



# Sin equipo de innovación

## Rappi

A diferencia de muchas empresas tradicionales, Rappi nació como firma digital y la disrupción es parte de su ADN.

Quizás por esta razón, para las 322 empresas que participaron en el ranking de innovación de la Andi y Dinero, Rappi es la más innovadora del país.

Sebastián Ruales, director comercial de Rappi para América Latina, explica que justamente por su nacimiento en una era digital, ellos no tienen equipo de innovación, ni un área encargada de producir las nuevas ideas, pues es una responsabilidad de todo el equipo, que constantemente escucha a sus clientes para definir cómo mejorar su experiencia y resolverles problemas.

"Cuando comenzamos nos encontramos con una realidad demográfica de más personas de clase media y jóvenes viviendo en ciudades muy congestionadas que tenían necesidades, pero sin tiempo para realizarlas. Los domicilios estaban dejando de ser un lujo para convertirse en una necesidad. Sin embargo, las compañías no podían capitalizar esa situación, pues, si bien había plataformas de domicilio, no eran intuitivas para los usuarios, así que en Rappi desarrollamos un algoritmo que replica el proceso del supermercado y lo vuelve digital y además rápido", recuerda.



Yurani Salamanca  
Authentication  
Tech Lead

Andrea Bautista  
RappiPay Tech Lead

Jennyfer Mogollón  
Growth Tech Lead

La siguiente disrupción de la empresa consistió en volverse una plataforma conveniente, para que los pedidos llegaran cuando los usuarios los requerían y no al día siguiente. Para eso desarrollaron un modelo colaborativo con los rappidenederos. Así mismo, empezaron a buscar opciones para que por su plataforma no se pidieran cosas de gran valor, como había sido el e-commerce en el país hasta ese momento, sino compras cotidianas y rápidas. También debían superar la barrera de la baja bancarización y de la desconfianza de muchos usuarios para pagar con dinero plástico, así que habilitaron el pago en efectivo.

Su equipo de tecnología, donde lideran mujeres, junto a otras áreas desarrolló dos botones llamados 'Rappitojo' y 'Rappifavor', con la promesa de conseguir lo que sus clientes pidieran y a partir de las órdenes más recurrentes han construido nuevas verticales de negocio como 'Rappicash' para entrega de dinero en efectivo o 'Rappinails' para el servicio de manicure.

Escuchando a sus clientes, Rappi seguirá en la espiral de la innovación.

## TOP PERCEPCIÓN

Posición	Empresa
1	Rappi
2	Bancolombia
3	Argos
4	Nutresa
5	Davivienda
6	Celsia
7	Ecopetrol
8	Alpina
9	Sofasa
10	Sura
11	Quala
12	Penagos
13	Corona
14	Tostao
15	Bavaria
16	BBVA
17	Familia
18	Mattelsa
19	Ramo
20	Levapan
21	Sumicol
22	Alsec
23	Colombina
24	EPM
25	Premex