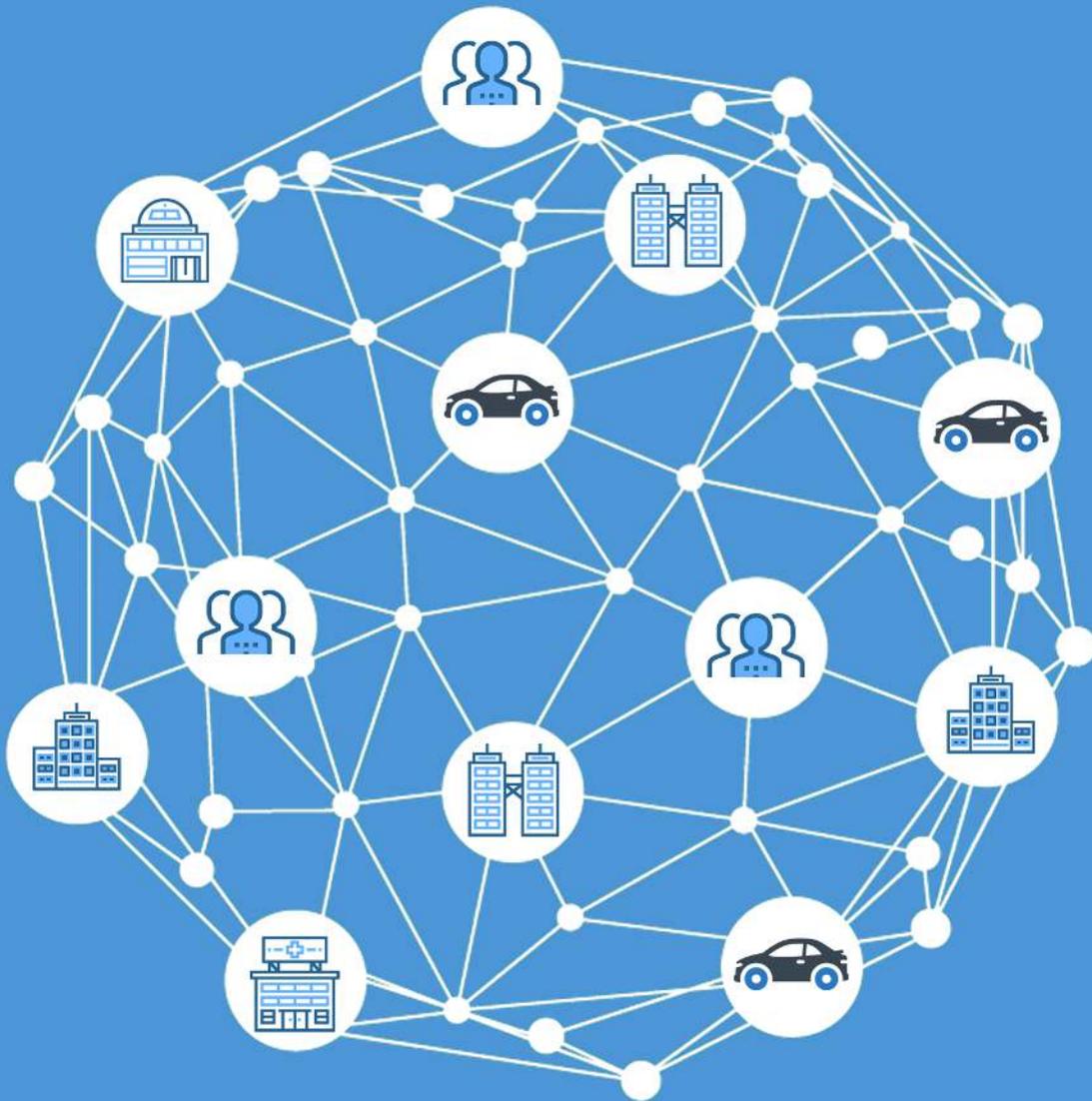


# GouBlue



## Resumen Ejecutivo

Aitor Echevarría Hernández  
Jose Antonio Gómez Lázaro  
Juan Antonio Sanz Trujillo  
Alberto Velázquez Sánchez

## 1. ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos GouBlue, una **plataforma tecnológica de carpooling**, que tiene como objetivo ofrecer una solución para empresas que permite a sus empleados compartir coche en sus trayectos diarios al trabajo, con el objetivo de permitirles ahorrar tiempo, dinero y cuidar del medio ambiente; además de fomentar las relaciones interpersonales entre compañeros. GouBlue pretende agregar demanda entre las diferentes empresas permitiendo crear una red de carpooling para trayectos diarios de corta distancia.

Puede contactar con nosotros a través de los siguientes medios:

Web: [www.goublue.com](http://www.goublue.com)  
Email: [info@goublue.com](mailto:info@goublue.com)

## 2. FUENTES DE INGRESOS

Somos una startup cuyo modelo de negocio se basa inicialmente en el **B2B** y cuya fuente de ingresos proviene de dos fuentes independientes.

- La primera es el **pago** que realizan las empresas que adopten GouBlue con una cuota mensual de 300€ o 500€ dependiendo del tamaño del cliente.
- La segunda se refiere a una **comisión** por la carga del monedero personal de cada usuario. Hay que tener en cuenta que los pasajeros pagan al conductor un % del coste total del viaje.

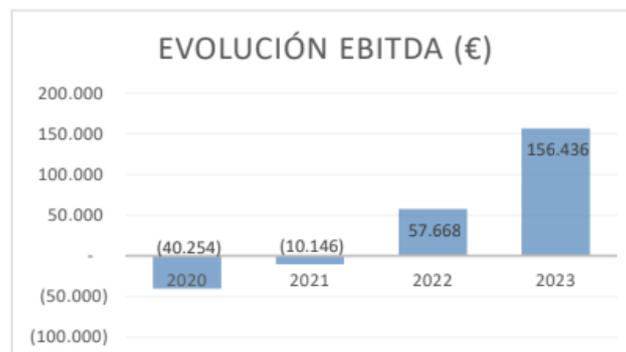
El plan de operaciones contempla el salto al B2C a partir del cuarto año, cuando la masa crítica conseguida durante los primeros años pueda servir de palanca para conseguir cuota de mercado.

## 3. INFORMACIÓN FINANCIERA

Según el análisis de ingresos y gastos realizado, y para evitar cualquier tensión en caja, creemos que GouBlue requiere inicialmente de una **financiación de 70.000€**, provenientes de dos fuentes distintas:

- La primera es una aportación de 40.000€ de capital inicial por parte de los cuatro socios fundadores.
- La segunda un préstamo bancario de 30.000€ a 3 años, haciendo usa de las líneas de financiación de ENISA para jóvenes emprendedores.

Esperamos entrar en **beneficios en 2022**, con la siguiente evolución del EBITDA:



Como resultado de nuestras proyecciones obtenemos en el cuarto año de proyección una **TIR = 47.6%** y un **PayBack inferior a 3 años**.

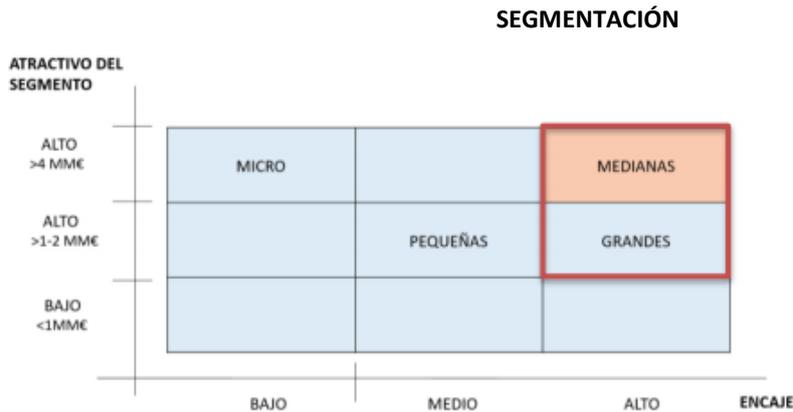
Por otro lado, nuestro **break even point** en cuanto al número de clientes se resume en la siguiente tabla:

	2020	2021	2022	2023
<b>Costes totales (€)</b>	59,600.00	103,120.00	205,720.00	276,760.00
<b>Numero de clientes</b>	7	21	69	89
<b>Ingreso medio por cliente (€)</b>	4,971.43	5,085.71	4,956.52	5,110.11
<b>Break even point (N clientes)</b>	11.99	20.28	41.50	54.16

#### 4. MERCADO OBJETIVO Y TAMAÑO

Nuestro mercado objetivo comprende empresas de **tamaño mediano** (50 - 250 empleados) y **grande** (más de 250 empleados) que se encuentran cercanas a centros urbanos.

Indicar también que la **distancia** media de **trayecto** óptima para nuestra solución se encuentra en el siguiente rango **15km - 45km**.



El tamaño del mercado, en nuestra fase inicial B2B, comprende de:

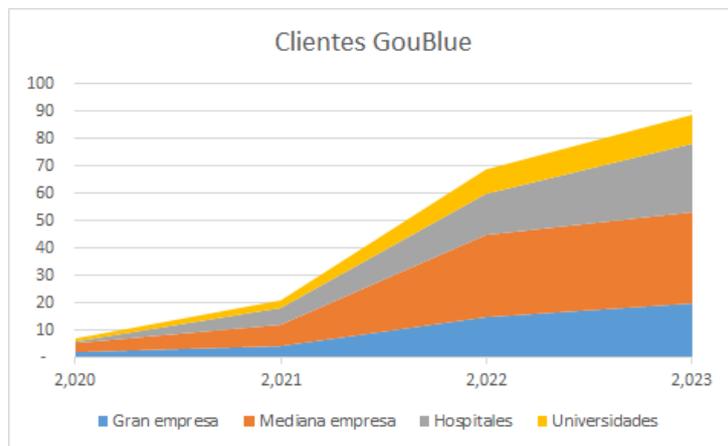
**TAMAÑO DE MERCADO**

TAMAÑO DE EMPRESA	50-100	100-200	200-1000	>1000
NÚMERO DE EMPRESAS	13000	7000	5000	870

Como parte del mercado objetivo debemos considerar también instituciones privadas, de salud (hospitales y otros) y universidades, con un gran número de usuarios potenciales.

Con ello planteamos los dos modelos de producto, de forma que las empresas de menor tamaño paguen una cuota de 300€ mensuales y las empresas más grandes y las instituciones una cuota mensual de 500€. Con estas cifras, tendríamos un mercado potencial superior a los 107 millones de euros anuales en España.

La estimación en cuanto al número de clientes en cada segmento se resume en la siguiente gráfica. Se estima una tasa realista de adopción de nuestra solución, y también la posible pérdida de usuarios en el camino:



## 5. PRODUCTO

Hemos creado una aplicación móvil disponible tanto en Windows Mobile, Android como en iOS.

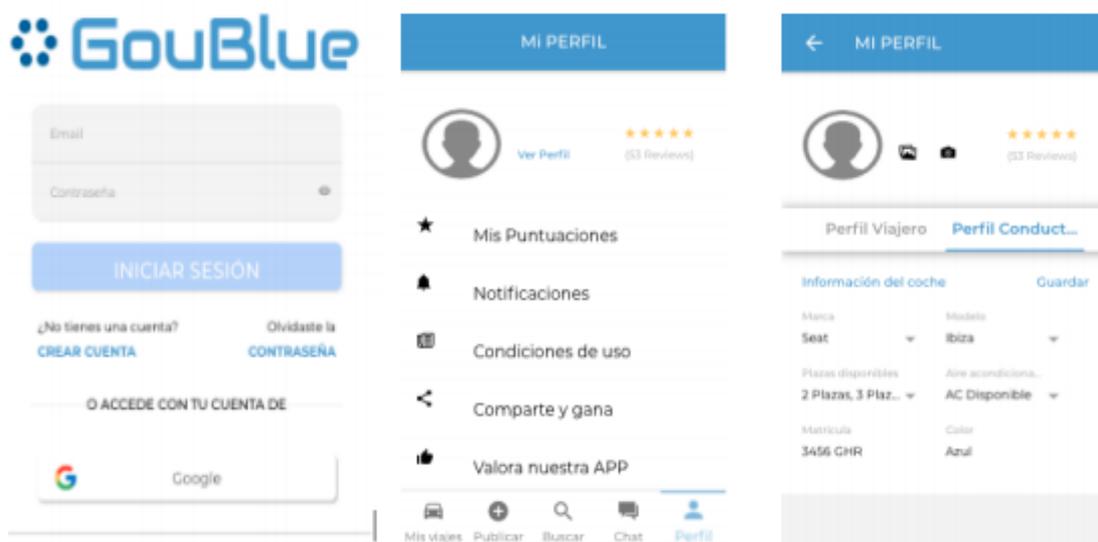
A través de dicha aplicación los empleados de las empresas pueden ponerse en contacto para compartir trayectos laborales diarios.

Los conductores que tengan un vehículo propio y quieran compartirlo, pueden publicar viajes definiendo el origen y destino del mismo, la fecha y hora de salida, plazas disponibles y las preferencias a la hora de compartir vehículo.

Por otro lado, los pasajeros pueden utilizar nuestro motor de búsqueda para encontrar potenciales conductores con los que realizar dicho trayecto.

Los pasajeros contribuyen con una dotación económica para cubrir los costes del trayecto. Dicho pago se realiza a través de la app.

### REGISTRO/IDENTIFICACIÓN DE USUARIO Y PERFIL USUARIO



## 6. TECNOLOGÍA

En el diseño y desarrollo de la aplicación hemos tenido en cuenta patrones de diseño esenciales para garantizar elementos tan importantes como la seguridad, escalabilidad, modularidad y mantenibilidad. Para garantizar la escalabilidad y la seguridad hemos decidido utilizar la nube de Google.

Por otro lado, hemos estimado conveniente utilizar una tecnología denominada “híbrida” que nos permita desarrollar en un único *framework* y desplegar la aplicación en diferentes plataformas. El *framework* escogido es IONIC 4.0.

A continuación, listamos el conjunto de tecnologías claves en nuestra solución:



## 7. ESTADO DEL PRODUCTO

Actualmente nos encontramos en la fase de desarrollo de la versión **Goublue\_0.2**. No obstante ya disponemos de dos versiones anteriores:

- **MVP** lanzada en abril del 2019.
- **Goublue\_0.1** lanzada en Junio del 2019.

La versión Goublue\_0.1 parte de un diseño y arquitectura pensadas en un UX profesional, la escalabilidad de la app, su seguridad, rendimiento y optimización en costes. Entre las funcionalidades presentes se encuentran:

- Registro de usuario por email, Gmail o Facebook.
- Registro de vehículos.
- Publicación de viajes.
- Búsqueda de viajes y filtros.
- Mapas interactivos y geolocalizador.
- Algoritmo de “matching”.

## 8. VENTAJAS COMPETITIVAS

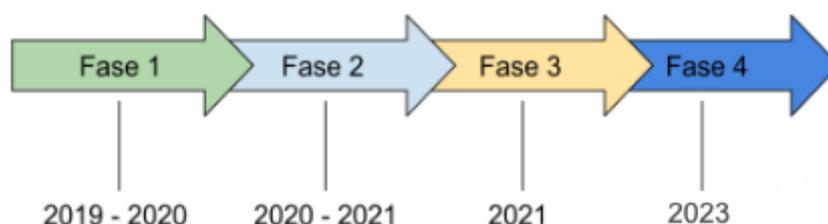
En GouBlue apostamos por un servicio de calidad y totalmente enfocado al cliente. Para ello todas las funcionalidades que hemos añadido y añadimos a nuestra solución tienen como objetivo el dar un servicio más personalizado, eficiente y seguro. Entre las ventajas competitivas que ofrecemos, destacamos las siguientes:



- Paradas Intermedias**      Nuestro algoritmo de *matching* es capaz de ofrecer paradas intermedias para recoger a un pasajero en puntos óptimos del trayecto, evitando así que el conductor tenga que desplazarse mucho de su ruta habitual.
- Filtros**      Tanto conductor como pasajero pueden establecer preferencias a la hora de compartir trayecto (fumador, género, ...)
- Verificación de usuario**      Garantizamos que todas las personas que utilicen la aplicación estén verificadas a través de su teléfono móvil.
- Puntos**      El compartir trayecto tiene beneficios. Cada vez que usuarios compartan vehículo, contabilizamos el CO2 ahorrado y posteriormente puede ser canjeado por beneficios adicionales con su empresa.
- Agrupación**      Empleados de varias empresas pueden compartir trayecto, fomentando así el networking.

### 9. ESTRATEGIA Y PLAN DE ACCIÓN

Nuestro objetivo es llegar a ser el líder de los servicios de carpooling en España. Para ello y con el objetivo de agregar oferta y demanda, comenzamos con un modelo B2B en Madrid que nos permita adquirir volumen y poder desarrollar y optimizar nuestra aplicación. Una vez que consigamos una expansión nacional atacaremos el B2C. Para llevar a cabo nuestra estrategia, hemos definido un plan de acción que a grandes rasgos consta de cuatro fases:



- Fase 1 Implantación y Testeo, tiene como principal objetivo conseguir “early adopters” que nos ayuden a mejorar el producto y crear una versión estable.
- Fase 2 Desarrollo, tiene como principal objetivo la expansión a otras empresas y el crecimiento del producto.
- Fase 3 Por las características de nuestra solución, la ubicación física de los clientes no es muy crítica. Aunque GouBlue nace en Madrid, en un entorno que consideramos conocido y abordable, la expansión puede llegar de la mano de las empresas que adopten nuestra solución; si bien es cierto que nos marcamos en nuestro plan estratégico el objetivo de la expansión al resto del territorio nacional y con un alto crecimiento en 2021.
- Fase 4 **Expansión a B2C**, nos permitiría proveer servicios a todo el espectro de clientes posibles, tanto empresas como individuos directamente.

## 10. ROADMAP

Goublue fue creada utilizando la metodología Lean Startup, que nos permite ser ágiles y pivotar rápidamente para así satisfacer las necesidades de nuestro cliente y conseguir la viabilidad en el negocio.

**Inicialmente** nos enfocamos en un modelo **B2C**, pero tras varios análisis y entrevistas, identificamos la dificultad de generar masa crítica y por tanto negocio. Comenzamos pues a entrevistar empresas grandes tipo Repsol, Endesa, Vector, Axa y Sener. Las conclusiones de las entrevistas parecían llevarnos a un a un modelo B2B, dado que las empresas tenían una necesidad aún no cubierta y estaban dispuestas a pagar por una solución.

Es así como **pivotamos a B2B** y de la mano de José Aguilar, comenzamos a hablar con inversores para que nos dieran su opinión sobre nuestro nuevo modelo de negocio. Tras hablar con varios *Business Angels* preparamos una **presentación para inversores**, que tuvimos el privilegio de presentar tanto en THE VAULT y Google Launchpad durante nuestro viaje a San Francisco.

Por últimos nos reunimos con **SCOOP**, empresa de carpooling líder en Estados Unidos. Dicha reunión fue muy enriquecedora para nosotros dado que obtuvimos mucha información valiosa de los retos y problemas a los que SCOOP se había enfrentado.



## 11. LOGROS

En marzo de 2019 tuvimos el privilegio de presentar nuestra idea en el evento para emprendedores de Google Launchpad en San Francisco, donde conseguimos ganar el premio al **mejor “Pitch” de la noche.**

Gracias a ello fuimos obsequiados con créditos Google Engine y AWS.



## 12. EQUIPO

### **CEO - Alberto Velázquez**

Ingeniero industrial y con un Executive MBA, Alberto posee una visión global del mundo empresarial tras más de 10 años de experiencia en diferentes departamentos como son los de ingeniería, operaciones y comercial.

### **CMO & CIO - Aitor Echevarria**

Ingeniero industrial y con un Executive MBA, Aitor es un experto comunicador y tiene grandes conocimientos en el trato con clientes gracias a su extensa experiencia en el departamento de compras de Airbus.

### **CFO & COO - José Gómez**

Ingeniero de telecomunicaciones y con dos másteres (Tecnología Espacial y Executive MBA), José posee extraordinarias habilidades analíticas gracias en parte a su labor en el análisis de requisitos, procedente tanto de estándares internacionales como de los propios clientes.

### **CTO - Juan Antonio Sanz**

Ingeniero informático y con un Executive MBA, Juan posee un profundo conocimiento del mundo tecnológico, informático y de la innovación gracias a sus 10 años dedicados al desarrollo y consultoría de soluciones tecnológicas para la digitalización de procesos bancarios.