

De la huerta al hogar, gracias a Internet

HuertaExpress ofrece un servicio de *delivery online* de frutas y verduras que, eliminando intermediarios, acelera la entrega de los productos de modo que lleguen más frescos a los clientes

QUIENES NO SEAN tan afectos al romanticismo de ir a la feria del barrio o a la practicidad de ir al súper por las frutas y verduras de la semana bien pueden darse una oportunidad de hacer esa compra pero a través de Internet.

Con esa premisa salió al ruedo HuertaExpress.com.uy, un *delivery* de frutas y verduras que busca «acortar la distancia entre productores y consumidores», apuntó su director, Pablo Cirefice.

El emprendimiento tiene como diferencial la comodidad de comprar desde el hogar o el trabajo a través del canal *online*. En esa línea, la empresa planea sumar a futuro su servicio en la forma de una aplicación para *smartphones*.

Por otro lado, la empresa trata con los productores agrícolas directamente, con lo cual saltea intermediarios y acelera la llegada de los pedidos a los clientes.

«No es lo mismo recibir una fruta o una verdura que tiene 24 horas de cosechada a que pase por toda una cadena y que demore 72 horas en llegar al consumidor final», destacó Cirefice. Esa rapidez en el reparto se traduce en productos «más frescos y de mayor calidad», enfatizó.

La única condición para solicitar el servicio es que el pedido ascienda a un mínimo de \$ 400.



Artesanales

Además de frutas y verduras, HuertaExpress tiene en su catálogo quesos, conservas y otros productos de elaboración artesanal.

En cuanto a los precios de sus productos (que además incluye quesos, conservas y otras elaboraciones artesanales), HuertaExpress se ubica en un nivel similar a los de los supermercados, y no cobra el servicio de envío.

La empresa surgió como el proyecto que presentaron Cirefice y otros dos amigos como trabajo final de carrera de Licenciatura en

Gerencia y Administración de empresas de la Universidad ORT. La buena respuesta que recibió el proyecto en su fase experimental animó a los emprendedores a hacer una inversión inicial de US\$ 30.000, con recursos propios.

La firma recibe hoy unos 120 pedidos al mes y los clientes tienden a repetir la experiencia, finalizó el empresario. ■

Editora: Gabriela Rocha. **Periodistas:** Martha Aguiar, Diego Ferreira, Mariana Goday, Silvana Nicola, Stella Maris Pusino y Raúl Soares Netto; en Buenos Aires: Ignacio Quartino. **Diseño: Maqueta:** Alejandro Sequeira. Ezequiel Pérez Medeiros (Editor), Raquel Rodríguez (Jefa), Noemí Koyounian. **Fotografía:** Gerardo Pérez. **Servicios Especiales:** The Economist, The New York Times, Newsweek, Grupo de Diarios América, AP, AFP, ANSA. Impreso en EL PAÍS S.A. Zelmar Michelini 1287. Depósito Legal N° 323.978.