

# Uruguay360 entra en el mundo del comercio digital

**INNOVACIÓN.** El sitio uruguayo de tours digitales cambió su modelo de negocios al lanzar una plataforma que permite recorrer las instalaciones del hotel y hacer las reservas en el mismo lugar y sin moverse de casa

**E**legir un hotel a través de internet basándose únicamente en las fotos que se muestran en el sitio web puede ser decepcionante. Es por esto que el sitio Uruguay360 se propone vender reservas de hotel a través de una plataforma digital que permite recorrer todos los rincones del lugar donde el turista se va a hospedar.

Uruguay360 es la empresa fundada por los hermanos Agustín y Hernán Sartorio. Desde hace tres años llevan adelante el sitio que a partir de fotografías en 360 grados permite hacer tours virtuales en lugares turísticos, restaurantes, hoteles o eventos especiales, como espectáculos deportivos o artísticos. Hasta ahora el modelo de negocios de la empresa se basaba en cobrar por la realización de la foto y una anualidad para mantenerla online en el sitio.

Los hermanos Sartorio y Josemaría Sartorio, un primo que se sumó al emprendimiento más tarde, lanzan en el día de hoy un servicio de reserva de hoteles, similar al que ofrecen Despegar.com o Booking.com, con el diferencial de que los establecimientos pueden ser recorridos previamente gracias a tours digitales realizados a partir de fotografías en 360 grados.

El servicio contará con la posibilidad de elegir entre 60 hoteles, de Montevideo, Colonia, Punta del Este, y Punta del Diablo. La plataforma digital brindará con-



Josemaría Sartorio, Agustín Sartorio y Hernán Sartorio

“Queremos competirle a los sitios de reserva de hoteles y hacernos un lugar en el mercado turístico”.

**Agustín Sartorio**  
CO-FUNDADOR Y DIRECTOR COMERCIAL DE URUGUAY360

firmación inmediata y admitirá métodos de pago online, a través de tarjeta de crédito, y offline, a través de Abitab. Este último también supone un diferencial con los servicios que brindan las empresas extranjeras, aseguró el responsable comercial, Agustín Sartorio.

Como el sitio permite recorrer cada punto de la habitación “hasta la grifería y los pisos del baño” - no se puede ofrecer cualquier hotel en la plataforma, sino solo aquellos que sean de cinco o cuatro estrellas, explicó el responsable comercial.

## Cambio de modelo

Con este lanzamiento la empresa modifica su modelo de negocios para dedicarse al comercio digital, dijo Sartorio. Según el responsable comercial, este cambio se hace porque el modelo anterior “era limitado y con un techo”, algo que no se tiene siendo intermediario en un mercado donde el turismo que viene del exterior genera US\$ 600 millones anuales.

Sartorio dijo querer competir con los sitios internacionales de venta de reservas y hacerse un lugar en la industria turística.

## EN RESUMEN

### UNA FORMA DE CAPITALIZAR VISITAS

El sitio fue visitado por personas de 190 países entre los que se destacan Argentina, Brasil, España y Estados Unidos. Según Sartorio con este nuevo modelo de negocios se puede capitalizar un tráfico que hasta el momento la empresa sacaba réditos de forma indirecta. En sus tres años, el sitio recibió cerca de dos millones de visitas y es por esto que para competir con las marcas de venta de reservas online internacionales apuntan a una estrategia “orgánica”, es decir: aparecer primero en el buscador gracias al tráfico y no a la publicidad paga.

Aunque asegura que su emprendimiento todavía no puede competir en igualdad de condiciones con las empresas extranjeras, el director comercial del Uruguay360 dijo que es técnicamente igual reservar hoteles en una u otra plataforma pero con la diferencia de ellos conocen personalmente cada uno de los hoteles que ofrecen.

El emprendimiento está incubado en el Centro de Innovación y Emprendimientos de ORT desde sus comienzos y fue apoyado por ANII en la convocatoria Jóvenes Emprendedores Innovadores. ●