



Proyecto Executive MBA quincenal EOI

2018-2019

RESUMEN EJECUTIVO



Víctor Ramos López

Ángel Cuevas López

Juan Ramón Ayuso Ortiz



Negocio: Marketplace de restauración sólo con ofertas ‘Last Minute’

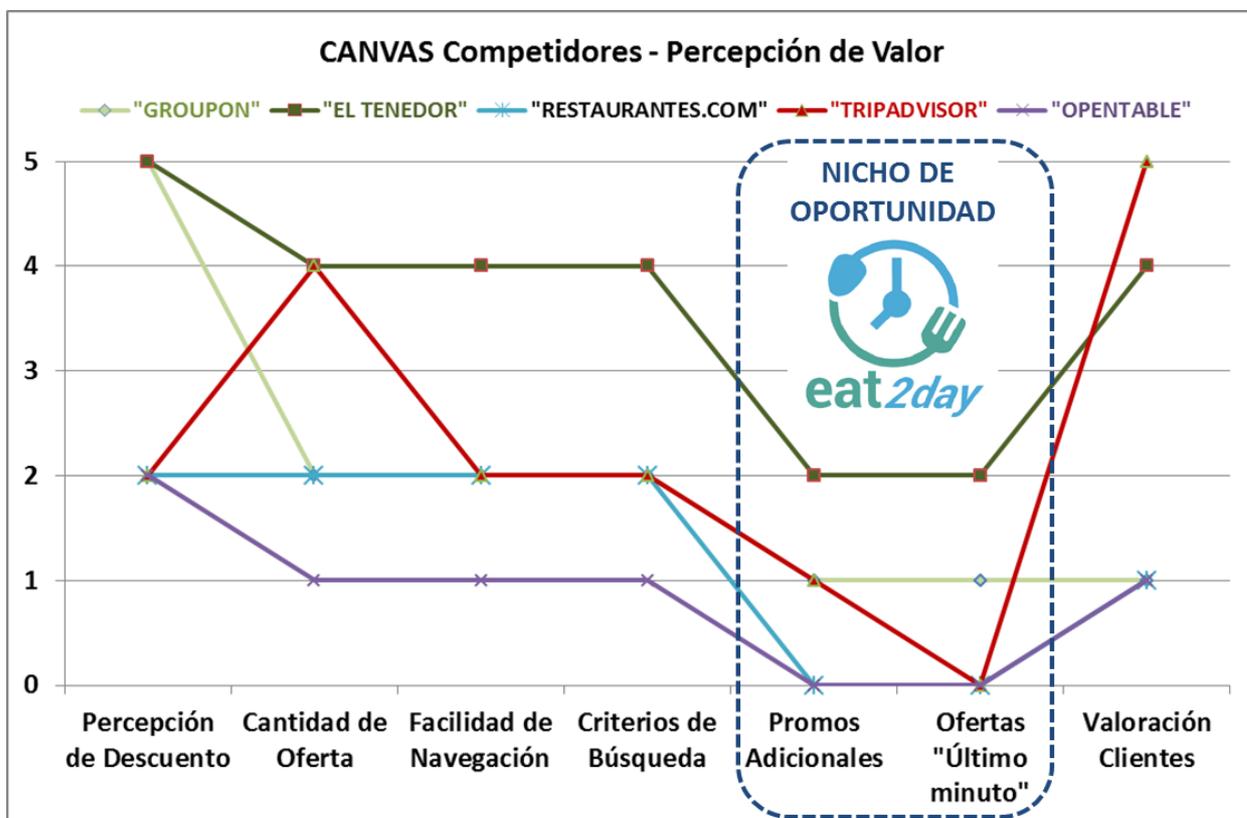
Creación de un ‘Portal online’ y una app móvil dónde acceder, de manera agrupada, a promociones de mesas disponibles “DE ÚLTIMA HORA” -con una antelación media entre 36h y 1h antes del servicio-, en locales de restauración en general (‘Partners’).

El registro y la navegación por nuestra plataforma será **GRATUITO PARA EL USUARIO CONSUMIDOR**. Nuestros ingresos provendrán de nuestros ‘Partners’, por la instalación y mantenimiento de un software y CRM propio y por una comisión por cada comensal que disfrute del servicio.

Factores Clave de Éxito

| | |
|--|---|
| 1) Percepción de Oportunidad exclusiva | 4) Agregación de una “masa crítica de ofertas” |
| 2) Fiabilidad | 5) Precio con descuento. |
| 3) Rapidez en la gestión | 6) Efecto tractor: Generación de Demanda y difusión |
| El usuario “sacia” su demanda con un menor coste y el restaurante completa aforos y evita lucros cesantes | |

Market Target



Respecto a la competencia, ¿qué nos diferencia?:



- Nuestros **usuarios** tendrán **acceso a ofertas EXCLUSIVAS** con descuentos atractivos, que no podía saber que iban a existir con anterioridad ni serán replicables en otra fecha.
- Nuestros **'Partners'** tendrán **FLEXIBILIDAD** en la gestión de sus promociones, pudiendo personalizarlas y variarlas cada día según sus previsiones de mesas disponibles.

Este enfoque específico es diferenciador frente al concepto de descuentos estándar preestablecidos vigente en otras plataformas actuales, en las que anticipan descuentos similares replicables con periodicidad semanal.

El usuario tendrá opción de pagar un mejor precio ya que los restaurantes a última hora, antes de no cubrir la demanda o "perder la mesa", estarán dispuestos a realizar promociones más atractivas para aumentar la rotación de sus servicios aprovechando "horarios valle" detectados y para cubrir costes ante perspectivas de una infrautilización de sus recursos de espacio, humanos y alimentarios.

PROPUESTA DE VALOR

Poner al alcance de nuestros usuarios las mejores ofertas de restauración de última hora en cualquier momento del día, sin cobrarles nada por nuestro servicio.

Además, queremos que nuestros 'partners' también puedan satisfacer sus necesidades de ocupación, con autonomía de decisión y flexibilidad para adaptar el PVP de sus servicios a la demanda real. Nuestra plataforma será un escaparate que les ampliará la difusión y su clientela.

VISIÓN

Queremos que los usuarios no paguen más de lo necesario y que nuestros 'Partners' eviten lucros cesantes, mientras estén dispuestos a hacer descuentos: "Rompamos la rigidez de precios en restauración... ¡PAGAR LO JUSTO ES POSIBLE!"

VALORES CORPORATIVOS

Queremos generar accesibilidad y oportunidad de una manera clara, donde lo fundamental para el beneficio de cada una de las partes es que la otra parte también gane.

La transparencia, transmisión de la realidad y agilidad serán claves en nuestra propuesta de valor y comportamientos, así como en los comportamientos de nuestros 'Partners'.

La confianza ganada será un elemento fundamental para el uso recurrente de nuestra propuesta.

Monetización

Los flujos de ingresos por nuestra actividad principal provendrán de los 'Partners' por tres vías:

1. Cuota de Instalación inicial por nuestro 'Software' y un CRM para el 'partner': 50 € (1er año) y 150 € a partir del 2º año (con un precio de referencia de 300 €).
2. Cuota de mantenimiento del 'Software': 10 €/mes (1er año) y 15 €/mes a partir del 2º año (con un precio de referencia de 20 €/mes).
3. Comisión fija en las reservas efectivas a través de nuestra plataforma: 2 €/comensal.



Operativa desde la perspectiva del CONSUMIDOR:



En la parte superior de la pantalla con el motor de búsqueda, aparecerán los criterios de selección de las ofertas disponibles (Localización, horario del servicio, tipología del local, tipo de comida, valoración de otros usuarios...), pudiendo personalizarlos y priorizarlos. En la parte inferior aparecerán, por defecto, las ofertas disponibles de los locales que se encuentren más cercanos a la ubicación que ha aportado en su registro

Operativa desde la perspectiva del 'PARTNER':



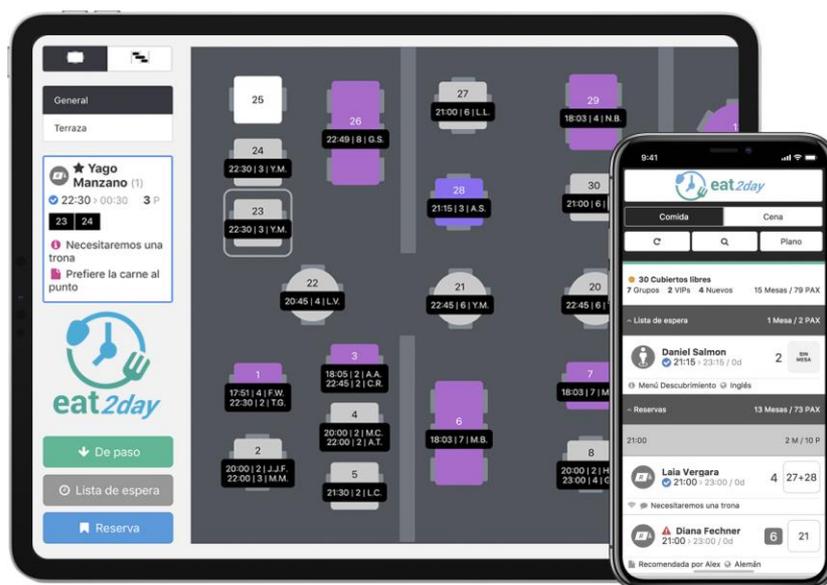
Herramienta CRM:

Permitirá centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre “Eat2daY”, nuestros ‘Partners’ y nuestros usuarios. En particular:

- Integración de los lanzamientos de ofertas en la BD, notificaciones a usuarios con criterios inteligentes según sus reservas previas, análisis de valoraciones y críticas.
- Integración de las reservas de los usuarios en la BD y notificaciones a Partners.

Para traccionar la oferta, la herramienta CRM enviará correos electrónicos informativos de forma periódica para los usuarios que nos hayan autorizado expresamente, incluyendo: Propuestas atractivas disponibles para ese día, relacionadas con sus reservas anteriores; Ofertas del día de los restaurantes que paguen un suplemento (sobre la cuota fija) por aparecer en el boletín diario; enlace a nuestra plataforma para búsqueda personalizada de ofertas; Encuesta de satisfacción.

El CRM a los ‘Partners’ les permitirá la gestión integral de las reservas con sus clientes a través de otros canales de comunicación que utilicen.



PLAN DE MARKETING Y MEDIOS

Externalización con una Agencia especializada: “Tesumass” (<https://tesumass.es/>), que nos proveerá de un experto dedicado 100% a nuestro negocio, para la generación propia de contenidos y para la analítica Interna y Externa, con medición de impactos: Descargas, Landing, Redes Sociales.

Recursos Creativos:

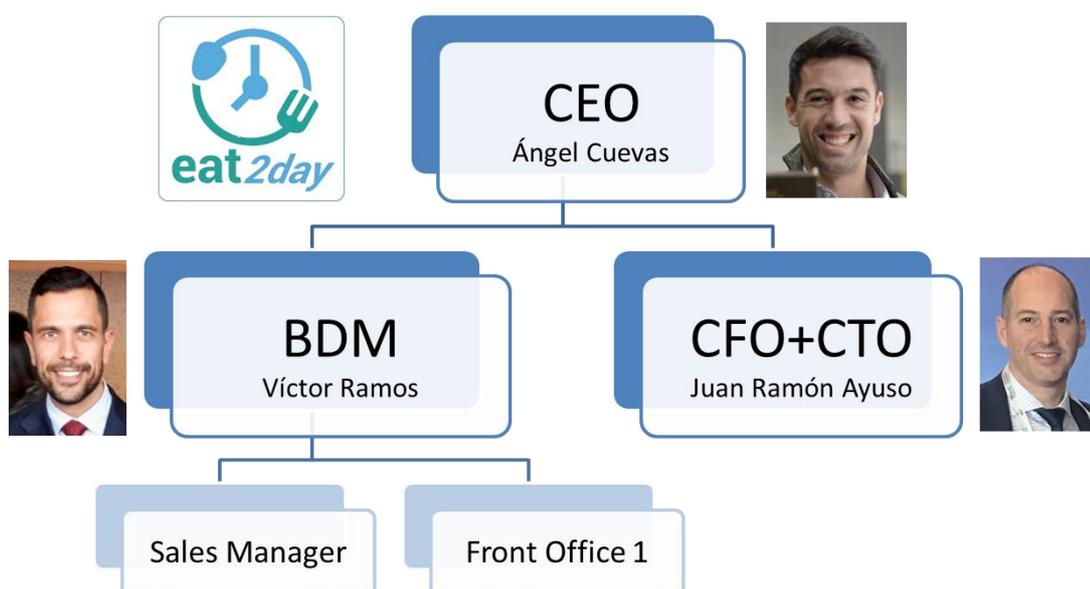
- Landing Page: Página de presentación que utilizaremos a modo de explicación ante de las diferentes *cuestiones de medios de descarga, contacto y uso de la APP*.
- Videos demostrativos que utilizaremos para nuestro *Landing, redes sociales, mailing, etc.*, desde la perspectiva usuario consumidor, usuario Partner y Simulación total del proceso desde la gestión de la reserva hasta la experiencia vivida en el restaurante.
- Canal YouTube: Videos promocionales de nuestros ‘Partners’ interesados.

Acciones de Promoción Digital y en Medios:

- En materia de publicidad online y posicionamiento Web: “SEM Google” y “Face Ads”.
- Presencia en medios y blogs con elevado tráfico.
- Acuerdos al menos con 3 portales de ocio y restauración, para aparecer en diferentes banners y dónde publicaremos entrevistas, rankings y datos relevantes firmados por Eat2day.
- Colaboraciones con nuestros ‘Flagship Partners’ para aparecer de manera conjunta.
- Acuerdos con “influencers” para ser mencionados tanto en sus redes sociales como canales de YouTube. Este tipo de inversión está demostrado que tiene un índice muy alto de retorno.



Equipo y plan de Recursos Humanos



Evolución prevista de incorporación de personal, adaptada a la incorporación de ‘Partners’, a la necesidad de dedicar mayor nº de horas a su fidelización y la incorporación de personal de “Back-Office” para la facturación y atención al cliente, incluyendo a los usuarios:

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Socios | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Sales Manager | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Comerciales | 1 | 4 | 8 | 8 | 10 |
| Back-office | - | 1 | 4 | 5 | 6 |
| TOTAL | 5 | 9 | 16 | 17 | 20 |

Para la figura del ‘Sales Manager’, contrataremos un profesional de la competencia, con cartera de contactos y experiencia para enriquecer nuestro ‘*approach*’ y mejorar nuestro ritmo de crecimiento. Su salario será de 40.000 € brutos el primer año, con una estructura de 60% fijo / 40% comisiones por objetivos, y con incremento posterior, ligado a objetivos empresariales.

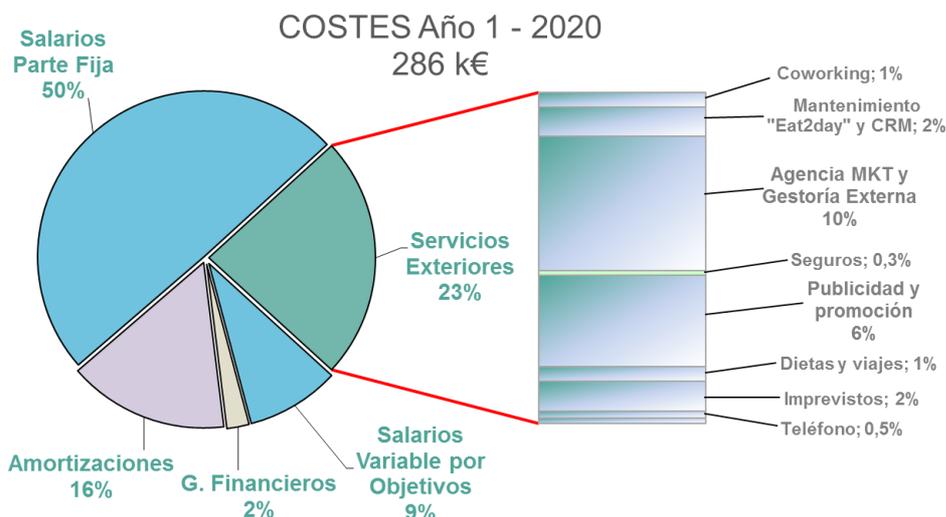
Plan Financiero

Inversión Inicial: 195 k€

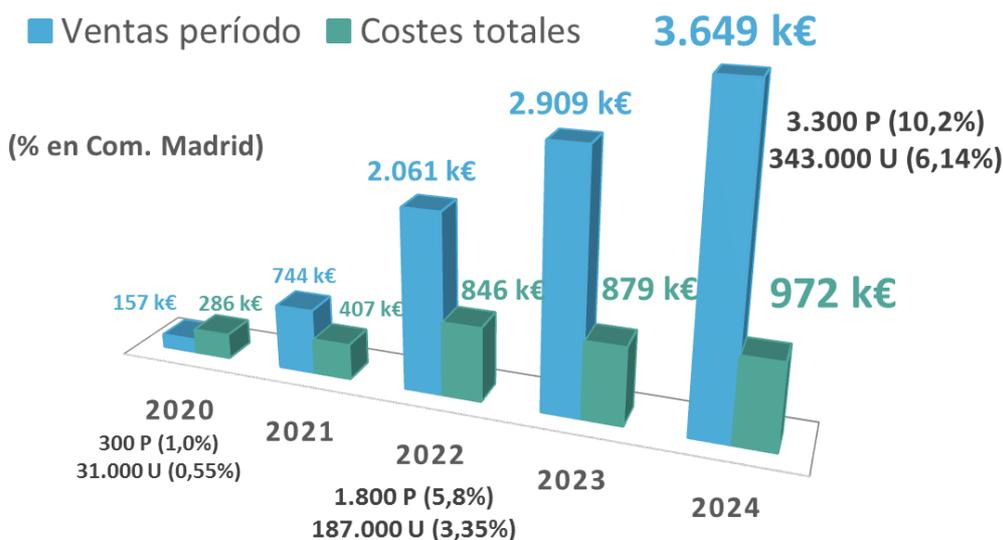
- Aplicaciones Informáticas
- Renting vehículos
- Otros

Financiación: 350 k€

- Fondos Propios 170 k€
- ENISA 170 k€
- Renting vehículos



| EVOLUCIÓN INGRESOS (k€) | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Cuota SW | 15 (10%) | 94 | 149 | 147 | 144 (4%) |
| Manto SW | 17 (11%) | 110 | 324 | 468 | 594 (16%) |
| Reservas | 125 (80%) | 539 | 1.588 | 2.294 | 2.911 (80%) |
| TOTAL | 157 | 744 | 2.061 | 2.909 | 3.649 |
| Nº 'Partners' | 300 | 900 | 1.800 | 2.600 | 3.300 |
| Ingreso medio 'partner' (€/año) | 523 | 826 | 1.145 | 1.119 | 1.106 |



Escalabilidad, tras consolidación en Madrid

Ampliación del radio de actuación a grandes capitales de provincia: Barcelona, Valencia, Sevilla,...

