

2018



Allergeo

ALLERGEO

Resumen Ejecutivo

Juan Francisco Benítez Vallejo

Jacobo Cortés Domínguez

Oliver Fernández Izquierdo

Blanca Hernández Laserna

Alejandro Llorente Carrión

Sergio Lovillo Galán

Manuel Salvador González

**4º Programa Ejecutivo en Business
Intelligence y Big Data**

Sevilla, mayo 2018

1 Qué ofrecemos

Nuestro proyecto es una plataforma con dos vertientes: un recomendador de restaurantes adecuados para alérgicos alimenticios y un supermercado online enfocado para alérgicos que integra los distintos supermercados para poder comprar productos de las distintas plataformas de forma conjunta.

2 Qué necesidad queremos cubrir

Allergeo soluciona dos problemas que padecen los alérgicos e intolerantes alimenticios:

1. Proporciona un recomendador de restaurantes donde puedan ir a comer sin preocuparse por los ingredientes que lleve el plato, ya que la aplicación le facilita un listado de lugares donde ofrecen comida adecuada para su alergia, además de recomendarle platos de su gusto.
2. Facilita la compra de un alérgico, llevando hasta su casa los diferentes productos que éste necesita comprar en distintos supermercados.

3 Cuáles son nuestros clientes

Nuestros clientes son principalmente alérgicos e intolerantes alimenticios de las principales ciudades de España, además de los familiares de éstos.

4 Quienes son nuestra competencia

Actualmente a nivel nacional nadie. Hay e-commerces que permiten hacer filtrado por gluten o lactosa, pero ninguno abarca los 14 alérgenos definidos por el Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, de aplicación en toda la Unión Europea desde el 13 de diciembre del 2014.

De la misma manera, ningún recomendador de restaurantes disponible en España permite seleccionar por restaurantes que sirvan platos aptos para alérgicos alimentarios.

5 Quién paga por ello

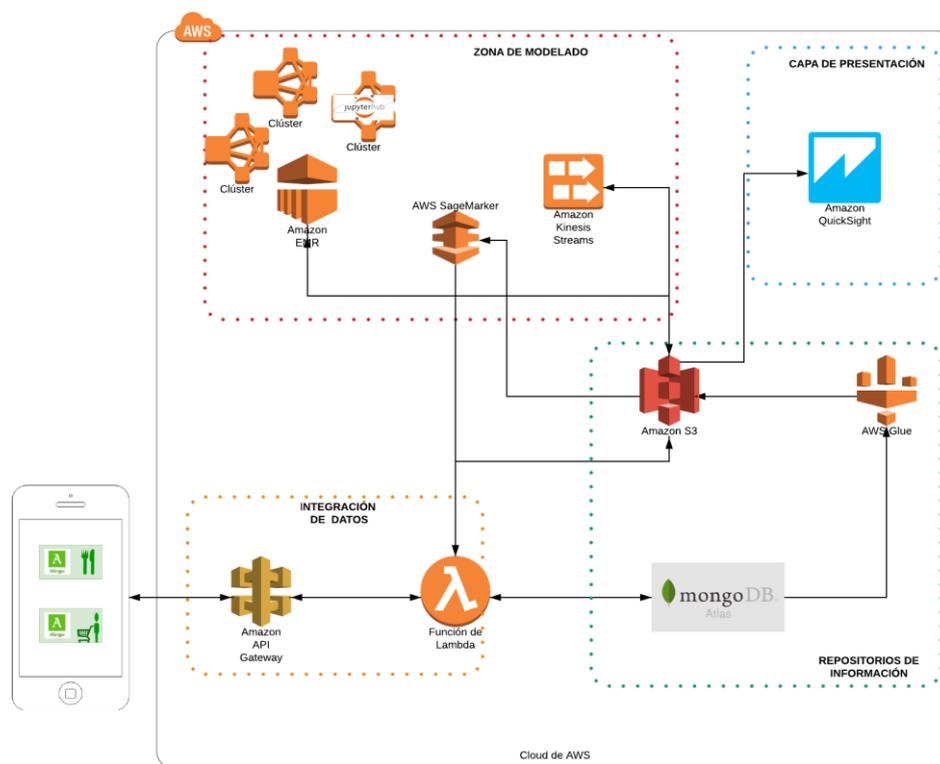
La estrategia fundamental de Allergeo consiste en crecer en número de usuarios a través de la app de recomendación Allergeo, de forma que, una vez captados los usuarios, se les ofrezca la posibilidad de realizar sus compras de productos alimenticios a través de la app de BuyAllergeo.

La principal fuente de ingresos de la plataforma será la venta de productos a través del e-commerce.

6 Qué infraestructura vamos a necesitar para montar el proyecto

6.1 Arquitectura Big Data

La solución técnica la hemos basado en Amazon. La siguiente imagen describe fielmente la infraestructura pensada para la plataforma de Allergeo y BuyAllergeo.



6.2 Modelos de recomendación.

La aplicación tiene dos modelos de recomendación diferentes: modelo de recomendación de restaurantes y modelo de recomendación de productos para alérgicos.

Para el primero la solución es trabajar con un híbrido de un sistema de recomendación colaborativa, complementado con un método basado en conocimiento para salvar los problemas de arranque en frío y nuevo usuario. En el segundo caso, nos hemos inclinado por un modelo basado en un híbrido contenidos y colaborativo.

6.3 Logística

La empresa Allergeo realizará las actividades logísticas a través de una tercera parte. Se considera que la logística tiene que ser ejecutada por especialistas de este campo, y como tal se procederá a la búsqueda en el mercado.

El alcance de la licitación pública cubre los siguientes procesos: recogida de productos en los distribuidores de alimentación y transporte hasta los almacenes de preparación de pedidos, preparación de pedidos, distribución hasta el cliente final y retornos al almacén desde los clientes.

6.4 Marketing

El proyecto tiene la ventaja de tener un nicho de cliente muy localizado. Se llevarán a cabo las siguientes acciones de marketing:

- Acciones comerciales destinadas a trabajar con asociaciones de alérgicos e intolerantes, gracias a las cuales se conseguirán un número importante de usuarios y clientes.
- Acciones comerciales destinadas a ser recomendados por diversos cuerpos nutricionistas o médicos especializados en alergias e intolerancias.
- Campañas publicitarias en Facebook Ads y Google AdWords, con la ventaja de tener poca competencia en los sistemas de puja, lo que abarata la captación del cliente.
- Engadgement a través de la página de Facebook, la página de Instagram, el blog corporativo y el canal de YouTube.
- Campañas de marketing tradicional enfocadas al lanzamiento del servicio en las grandes ciudades: nota en prensa local y cuña en radio local.

7 Cómo vamos a financiarnos

El roadmap de Allergeo responde a las siguientes fases claves del negocio:

- Lanzamiento. Creación de la App al tiempo que se firmará el acuerdo logístico. Los siete socios creadores de Allergeo realizarán una inyección económica, permitiendo afrontar el proyecto con un capital inicial de 150.000 €.
- Fase 1: Puesta en marcha de la app, dando servicio de BuyAllergeo en Madrid y Barcelona. Para la financiación, se requiere una segunda ronda de inversión tras el lanzamiento de la App de Allergeo, por un importe de 200.000 €, ofreciendo una

participación, a los inversores, principalmente business angels, del 9-10 % de una empresa valorada mediante scorecard en 1.9 M€.

- Fase 2: Ampliación del servicio el servicio a las diez ciudades más destacadas de España, en la que se realiza una tercera ronda de inversión por un valor de 250.000 €, con la que Allergeo haría frente a la fase de crecimiento, mediante inversiones no dilutivas o bien, mediante angels a los que se ofrecería participaciones de hasta un 10%, con un mayor valor de la compañía el segundo año de 3.2 M€.
- Fase 3: Consolidación del servicio a las quince ciudades más destacadas de España. A partir de esta fase la Allergeo comenzará a generar beneficios que hará que la empresa sea sostenible.

8 Viabilidad del negocio

La cuenta de resultados, resumiendo los principales gastos e ingresos permitirían obtener beneficios desde el tercer año.

Año	Inicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Compra		€ 355,125	€ 4,435,470	€ 10,821,690	€ 14,105,970	€ 17,889,700
Ingresos Pedido		€ 42,615	€ 443,547	€ 1,082,169	€ 1,410,597	€ 1,610,073
Costes logísticos		-€ 10,161	-€ 192,025	-€ 646,264	-€ 1,029,201	-€ 1,354,499
Coste Pedido		-€ 100,650	-€ 2,091,668	-€ 7,101,432	-€ 11,309,301	-€ 16,100,730
RRHH & Gastos Fijos		-€ 196,892	-€ 294,000	-€ 317,400	-€ 317,400	-€ 325,668
Solución Técnica		-€ 60,286	-€ 193,851	-€ 651,311	-€ 1,036,094	-€ 1,362,415
Marketing		-€ 25,362	-€ 159,231	-€ 275,606	-€ 293,320	-€ 305,589
Gastos		€ 383,190	€ 2,738,749	€ 8,345,748	€ 12,956,115	€ 18,083,402
Ingresos		€ 112,728	€ 2,554,650	€ 8,679,528	€ 13,822,479	€ 19,499,773
Inversión	€ 150,000	€ 200,000	€ 250,000	-	-	-
Beneficio Neto		-€ 270,462	-€ 184,099	€ 333,780	€ 866,364	€ 1,416,371

A continuación, enumeramos los principales indicadores que resumen el potencial de la app Allergeo:

Valor empresa (Scorecard)	€ 10.9 M€
Payback	28 Meses
TIR	87%
Break Even	24 Meses
Usuarios Allergeo	3.450.000
Cientes BuyAllergeo	790.000

El interés de la inversión permitiría afrontar las diferentes rondas de inversión con una propuesta atractiva para los inversores. El Break-Even se produciría en el comienzo del tercer año de vida de Allergeo, comenzando a generar beneficios.

El número de usuarios, al final del 5º año, se estima en 3.5 millones con más 180.000 clientes de la app BuyAllergeo. Son los usuarios los que hacen que Allergeo sea una empresa con un alto potencial y de interés para las empresas de restauración y compras, que podrán adquirirla alcanzada su madurez a partir del tercer o cuarto año, cuando el valor de la empresa, basadas en las estimaciones de scorecard, rondará los 11 millones de euros, proporcionando un alto retorno a los inversores.

