramientas para este negocio, se nos acercó un grupo restauranero que nos mostró el gran dolor de la industria; las delivery apps estaban controlando el mercado y nadie les hacía contrapeso. Este grupo nos contrató para desarrollar su canal directo, y mientras lo hacíamos, entendimos que el tamaño de mercado era impresionante, y la tecnología que estábamos desarrollando era muy buena, lo que nos llevó a que en 1 mes ya tuviéramos 20 marcas activas. ¿Quién puso el capital inicial y cómo te

'Lo pensó/lo hizo' con Rodrigo Segal: Las proyecciones de Justo, la startup chilena que crece detrás de los restaurantes

por JAVIER, 9 de marzo de 2023. Fuente: EMOL.



La aplicación surgió en 2019 con el fin de generar un ecosistema de herramientas diseñadas para el mundo restauranero, y así potenciar el canal directo de la marca y no a través de intermediarios. La solución tiene tres grandes componentes: Canales de ventas: Sitio e-commerce optimizado para restaurantes, aplicaciones móviles, tecnología para call center, herramientas de reserva, pedidos a la mesa, entre otros. Generación de demanda: gestión de publicidad en Google, Facebook e Instagram, E-mail marketing, carrito abandonado, y un sistema de loyalty. ¿Qué es Justo y qué necesidad cubre? Justo genera un ecosistema de herramientas diseñadas para el mundo restauranero, con el objeto de potenciar el canal directo de la marca y no a través de intermediarios. La solución tiene tres grandes componentes: Canales de ventas: Sitio e-commerce optimizado para restaurantes, aplicaciones móviles, tecnología para call center, herramientas de reserva, pedidos a la mesa, entre otros. Generación de demanda: gestión de publicidad en Google, Facebook e Instagram, E-mail marketing, carrito abandonado, y un sistema de loyalty. Delivery: Tenemos más de 100.000 repartidores que entregan pedidos en tiempo y forma de acuerdo a los estándares de la industria. ¿Cuándo, cómo y dónde surge la idea? En 2019, junto con Nico López, mi socio, operábamos una agencia de desarrollo de software llamada Orionsoft. Dada la naturaleza del negocio, siempre teníamos que estar al día con las tendencias globales, y veíamos que el delivery de comida y sobre todo las apps, estaban en boom. Mientras planificábamos cómo podíamos proveer herramientas para este negocio, se nos acercó un grupo restauranero que nos mostró el gran dolor de la industria; las delivery apps estaban controlando el mercado y nadie les hacía contrapeso. Este grupo nos contrató para desarrollar su canal directo, y mientras lo hacíamos, entendimos que el tamaño de mercado era impresionante, y la tecnología que estábamos desarrollando era muy buena, lo que nos llevó a que en 1 mes ya tuviéramos 20 marcas activas. ¿Quién puso el capital inicial y cómo te

financias hoy? En el inicio, nos logramos financiar con capitales propios y algunos inversores ángeles de la industria. La siguiente etapa de Justo, comenzó cuando nos convertimos en la segunda empresa chilena en ser seleccionada en Y Combinator. A partir de ese momento, nos hemos ido financiando con varios fondos de venturas capital de la región y de Estados Unidos. Tu modelo de negocios: Queremos ser el one stop shop para los restaurantes en la región, y eso significa no solo proveer un SaaS, sino cualquier otra herramienta que simplifique la operación de estos restaurantes. Es por esto que, nosotros cobramos un porcentaje "justo" de las ventas y lo hacemos de manera modular.

Se pueden contratar solo los canales de venta por un 7%, solo el delivery a un precio fijo, o el paquete completo incluido que nunca supera el 12%. A la fecha hemos agregado varios módulos que pueden agregar por un click, como la reserva de mesas, tecnología de call center, email marketing, entre otros. Tu público objetivo: Nuestro público objetivo principal es el universo completo de restauranteros, desde la marca más grande, hasta la marca de barrio.

Obviamente hay restaurantes que ya tienen desarrollado un canal de delivery y eso les da una ventaja porque conocen cómo funciona el modelo, pero creemos fielmente que todo negocio debiese privilegiar su canal directo frente a otras alternativas. Hoy, muchas marcas pequeñas lo hacen vía Instagram o Whatsapp; nosotros los queremos ayudar a profesionalizar y mejorar el servicio que entregan a sus clientes. Adicionalmente, hemos expandido nuestro modelo a otros tipos de negocios, tal como las tiendas de conveniencia o minimarkets, así como también, comercios que venden otro tipo de productos, como vestimenta o alimento para mascotas. En todos ellos, la recepción ha sido muy buena y el ecosistema de Justo ha agregado valor, tanto para las marcas, como para los usuarios finales. Quién/quiénes son tu competencia: No hemos encontrado en toda la región una empresa que resuelva de manera tan integral la venta a través del canal directo en el mundo restaurantero como lo hace Justo. Sí tenemos competidores indirectos como las apps de delivery.

También hemos identificado competidores parciales que resuelven una parte del problema, algunos Online Ordering como Shopify, Wix, otros last milers que ofrecen el servicio express y, por último, todas las agencias de marketing digital que trabajan con restaurantes. Tres pasos clave que diste: Partir entendiendo el dolor con un cliente interno relevante en la industria. Muchas veces, se crean productos para satisfacer una necesidad teórica, pero al momento de aplicarla no funciona. Nosotros tuvimos la suerte de poder partir aprendiendo, y hemos mantenido el hambre constante por aprender y construir cosas que realmente agregan valor para los restaurantes.

Entregar nosotros el servicio de última milla para participar directamente en toda la experiencia de compra, desde el inicio hasta el fin y, por lo tanto, poder fomentar la recompra y el valor que esto genera para las marcas que operan con Justo. Hoy podemos concluir que tener un ecosistema con servicios integrados, y no tercerizados, genera una diferencia importante de cara a nuestros clientes. Quedar seleccionados en Y Combinator; aprendimos mucho y nos abrió los ojos en varios sentidos, para poder llegar a ser lo que somos hoy. Tu misión (lo que tienes que aprender): La búsqueda eterna por generar un ecosistema saludable en torno a los restaurantes e industrias similares, aprendiendo de cada uno de nuestros clientes y sus necesidades.

Aunque esto obviamente es un negocio, para nosotros tiene mucho valor aportar a una industria que lo pasó muy mal con el covid, que se vió obligada a cerrar sus puertas, y que hoy se enfrenta a altas comisiones y pérdida de control en la experiencia del usuario final. Para mí, Justo también tiene un pilar altruista que es parte de nuestra cultura, e incluso nuestro nombre; ser Justos. Tu propósito (lo que quieres lograr): Quiero empoderar a los restauranteros para que recuperen el control de su negocio de delivery, y que crezcan sus marcas para que nunca les deje de ir bien. Yo quiero que crezcan más allá de su barrio o sector y que lleguen a todos los clientes potenciales que pueden tener. Los mayores riesgos que enfrenta Justo: El mayor riesgo era que post-pandemia la gente dejase de pedir delivery. El mercado efectivamente se contrajo, cosa que era esperable, pero la buena noticia, es que esa contracción fue mucho menor a lo que se pensaba. Ordenar comida online se transformó en una costumbre que llegó para quedarse, por lo que los siguientes pasos necesariamente son profesionalizar y consolidar el servicio a domicilio que dan los restaurantes. Qué mercado apuntas a conquistar: Hoy estamos presentes en 6 mercados: Chile, Perú, Ecuador, Colombia, Costa Rica y México. El plan es consolidar estos 6 países. A quién admiras: Admiro a Steve Jobs, por su visión, por su desplante, por su capacidad de crear ecosistemas que realmente generan un impacto en quienes lo usan.

Cómo te ves en cinco años: Me veo aun en Justo con una empresa saludable, líder de mercado, pero con una solución muchísimo más integral para la industria restaurantera, consolidando nuestra misión de ser el one stop shop para restaurantes de la región. Empresa chilena preferida: Not Co.

Chile, ¿un buen lugar para invertir? Sí, es un mercado muy exigente, con muchísima densidad de talento, con mentalidad global y están apareciendo cada vez más y mejores actores en el mercado. ¿El Estado es un facilitador o un obstáculo para tu negocio? Diría que ninguna de las anteriores. Tus máximas son: Follow the market fit: MVP cortos, y que el mercado corrija Organizaciones con alta densidad de talento, con autonomía Profitable growth. Reseñas fundadores de Justo Rodrigo Segall Ingeniero civil de la Universidad Adolfo Ibáñez, cofundador y CEO de Justo. Nicolas López Jullian Ingeniero civil de la Universidad Adolfo Ibáñez, cofundador y CPO de Justo.