

ALEJANDRO ESPERANZA CO FUNDADOR Y CEO DE GURUCARGO

«Queremos que Gurucargo sea un verbo»

Tiene 33 años, nació en Montevideo. Junto a Andrés Israel y Eric Waizman, ideó Gurucargo en 2013, que este año fue premiada por el MIT.

VIDEO



Vota por esta noticia:

★★★★★ 0 votos

Me gusta 2

TEMAS

innovación - contenedores - emprendedores - logística - aeropuertos - Puertos - Gurucargo - Alejandro Esperanza - transporte internacional de armadores - negocio de transporte de c - Eric Waizman - Andrés Israel

Antonio Larroнда [alarroнда@elpais.com.uy] 11 nov 2016

Es licenciado en estudios internacionales por Universidad ORT, posee un MBA de la Universidad Torcuato Di Tella y un curso de Go To Market en Stanford University.

Antes de este emprendimiento trabajó siete años en la industria logística. Con el negocio consolidado principalmente en México, apuntan a cubrir Latinoamérica antes de fin de año y llegar a EE.UU. en 2017. Aseguró que el mercado de intermediarios es «muy corrupto» y que la plataforma busca «transparentar y democratizar» los precios del transporte internacional de carga, que define como un commodity. Está casado y tiene un hijo. En su tiempo libre disfruta de jugar al fútbol y viajar.

¿Cómo se le ocurrió con sus socios crear Gurucargo?

En 2013 me encontré con Andrés (Israel) y Eric (Waizman). Todos trabajamos en la industria y vimos que había algo para hacer, porque el uso de la tecnología ayuda en este rubro. Empezamos porque alguien lo iba a hacer y en Uruguay es preferible que sea uno que conocés y con quien tenés margen de negociación, antes que venga un grande de afuera con varios millones de dólares y te coma en dos minutos. Ha comenzado a solaparse el proceso que implica el contacto directo entre armadores y aerolíneas con las pequeñas empresas a través de tecnología, evitando intermediarios. Es que si un pequeño empresario necesita un contenedor de herramientas, una naviera no lo atiende porque no tiene gente para ese tipo de clientes. Entonces, apela a intermediarios que se han encargado en los últimos años de ponerle un aura especial a algo que en realidad es un commodity. El gran servicio diferencial en transporte es ofrecer depósito fiscal, distribución de última milla, reempaquetar y reetiquetar productos, entre otros.

¿Fue complicado el inicio?

En un mercado chico es más controlado, porque hay pocos jugadores. A los dos días de haber anunciado nuestro lanzamiento en julio de 2014 nos llamó la Asociación Uruguaya de Agentes de Carga para ver qué íbamos a hacer. Yo los conocía y la conversación se dio en un ambiente de respeto, pero con una postura clara de competencia.

En la primera semana ya hicimos clientes y nos dimos cuenta de que era en serio. A los meses salimos al exterior, a Panamá. Tuvimos siete meses donde casi nos «comimos» los ahorros hasta que caímos en México, donde confiaron en la idea y en junio del año pasado «levantamos» US\$ 750.000.

¿Quiénes usan la plataforma?

Nos dimos cuenta de que nuestro público no eran las grandes empresas sino las pymes, con dueños jóvenes acostumbrados a utilizar la tecnología, que traen mucha mercadería de Asia y toman diariamente decisiones que tienen que ver con la operativa de la empresa. A ellos la herramienta les funciona mucho. Y al inicio cometimos errores, porque apuntamos mal al tipo de empresas. Igual tenemos clientes grandes que nos vienen a buscar, incluso grandes importadores fueron los primeros que adoptaron la tecnología en Uruguay.

¿Qué servicios ofrecen?

Todo lo que involucre transporte internacional de carga y eso incluye el transporte de puerta a puerta.

Un 80% de los movimientos es por barco, 10% aéreo y 10% terrestre. Nuestro objetivo es terminar el año con 1.800 movimientos al mes. En marítimo, al comprar en menos de 48 horas tenés en tu sistema el booking program con el tiempo estimado de arribo. Cuando parte la carga se emite una alerta y comienza a correr el tiempo hasta que llega. No hay que hacer nada, ni decirle a tu proveedor en China que se van a contactar con ellos. Además, como nuestro principal público son jóvenes que dudan si el proveedor carga lo que les vendió, sumamos servicios de inspecciones. Por ejemplo, corroboramos si en la fábrica trabajan niños, si poseen los certificados que dicen tener, si la mercadería funciona, si el packaging es el correcto, si cuando embarcan es lo que se comprometieron a enviar, si los manuales están en español, etcétera. Para ello trabajamos con una red de empresas de inspección internacional que tiene presencia en 80 países.

Se los identifica como «el Uber de la logística»...

Nos sentimos más el Despegar que el Uber, porque lo que hacemos es dar una experiencia de compra más friendly, colocando los precios a disposición de los clientes. Estamos democratizando una información que no está sobre la mesa. Si hoy buscás cuánto sale un flete de Shanghai a Montevideo no lo vas a encontrar, Gurucargo es el único que te lo da. Los intermediarios ganan mucho dinero comprando barato y vendiendo caro con la desinformación del cliente. Es un mercado muy corrupto, porque no se entera nadie a menos que el cliente quiera cambiar.

Creemos que Gurucargo es un despertador de los clientes porque les dice que lo que hasta ahora no podían chequear está disponible. El que la quiere usar la usa, es una herramienta de transparencia.

¿En cuántos mercados operan?

El principal es México, con un 70% del negocio y es el segundo más maduro (con actividad plena) después de Uruguay. Tenemos operaciones en Chile, Panamá y Brasil. Esta semana lanzamos Argentina y Bolivia. Esperamos de acá a fin de año estar operando en todos los países de América Latina —menos algunos de Centroamérica y Venezuela— y a fines de 2018 tener el 1% de la carga internacional en América Latina. El año que viene comenzaremos en EE.UU.

¿Cómo desembarcan en cada país?

Buscamos un socio local que ya esté en el rubro, tenga cobertura, conozca la industria, sepa cómo contestar a los clientes. La idea es que la experiencia de Gurucargo se replique como única en todos lados. Y crecemos de manera orgánica con él. Por ejemplo, que con quien trabajamos en México nos recomiende alguien en otro país.

Somos en total 10 personas en Uruguay y en México otras 10 para atención al cliente. Todo el back office y el software se hace acá.

¿Cómo es el proceso de selección de los usuarios?

Luego que un cliente se registra tenemos 24 horas para aceptarlo o no; rechazamos un 10% de las solicitudes. Nos basamos en que sea una empresa real, que la persona que lo pide trabaje en la empresa y si es una pyme nos acercamos al cliente para entender sus necesidades. En mercados chicos como Uruguay es más fácil conocer una empresa, en Brasil pedimos lo que es el RUT de allá y, además, luego de que compra un viaje, tenemos 15 minutos para ver si le aceptamos el booking o no según su historial crediticio. En México, como hay muchas empresas fantasmas, solicitamos historial de domicilio de más de seis meses, entre otros datos. Es que como utilizamos el sistema de calificación y de comentarios buscamos garantizar que estos servicios sean creíbles. Aspiramos a ser la primera comunidad profesional de comercio internacional, llevar la palabra al verbo, y que un proveedor internacional pueda decir soy un 8,9 en Gurucargo.

¿Cuántos movimientos pasan por la plataforma?

Desde que salimos al mercado hasta hoy se han transaccionado casi US\$ 40 millones en fletes y tenemos un crecimiento de un 10% mensual. Hoy transaccionamos US\$ 2 millones al mes y, como cobramos 1% a los armadores, la empresa factura US\$ 20.000 mensuales. Tenemos más de 3.000 usuarios, principalmente pymes, pero también usuarios muy importantes como una empresa de escaleras en México a la que le llevamos el aluminio desde China y luego le importamos las escaleras a Uruguay. Con ello comenzamos a ver la lógica de logística internacional.

¿Cómo aprovechan la información que se desprende de las transacciones en Gurucargo?

Nuestro gran activo a futuro es la información para multiplicar el poder de negociación de los clientes. Al saber con certeza que un cliente trae mercadería en meses puntuales, se puede informar a las cadenas que ese cliente va a consumir determinado volumen y tipo de producto y anticipar el negocio. Se podrán reservar en las navieras los espacios con tiempo y comercializar más barato porque ya está el negocio hecho. Y cuanto más personas sacás de la compraventa más ganancias das al proveedor y, por lo tanto, más barato compra el productor. Y al tener rutas más habituales no van a estar peleando por US\$ 5, porque ya no se negocia el precio del ticket sino se buscará el que dé más beneficios.

¿Cuánto captaron en inversión?

Unos US\$ 1,3 millones y la meta es llegar a US\$ 5 millones en junio de 2017 para consolidarnos en América Latina y pensar en EE.UU.

¿Han recibido ofertas de compra?

En los meses malos nos ofrecieron comprar una parte, pero como entendíamos que podríamos vender más caro más adelante dijimos que no. Por ahora no pensamos vender ni ceder el control de la empresa. Mi recomendación es que si un nuevo socio te pide comprar una parte que vos podés vender de la empresa, hay que darle para adelante si comparte el sueño y puede aportar algo más que dinero, como consejos, contactos, o que el hecho de que esté contigo te dé reconocimiento. Y si es de la industria, mejor, porque te permite pensar en el futuro.

Con su experiencia, ¿cómo evalúan la logística local?

En nivel de infraestructura Uruguay es muy caro, las terminales portuarias y aeroportuarias cobran mucho por el manejo de un contenedor. Y el tema arancelario hace que se inflen los precios de los productos. Eso pasa porque no hay competencia. En otros países, donde tienen más de un puerto, si uno no les sirve se van a otro más barato. Por ejemplo, en 2015 los gastos portuarios eran más caros que el flete de un contenedor de China o EE.UU. O sea, salía más caro bajar el contenedor y sacarlo del puerto que el transporte de 30 días en un barco. O mover un camión de Tacuarembó a Montevideo sale US\$ 1.000 más o menos y el flete de Montevideo a Vietnam sale US\$ 300.

¿Y cómo funcionan las aduanas de la región?

Falta democratizar la información, porque un importador debe saber en forma fácil y clara cuándo debe tributar por un producto para despacharlo. Pero en Uruguay, en cuanto a la gestión, funciona muy bien. En México, hace un mes tuvimos una reunión con la asociación que nuclea a casi los 9.000 despachantes de aduana de ese país y quieren tener a Gurucargo como herramienta para que estime el costo del envío dentro del costo CIF de una mercadería (costo de mercadería en origen más costo de envío). La idea es que sea algo así como una API en su sistema.

«Hoy en la industria le terminan dando la tarifa al que les cae bien» ¿Cómo puede la tecnología revolucionar el sector?

La logística es una industria que no ha recepcionado la evolución de la tecnología, se maneja muy relacional, le terminas dando la tarifa al que te cae bien. No hay un sentido de tomar decisiones de manera centralizada, con datos como quién es el principal cliente, cuáles son los principales tráfico. Y la ausencia de tecnología hace que no exista el revenue management, por ejemplo. Si un barco hizo una reserva para salir con 10 contenedores la semana que viene y llamás un miércoles para avisar que no llega, no pasa nada, nadie cobra por haber falseado ese lugar. Y como eso sucede, las navieras trabajan con overbooking, o sea, reservan todo el lugar posible y después ver si lo utilizan. Entonces, muchos clientes piensan que salen esa semana y luego se enteran que pasan para la otra. No hay una política de que si se pagó una tarifa premium se sube igual. Es muy ineficiente. Hoy la tecnología de Gurucargo puede suplantar al intermediario, porque desde el momento en que se reserva el lugar, no hay mucho para hacer, es coordinar y entregar el contenedor, porque el barco sale.

APUNTES DE CARRERA

2013
En octubre, Alejandro Esperanza, Eric Waizman y Andrés Israel iniciaron el proyecto. Ese año llega el primer inversor ángel, Martín Naor, y se consolida el equipo.

2014

En julio se lanzó oficialmente la plataforma al mercado uruguayo y en la primera semana ya se logró concretar las primeras transacciones entre usuarios.

2015

En junio los emprendedores captaron una serie A de inversión de US\$ 750.000 en México, donde también participaron inversores estratégicos norteamericanos.

2016

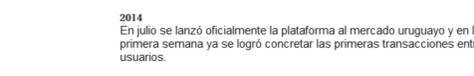
En septiembre fueron premiados por el MIT como la empresa tecnológica más innovadora de la región de menores de 35 años en Argentina y Uruguay.

CIFRAS DEL NEGOCIO

US\$ 2 millones
al mes es lo que transacciona la plataforma en materia de mercadería.

20.000
dólares factura al mes Gurucargo, al cobrar un 1% sobre cada flete. La plataforma cuenta con unos 3.000 usuarios, principalmente pymes, con un mercado focalizado mayormente en México.

NOTICIAS DE HOY

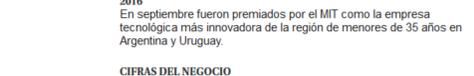


FRONÓSTICO
¿Cómo estará el tiempo hoy?

DINCS - EL PAÍS
El tránsito en Montevideo

INSI CONTENT PARA FNC
Así fue la Conrado Bierfest, la mejor fiesta del año

RECONCILIACIÓN
Luciano Castro admitió que volvió a mandarse una mañana con su mujer



MIRALASI
CHINDOLELÉ
Las fotos sexies de la hija modelo de Xuxa

GORBZY VS ROMANO
¿Hay que darle los puntos a Argentina?

OVACIÓN
DIARIO DEPORTIVO

ELIMINATORIAS EN EL CENTENARIO
Uruguay le ganó a Ecuador y reserva los pasajes al Mundial

EL INDEPENDIENTE
Sebastián Coates y el primer gol anotado con la Celeste.

EL INDEPENDIENTE
Los cinco fortalezas que tiene esta selección uruguayo

COMENTARIOS

Comentarios (0)

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.

Si no estás registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuarios](#)

No recuerdas tu contraseña? Puedes acceder a [Registro de Usuarios](#) y solicitar que te la enviemos a tu email como [recuperarlo](#).

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

¿Por qué se discrimina a los militares?

El gobierno recorre un camino equivocado. Mientras mantiene un gasto que no ha tenido límite en la Administración Pública ni en las empresas del Estado, ha decidido crear un tributo a cargo de los beneficiarios del Servicio de Retiros y Pensiones de las Fuerzas Armadas.

Hernán Bonilla
El triunfo de Trump

Leonardo Guzmán
Trump y nosotros

ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

Acusan a Facebook de ayudar a ganar a Trump y Zuckerberg sale al cruce Varios analistas aseguran que Facebook relanzó una serie de noticias y videos que luego resultaron

Discutió con su exmujer, se llevó a su hijo de 3 años y lo asesinó El hombre se presentó en la casa de su exmujer en un saqueado de valijas, para entregarle al hijo ...

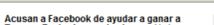
¿Cómo estará el tiempo hoy? Sepa qué le espera para el día de hoy

GALLITO

Automotores Inmuebles Trabajo Clasificados

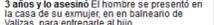


EDICION IMPRESA



EL PAÍS
11 de Noviembre de 2016

Descargar PDF



Chema y Trump presencian una transacción en par...

¿Cómo estará el tiempo hoy?