

Comidas con sabor a revancha

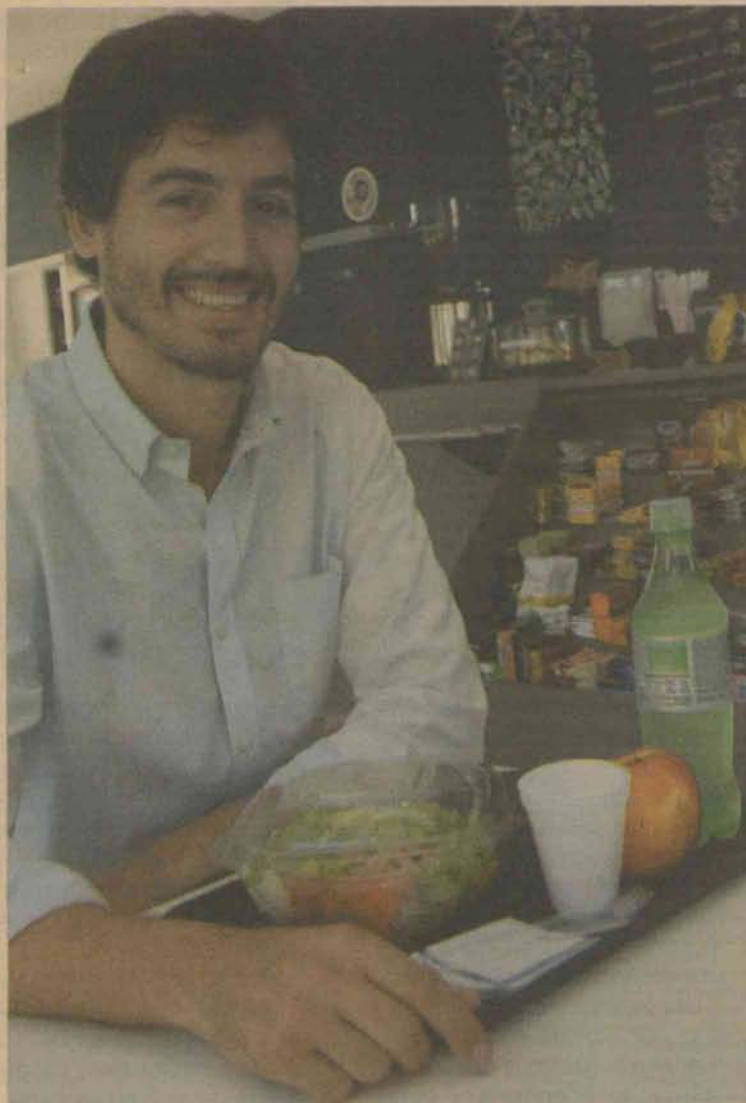
PIMENTO

Martín Grandjean facturó \$ 2 millones el año pasado con sus barras gastronómicas. Provee platos calientes, servicio de cafetería y kiosco a más de 12.000 empleados en siete empresas

Los últimos meses de su primer emprendimiento fueron desgarradores, de una tensión insoportable con sus dos socios. Martín Grandjean, con 26 años en aquel momento, terminó hospitalizado por un pico de presión. La falta de ruedo empresarial, por ser su primer *start up*, le jugó una mala pasada. La cuerda terminó de romperse y no había vuelta atrás: vendió todo.

Lejos de tirar la toalla Grandjean tomó esa traumática experiencia como un "master", mejor que el de cualquier universidad. Y vio los resultados, ya que al poco tiempo tuvo su revancha. En septiembre de 2009 se asoció con tres amigos para fundar Pimento, que brinda soluciones gastronómicas a empresas, con la que facturó \$2 millones en su primer año de funcionamiento y espera triplicar la suma para 2011.

La idea es sencilla. La aplicación, no tanto. Se trata de instalar comedores "con estilo" en el mismo edificio de las empresas contratadas, sin costo para el cliente. Pimento ofrece platos calientes y fríos, *sandwichs*, postres, bebidas y golosinas. Todo está tercerizado con proveedores gastronómicos que llevan las comidas en el día. En las barras modulares, sólo se encargan de mantenerlas calientes o frías. De esta manera, el cliente se ahorra el pago de un servicio de alimentación institucional y Pimento se ahorra el alquiler de un local y se asegura una clientela fija.



El emprendedor, al frente de una de sus barras gastronómicas.

El primer paso

La firma nació a partir de una solicitud de Telefónica (un cliente del emprendimiento anterior), que necesitaba un servicio de alimentación interno. Grandjean convenció a sus amigos Manuel Dianda, Eric Thomas y Martín Heitz, todos menores de 30 años, para que dejaran sus trabajos y se abocaran de lleno a esta oportunidad.

En un mes armaron el plan de negocios y con una inversión de u\$s 60.000 instalaron el primer local en las oficinas de Atento-empresa del grupo Telefónica-, en Martínez, para dar de comer

diariamente a 1.000 personas.

Desbordaban de optimismo. Pensaban que tener 1.000 comensales asegurados era un lujo. Tanta euforia hizo que se atragantaran en el primer día. "Tuvimos que tirar 600 platos de comida. Calculamos mal. Aprendimos con la experiencia que sólo el 20% de la población de un edificio de oficinas come en el lugar o hace una compra por día", dice.

Pese a este comienzo, en poco tiempo lograron desarrollarse y conseguir importantes clientes como Accenture y MercadoLibre, entre otros. En la ac-

Ficha

- Actividad: Servicios de alimentos y bebidas para empresas
- Año de inicio: 2009
- Inversión inicial: u\$s 100.000
- Empleados: 18
- Facturación anual (2010): \$ 2 millones
- Facturación proyectada 2011: \$ 7 millones

tualidad, dan sus servicios a 12.000 personas repartidas en siete empresas. Proyectan alcanzar los 18.000 comensales para fines de 2011 y sumar nueve clientes más.

Para lograr un rápido desarrollo del negocio, Grandjean y sus socios desembolsaron en total u\$s 100.000, a través de tres préstamos de un amigo en común. Esto permitió mejorar las barras, darles mayor comodidad a los comensales, agregar LCDs, sillones cómodos y mejorar la estética del lugar. "Nuestro objetivo es convertirlo en un *third place*", explica el emprendedor. Cada uno de estos espacios puede llegar a facturar hasta u\$s 20.000 mensuales, según la empresa donde esté instalado.

También ofrecen al cliente servicio de *catering* y atención de toda la demanda gastronómica a través de Pimento.net. Se trata de una página *web* interna donde el interesado puede seleccionar el *catering* para reuniones importantes, eventos o festejos.

La clave del emprendimiento está en ofrecer opciones gastronómicas a bajo precio, de buena calidad y sin salir de la oficina. El plato del día, con dos opciones, cuesta \$ 22 e incluye postre y bebida. Para la empresa no tiene costo y, según Grandjean, lo ofrecen como beneficio desde Recursos Humanos para los empleados. "Somos como un supermercado: 100% *retail*. Nos

importa vender productos de calidad a buen precio", explica.

Uno de los obstáculos que debe superar Pimento es la inflación, que en el sector alimenticio golpea con fuerza. Corre con ventaja respecto de sus competidores con local a la calle ya que su único costo fijo son sus 18 empleados. Toda la logística está tercerizada. Este modelo de negocio fue premiado por el IAE con el primer puesto en el concurso Naves 2010 a la empresa naciente.

Su experiencia como *chef* y sus conocimientos culinarios lo ayudaron para desarrollar el negocio. Además, Grandjean, 29 años, lleva la esencia *gourmet* en la sangre por herencia de su abuelo y su bisabuelo, que tenía un restaurante en Buenos Aires a principios del siglo pasado. Aunque estudió Derecho por mandato familiar, negoció con su padre: "De acuerdo, pero me pagás un curso de cocina en el exterior". Así, fue a estudiar seis meses a Florencia, Italia, en la escuela de cocina Apicius. Al volver, terminó su carrera, pero duró poco tiempo en el mundo de los abogados. El empuje emprendedor fue más fuerte.

Estos dos ingredientes condimentaron sus proyectos laborales: un poco de *entrepreneur* y otro poco de cocina. Así nacieron: en 2005, una empresa de venta de comidas *gourmet* congeladas, de la que se desprendió; y luego, Pimento.

Pese al rápido crecimiento, Grandjean considera que su corta carrera como *entrepreneur* la vivió "a los tumbos" y asegura que no intenta esconder sus fracasos. "Algunos no quieren hablar de los proyectos frustrados pero no conozco un solo emprendedor al que le haya ido siempre bien", agrega. Y reivindica las segundas oportunidades. La vida emprendedora siempre da revancha.

Julián María Iturrería