

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

Alberto Miñambres
José Miguel del Álamo
Guillermo Cañigral
Luis María Portilla

Apartados

1. Entorno Económico y Demográfico

Pg. 6

Explicación del contexto económico y demográfico y de los principales factores que han generado una masa crítica de potenciales clientes que demandan nuestro servicio.

3. Marco Regulatorio

Pg. 25

Normativa legal de las zonas de aparcamiento regulado en las principales ciudades españolas.

5. Modelo de Negocio

Pg. 43

Qué es lo que nos hace diferentes. Te contamos por qué te enamorarás de ParkIntelligent.

7. Plan de Operaciones

Pg. 60

Resume todos los aspectos técnicos y organizativos relativos a la prestación del servicio a través de la App.

9. Plan de RRHH

Pg. 84

Conoce a los miembros fundadores de la comunidad, sus tareas dentro de ParkIntelligent y su estrategia de contratación para los próximos años.

11. Bibliografía

Los socios fundadores de ParkIntelligent son personas muy inteligentes, pero de vez en cuando también tienen que consultar algunas cosas, aquí podrás encontrar toda la información necesaria para la elaboración de este documento.

2. Tendencias

Pg. 20

Previsión de la evolución de los entornos urbanos en términos demográficos y de movilidad.

4. Análisis de la competencia

Pg. 30

Análisis de los principales competidores que operan en el sector.

6. Plan Estratégico

Pg. 50

Nos gustaría contarte cuál es la estrategia de ParkIntelligent para triunfar y por qué no hay nada parecido en el mercado.

8. Plan de Marketing

Pg- 71

Nuestra hoja de ruta marketiniana. Recoge todos los estudios de mercado, los objetivos de marketing, las estrategias a implementar y la planificación a seguir.

10. Plan de Financiero

Pg. 90

Nos gustaría prestarte el servicio de forma gratuita, pero los trabajadores de ParkIntelligent también comen, así que te invitamos a ver cuál es nuestro plan financiero para los próximos 5 años.

12. Anexos

La información adicional más completa para tu uso y disfrute. Aquí podrás encontrar, entre otras cosas, el Customer Journey Map o el manual de usuario de nuestra fabulosa App.

ParkIntelligent

¿Qué es?

ParkIntelligent es la primera solución real de movilidad que da respuesta a la necesidad de los conductores de encontrar de forma inmediata plazas de aparcamiento en el centro de las grandes ciudades.

¿Qué es la comunidad ParkIntelligent?

La comunidad ParkIntelligent está formada por todos los usuarios de nuestra App. Juntos somos ParkIntelligent., somos parte de un movimiento disruptivo, somos la comunidad.



¿Cómo funciona?

ParkIntelligent monitoriza la posición de todos los vehículos de carsharing. Cuando un usuario de este servicio reserva uno de estos vehículos, sabemos que en un breve período de tiempo va a liberar una plaza de aparcamiento. Si eres el conductor mas cercano, te llevaremos hasta ella para que llegues justo en el preciso momento. Además, como los miembros de la comunidad pueden pagar el parquímetro gracias a nuestra App, sabemos cuándo se van a marchar y podemos predecir en qué zonas es más probable que puedas encontrar una plaza de aparcamiento libre. Como verás, cuantos más miembros se unan a nuestra comunidad, mejor funcionará. Únete a nuestra comunidad y ayúdanos a mejorar tu vida y la de miles de conductores

¿Cómo se usa?

¡Descarga ParkIntelligent en tu smartphone y únete ya a nuestra exclusiva comunidad!



- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Introducción

Nuestra sociedad está cambiando y se está transformando a una velocidad que no tiene parangón histórico.

La tecnología hace que cada vez estemos más informados y más interconectados, nuestra respuesta ante cualquier estímulo que pase en nuestro entorno es más rápida.

Las necesidades del mundo en el que vivimos definen las tendencias, pero esas tendencias están cambiando según va evolucionando la tecnología. Sabemos que aparecerán nuevas oportunidades y tecnologías en un futuro no muy lejano.

Las nuevas tecnologías están ayudando a los usuarios, empresas y administraciones públicas en la transformación de sus procesos, haciéndolos más rápidos, económicos y sostenibles.

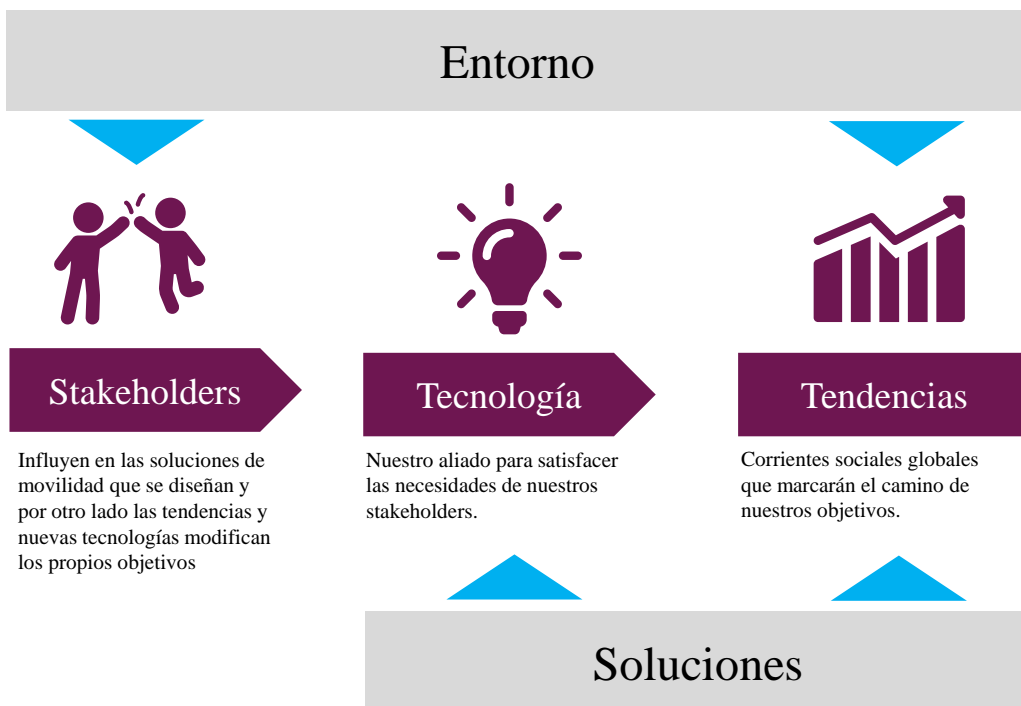
El entorno cada vez es más dinámico. Las soluciones tecnológicas del futuro generarán nuevas demandas de productos y servicios.

Para intuir hacia dónde avanza el entorno en el que nos estamos moviendo es necesario entender el presente y para ello debemos mirar en el pasado. Hay tecnologías que en estos momentos están muy de moda y parecen de reciente creación, pero no es así, por ejemplo, la primera vez que se habló de Inteligencia Artificial (AI) fue en un artículo escrito en 1950 por Alan Turing, matemático británico, llamado “Computing Machinery and Intelligence”.

En 1956, en Dartmouth (Inglaterra), John McCarthy convocó una conferencia a la que asistieron Marvin Minsky (considerado por muchos como el padre de la AI), Allen Newell y otros grandes investigadores de la época en la que se habló de la capacidad que tenían las máquinas de aprender (Inteligencia Artificial) y se hicieron previsiones a diez años que nunca se cumplieron. Esto provocó el abandono de casi todas las investigaciones en este campo durante los siguientes quince años.

En aquellos años se encontraron una serie de barreras tecnológicas que hicieron que finalmente se abandonara el desarrollo de la AI. Desde hace unos pocos años y gracias a los equipos informáticos y dispositivos digitales que tenemos hoy en día, está siendo posible el desarrollo de la Inteligencia Artificial y otras tecnologías de ciencias de datos que están desarrollando nuevos modelos de negocio.

Peter Drucker
“La mejor forma de predecir el futuro es crearlo”



Stakeholders

Administraciones Públicas

Garante del cumplimiento de las directivas y administrador del presupuesto público. Lo más importante de las instituciones públicas es que respeten la seguridad jurídica y sean predecibles, de forma que nuestro negocio sea sostenible en el tiempo y no se vea afectado por cambios políticos. Así mismo serán los encargados por velar del buen uso de los recursos públicos y de la seguridad de las personas. La administración es lenta y la tecnología cada vez más rápida y disruptiva, esto está provocando conflictos de interés por resolver.

Usuarios

Hay cuatro grandes factores que determinan la preferencia de los viajeros: el coste, el tiempo por trayecto, la experiencia de usuario y cada vez más, la sostenibilidad. No hay duda de que una mejora en el aparcamiento puede mejorar de forma muy notable estos cuatro factores. Y es así cómo nace ParkIntelligent, con el objetivo claro de mejorar todos los puntos clave para el usuario y presentarse como una alternativa atractiva y diferenciadora que dé solución a todos estos problemas.

Empresas Tecnológicas y Fabricantes

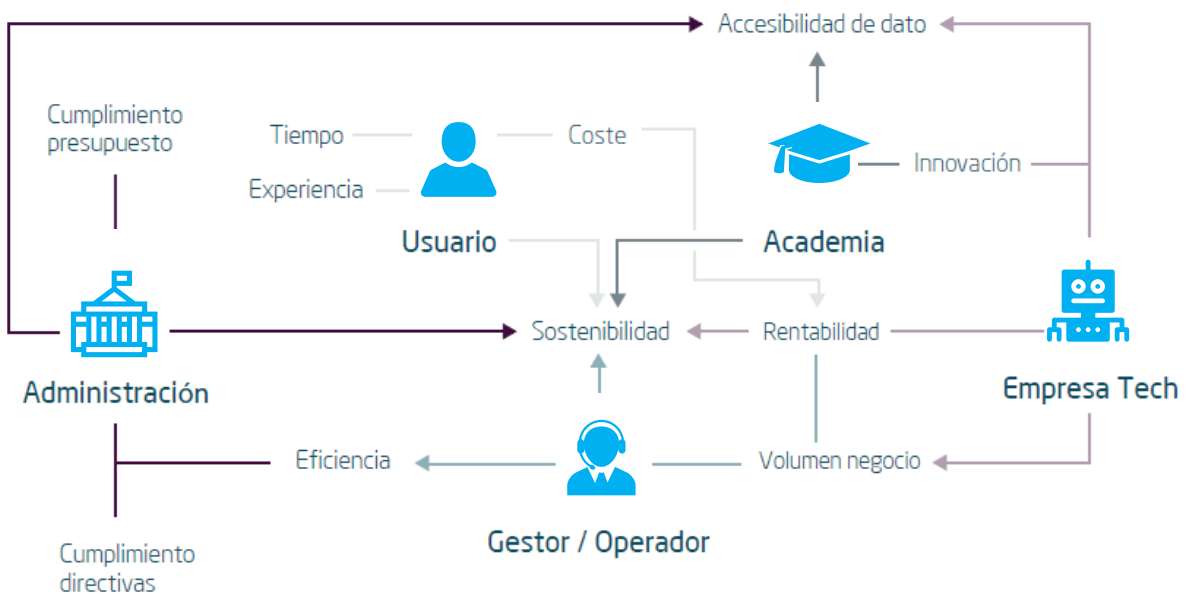
Las empresas tecnológicas son, junto a las “academias”, los principales proveedores de muchas de las innovaciones que ayudan a reconfigurar la sociedad y la forma que esta tiene de desplazarse e interactuar entre sí. Su objetivo, al igual que en el caso de las empresas de servicios, es llegar al mayor número de usuarios con la mayor rentabilidad posible.

Academia

Compuesto por todos aquellos agentes que promueven la creación y divulgación del conocimiento para provocar la transformación sectorial. Por su naturaleza son agentes aglutinadores de información y expertos en manejar esta. En esta categoría encontramos, principalmente: universidades y escuelas de negocios.

Empresas de servicios

Su objetivo es encontrar la forma más eficiente de satisfacer las necesidades de los clientes. En un mercado libre, todas aquellas empresas que sean capaces de dar respuesta a las necesidades del mercado y que además lo hagan de manera más eficiente que el resto de competidores, prevalecerá. Para ello buscarán siempre la eficiencia en costes y la diferenciación en servicio. En este sentido, buscarán ajustar su oferta a la demanda y buscar su nicho de mercado, ya que no hay sitio para todos.



Entorno Social

Los objetivos de la sociedad y los intereses de los diferentes stakeholders suelen ir de la mano, normalmente los movimientos sociales surgen y se consolidan, generando una respuesta de las empresas integrándose en su cultura hasta que se convierten en elementos diferenciadores de su propia identidad. Mejorar la movilidad exige quitar barreras al usuario, integrar datos y que los diferentes modos de transporte puedan integrarse.

Accesibilidad

Las barreras arquitectónicas han desaparecido literalmente, así como las tecnológicas, culturales y de confiabilidad, especialmente en lo referente a las transacciones monetarias. De esta forma, hemos visto cómo la **accesibilidad** en los últimos años ha **aumentado exponencialmente**, dando lugar a un **ecosistema muy favorable para el transporte**.

Consumo inmediato

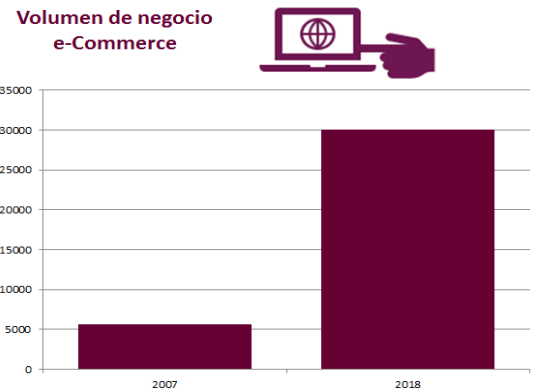
La sociedad demanda consumo inmediato a través de **modelos de negocio basados en el e-Commerce**. Esta demanda, que va a seguir aumentando en el futuro, está generando un **aumento exponencial del comercio online**, y por tanto, un aumento de los movimientos de mercancías que se entregan a domicilio. El desarrollo del e-commerce ha pasado de generar un volumen aproximado de 5.700 millones de euros en 2007 a unos 30.000 en el año 2018, supone un crecimiento medio anual del 18% según datos de la consultora Knight Frank.

Urbanización y envejecimiento

Las previsiones de Naciones Unidas nos dicen que **en el año 2030 habrá 2200 millones de personas viviendo en grandes núcleos urbanos** y que para el año 2050 el 22% de la población mundial sobrepasará los 60 años. En consecuencia, existe una **necesidad de soluciones reales de movilidad sostenible** en los grandes núcleos urbanos y de mejorar la accesibilidad de las personas mayores a los medios de transporte públicos y colaborativos.

Conciencia sostenible

El **transporte genera una tercera parte del consumo energético mundial** y la sociedad está cada vez más concienciada, hasta el punto de preferir modelos menos cómodos, económicos o que requieran un mayor consumo de tiempo.



Fuente: Informe Hootsuite, El ámbito digital en el 2018

Entorno Organizacional

Consortios metropolitanos

En los últimos años han aflorado con fuerza los consorcios metropolitanos. Iniciativas de interoperabilidad que permiten a los ciudadanos utilizar distintos medios de transporte sin necesidad de cambiar de billete o tarifa.

Los consorcios han nacido con la intención de fomentar el transporte público, facilitando al usuario final su acceso. Y son uno de los movimientos más claros de la industria hacia un futuro intermodal, no sólo en el transporte público.

En España destaca en este campo el Consorcio Metropolitano de Madrid.

M&As (Fusiones y adquisiciones)

Un mundo globalizado favorece el crecimiento inorgánico empresarial y la concentración de la oferta de un sector en unas pocas grandes multinacionales que lo controlan.

Por suerte, estamos en un momento donde cualquier StartUp es capaz de entrar en un mercado de forma disruptiva y revolucionarlo todo.

Las grandes corporaciones, tradicionalmente mucho menos ágiles que las pequeñas empresas, están reaccionando con intraemprendimiento, aplicándolo incluso a sus procesos internos de core business, en busca de una mayor eficiencia y buscando la integración digital.

KIA, fabricante de vehículos, y REPSOL, una de las mayores empresas del sector del petróleo y el gas, han creado en España WIBLE, un servicio de carsharing que cuenta con 500 vehículos y 55.000 usuarios registrados (Dic. 2018).

Directrices supranacionales

Uno de los principales talones de Aquiles de la mayoría de iniciativas Smart Mobility es que estas son fundamentalmente locales, y no tienen impacto más allá de la región donde operan.

TransformingTransport, una iniciativa supranacional a nivel europeo que cuenta la colaboración de más de 48 empresas del sector y una financiación de más de 80.000 millones, sería una de las pocas iniciativas que habría venido para romper con esta dinámica localista y buscar soluciones globales.

Iniciativas internacionales

En este ámbito geográfico están apareciendo fuertes compañías que aspiran a ser los líderes mundiales en soluciones de movilidad. En Europa ya opera EasyPark, con presencia en más de 48 ciudades. Así mismo, en EEUU podemos encontrar a su homólogo INRIX. Ambas compañías están intentando integrar todas las soluciones de movilidad en una plataforma única que sea extrapolable a nivel internacional. Aunque en la actualidad estas compañías están operando en lugares diferentes, ambas están llamadas a competir, a corto o medio plazo, por el liderazgo internacional.

Entorno Organizacional



Consortios metropolitanos



M&As



Directrices supranacionales



Iniciativas internacionales



El 80% del mercado es controlado por 3 competidores, que habitualmente se han formado después de fusionarse.



KIA y Repsol han unido fuerzas para poner en marcha un proyecto común: WIBLE, la compañía de carsharing de Madrid de vehículos suv.

easypark

EasyPark es el actor más relevante a nivel Europeo, con más de 4 millones de usuarios.

Entorno Tecnológico

En 2010 se generalizó el uso de los “Smartphones”, una tecnología que en su momento fue disruptiva ya se ha generalizado y normalizado siendo la base sobre la que se están apoyando los próximos avances. Desde que esta tecnología apareció se sabe la geolocalización, edad, gustos, historial de búsquedas, etc.. de los usuarios. Se están generando grandes masas de datos que aportan una información muy valiosa para las empresas sobre los gustos y preferencias de los usuarios. Se estima que más del 50% de la población mundial ya tiene acceso a Internet a través de móvil o PC, esto ha hecho que tecnologías como el Big Data ó el Machine Learning hayan aparecido en las grandes empresas. Hoy en día para una apertura de una tienda Retail, la información clasificada por Big Data es fundamental para saber si la ubicación es la correcta y en esa calle hay flujos de personas que por edad, gustos, etc se adecuen al formato de tienda que se pretende implantar.

Toda esta hiperconectividad posibilitará que el mundo cada vez sea más inteligente e interactúen todas las cosas conectadas a la red. Las ciudades, las personas, los vehículos, el mobiliario urbano se relacionará mediante aplicaciones de movilidad. Hoy en día ya casi existen aplicaciones para todo, estas App son proactivas y ante un estímulo se intentan anticipar al usuario para facilitarle la vida, nuestra mentalidad y preferencias evolucionarán y se adaptarán a todos los cambios que nos brinde la tecnología.

Sin los equipos informáticos disponibles y sin la capacidad de almacenaje de la cantidad de datos generada por todos los terminales y dispositivos móviles, los complejos algoritmos que hay diseñados no podrían realizar la cantidad de cálculos que llevan a cabo en un tiempo tan corto.

Las principales multinacionales que dominan el almacenaje de datos son Microsoft, IBM y Amazon, también controlan el sector de Algoritmos de Inteligencia Artificial (Amazon Web Service, Azure, IBM Watson). De nada sirve el mejor algoritmo del mundo sin datos de calidad y viceversa, las compañías con acceso fácil a datos de los usuarios tienen una ventaja competitiva muy valiosa.

Entorno Tecnológico



Capacidad de almacenaje



Hiperconectividad y geolocalización



Capacidad de cálculo



Appificación

Resumen y conclusiones

En lo que queda de siglo, la movilidad avanzará hacia un transporte más rápido, seguro, eficiente, barato, integrado y accesible.

Las tecnologías impulsarán el cambio y permitirán al usuario que diferentes operadores de cualquier forma de transporte puedan agregar la oferta de servicios de forma automática y con un solo click.

Urban world: The economic power of cities (McKinsey Global Institute)

El informe es tajante: el mundo está en medio de un cambio radical, experimentando un brutal trasvase de población de las zonas rurales a las urbanas.

La población urbana mundial está creciendo a un ritmo de 65 millones de personas al año. Y por primera vez en la historia, más de la mitad de la población mundial vive ahora ciudades. La base de toda esta transformación son las economías de escala que hacen que los centros urbanos concentrados sean más productivos.

La expansión de las ciudades tiene todavía mucho potencial para un mayor crecimiento y la reducción de la pobreza en muchos mercados emergentes. La urbanización será una de las los mayores impulsores del crecimiento económico mundial de este siglo.

Análisis de los 600 centros urbanos más significativos para la economía (Las 600 ciudades son las 600 principales por su contribución al crecimiento del PIB mundial entre 2007 y 2025).

Situación en el 2007:

El 22% de la población mundial vive en estos centros urbanos, 1.500 millones de personas.

Generan 30 trillones de PIB, cerca del 50% de todo el PIB mundial.

485 millones de personas viven en estas ciudades, con una renta per cápita media de 20.000\$.



Previsiones para el 2015:

El 25% de la población mundial vivirá en estos centros urbanos, 2.000 millones de personas.

Generarán 64 trillones de PIB, cerca del 60% de todo el PIB mundial.

735 millones de personas vivirán en estas ciudades, con una renta per cápita media de 32.000\$.

Contribución a la generación del PIB mundial de las grandes ciudades

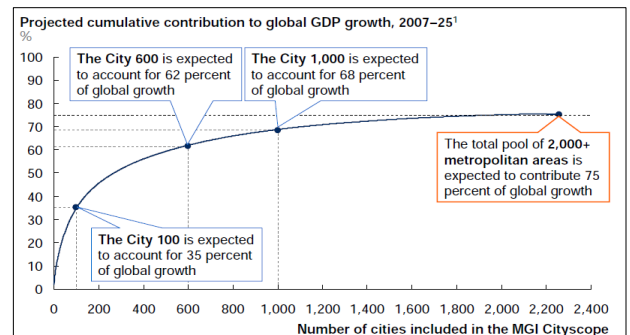
La previsión de McKinsey Global Institute Cityscope 1.0 dice que en 2025:

Las 100 ciudades más representativas en términos de generación de PIB van a generar el 35% de este a nivel mundial.

Las 600, el 60%.

Las 1000, el 68%.

A partir de este punto, podríamos decir que hemos entrado en saturación y añadir las siguientes ciudades por generación del PIB apenas mayorará el resultado del conjunto.



Fuente: McKinsey Global Institute Cityscope 1.0

Las 25 ciudades con más potencial en 2025

Esta tabla recoge un listado de las **25 ciudades con más potencial** de crecimiento económico y demográfico para el año 2025, categorizadas en base a siete parámetros:

- Producto Interior Bruto.
- Producto Interior Bruto per Cápita.
- Crecimiento del Producto Interior Bruto.
- Población total.
- Hijos.
- Número de hogares totales.
- Hogares con un ingreso anual de más de 20.000\$.

Esta tabla puede ser relevante más adelante, en una **segunda fase de nuestra expansión internacional** en la que planteemos el salto de ParkIntelligent fuera de Europa analizando los datos de **Parking Dashboard** (agregador de datos que categoriza las ciudades en función de una serie de atributos relacionados con la movilidad y que puede encontrarse en el **Parking Dashboard** (agregador de datos que categoriza las ciudades en función de una serie de atributos relacionados con la movilidad).). Si encontramos ciudades en esta lista (potencial de crecimiento económico) y comprobamos que no están desarrolladas en términos de movilidad, podemos encontrar ciudades de alto potencial de negocio.

Top 25 hot spots by 2025

Cityscope 2025 city rankings

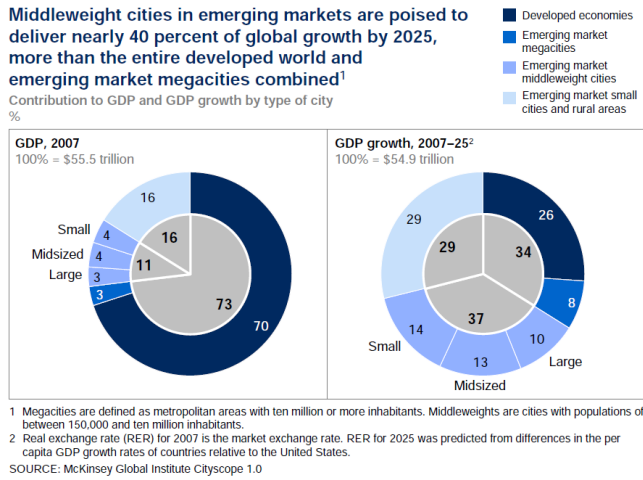
Bold text Developing regions
Normal text Developed regions¹

Rank	GDP ²	Per capita GDP ²	GDP growth ²	Total population	Children ³	Total households	Households with annual income over \$20,000 ⁴
1	New York	Oslo	Shanghai	Tokyo	Kinshasa	Tokyo	Tokyo
2	Tokyo	Doha	Beijing	Mumbai	Karachi	Shanghai	New York
3	Shanghai	Bergen	New York	Shanghai	Dhaka	Beijing	London
4	London	Macau	Tianjin	Beijing	Mumbai	São Paulo	Shanghai
5	Beijing	Trondheim	Chongqing	Delhi	Kolkata	Chongqing	Beijing
6	Los Angeles	Bridgeport	Shenzhen	Kolkata	Lagos	New York	Paris
7	Paris	Hwasong	Guangzhou	Dhaka	Delhi	London	Rhein-Ruhr
8	Chicago	Asan	Nanjing	São Paulo	Mexico City⁵	Mumbai	Osaka
9	Rhein-Ruhr	San Jose	Hangzhou	Mexico City⁵	New York	Delhi	Moscow
10	Shenzhen	Yösu	Chengdu	New York	Manila	Mexico City⁵	Mexico City⁵
11	Tianjin	Calgary	Wuhan	Chongqing	Tokyo	Rhein-Ruhr	Los Angeles
12	Dallas	Al-Ayn	London	Karachi	Cairo	Paris	São Paulo
13	Washington, D.C.	Edinburgh	Los Angeles	Kinshasa	Lahore	Kolkata	Seoul
14	Houston	Charlotte	Foshan	London	São Paulo	Lagos	Chicago
15	São Paulo	San Francisco	Taipei	Lagos	Kabul	Osaka	Milan
16	Moscow	Durham	Delhi	Cairo	Buenos Aires	Dhaka	Mumbai
17	Chongqing	Ulsan	Moscow	Manila	Luanda	Tianjin	Cairo
18	Randstad	Washington, D.C.	Singapore	Shenzhen	London	Shenzhen	Hong Kong
19	Guangzhou	Boston	São Paulo	Los Angeles	Los Angeles	Moscow	Taipei
20	Mexico City⁵	Belfast	Tokyo	Buenos Aires	Colombo	Chengdu	Randstad
21	Osaka	New York	Shenyang	Rio de Janeiro	Baghdad	Cairo	Shenzhen
22	Philadelphia	Grande Vitória	Xi'an	Tianjin	Shanghai	Rio de Janeiro	Istanbul
23	Boston	Canberra	Dongguan	Paris	Paris	Wuhan	Delhi
24	San Francisco	Seattle	Mumbai	Jakarta	Jakarta	Los Angeles	Buenos Aires
25	Hong Kong	Zurich	Hong Kong	Istanbul	Istanbul	Buenos Aires	Madrid

Fuente: McKinsey Global Institute Cityscope 1.0

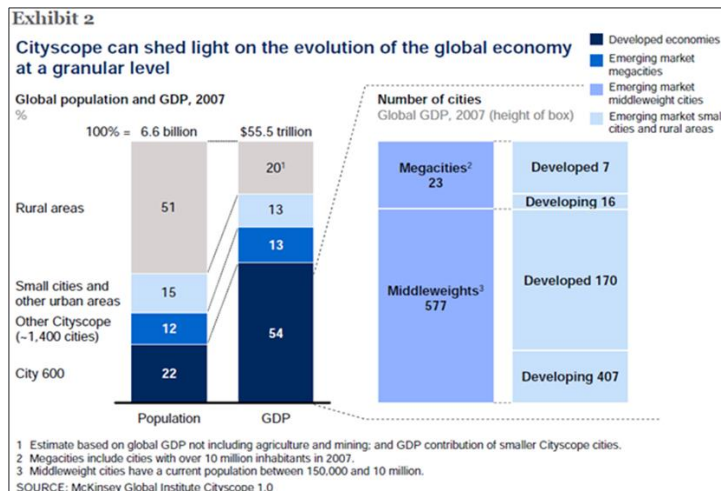
El impacto de las ciudades en desarrollo

Las **ciudades en desarrollo** van a representar el **40% del crecimiento global en 2025**. En contraprestación, las economías desarrolladas que en 2007 representaban el 70% de este crecimiento, van a ver reducida su cuota a un 26%. La conclusión que extraemos de estos datos es que, en contra de lo que pudiéramos pensar, puede ser más interesante priorizar ciudades en desarrollo en detrimento de los grandes núcleos urbanos consolidados.



Evolución de la economía global por sectores

Este gráfico demuestra que una pequeña proporción de la población mundial, concretamente una quinta parte, la perteneciente a las **economías desarrolladas**, genera **más de la mitad de la riqueza global**. Sobre la base de estos datos, puede deducirse que el atractivo económico está en las economías desarrolladas. Concretamente en las grandes ciudades, y en mayor medida en las que están en vías de desarrollo, como veremos a continuación.



Las previsiones de las Naciones Unidas y del Banco Mundial

En la actualidad la población mundial es de 7.300 millones de personas. Seremos **8.500 millones en 2030** y 9.500 millones en 2050 según el informe conciso *La situación demográfica en el mundo 2014*, elaborado por el departamento de asuntos económicos y sociales de las Naciones Unidas.

Cuadro I
Población, aumento medio anual y tasa de crecimiento anual, todo el mundo, grupos de desarrollo y regiones principales, en determinados años y períodos (variante media)

	Población (millones)			Aumento medio anual (millones)			Tasa media de crecimiento anual (porcentaje)		
	1994	2014	2050	1990-1995	2010-2015	2045-2050	1990-1995	2010-2015	2045-2050
Todo el mundo	5 661	7 244	9 551	84,2	81,7	48,5	1,52	1,15	0,51
Regiones más desarrolladas	1 169	1 256	1 303	5,0	3,7	0,1	0,43	0,30	0,01
Regiones menos desarrolladas	4 492	5 988	8 248	79,2	78,0	48,4	1,81	1,33	0,60
Países menos adelantados	569	919	1 811	15,1	20,3	26,7	2,77	2,28	1,54
Otros países menos desarrollados	3 923	5 068	6 437	64,0	57,7	21,7	1,68	1,16	0,34
África	699	1 138	2 393	17,3	27,0	39,9	2,57	2,46	1,74
Asia	3 432	4 342	5 164	53,9	43,9	5,7	1,61	1,03	0,11
Europa	729	743	709	1,3	0,6	-1,6	0,18	0,08	-0,22
América Latina y el Caribe	478	623	782	8,2	6,8	2,1	1,77	1,11	0,27
América del Norte	294	358	446	3,0	2,9	2,0	1,05	0,83	0,45
Oceanía	29	39	57	0,4	0,5	0,5	1,49	1,42	0,82

Fuente: Naciones Unidas



NACIONES UNIDAS

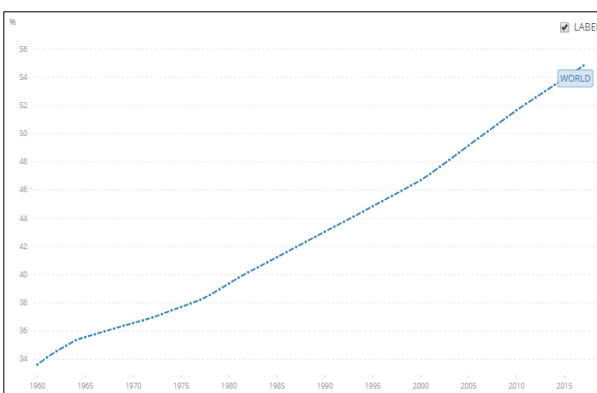
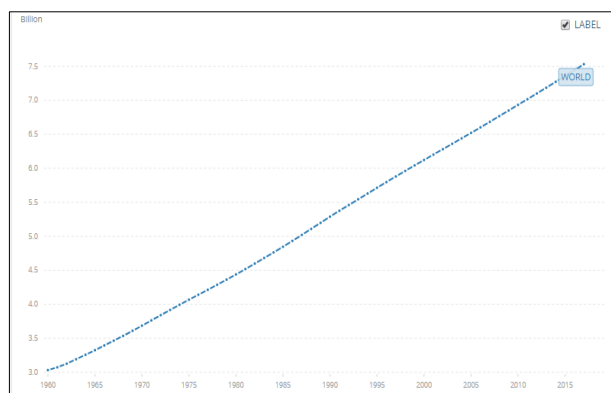


BANCO MUNDIAL

La siguiente serie de gráficos ha sido extraída de la base de datos del Banco Mundial y sirve como base para buscar tendencias demográficas, principalmente en dos ámbitos: crecimiento de la población urbana mundial, tanto en términos absolutos como relativos y crecimiento de la población en las grandes ciudades -más de un millón de habitantes-.

Crecimiento anual de la población mundial.

Desde los años sesenta el crecimiento anual porcentual nunca ha bajado del 1,2%. En este periodo de tiempo, apenas **60 años**, la **población mundial total se ha multiplicado por dos**.



Fuente: Banco Mundial

Aparcar en las ciudades españolas

En el año 2017 el Ayuntamiento de Madrid realizó una “Encuesta de Calidad de Vida y Satisfacción con los Servicios Públicos” de la ciudad siendo la falta de aparcamiento el 5º problema que más preocupaba a los madrileños. También se comparaban los problemas de los habitantes de otras ciudades importantes de España. Para los ciudadanos de Bilbao es el principal problema que tenían en el año 2017.

Cinco principales problemas 2017: comparación de ciudades				
	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla
1º	Limpieza	Turismo	Falta plazas aparcamiento	Paro
2º	Contaminación	Paro/Condiciones de trabajo	Paro	Limpieza
3º	Tráfico	Circulación/Tránsito	Barreras Arquitectónicas	Inseguridad ciudadana
4º	Paro, falta de oportunidades de empleo	Acceso a la vivienda	Ruido	Transporte público
5º	Falta de aparcamiento	Contaminación y medioambiente	Droga	Tráfico

Fuente:

Ajuntament de Barcelona, Encuesta de Serveis Municipals 2017
 Observatorio urbano de los barrios de Bilbao. VI Informe, febrero 2016
 Barómetro socioeconómico. Centro andaluz de prospectiva de Sevilla, enero 2018

Para el ciudadano, estacionar su vehículo se convierte en un problema de tiempo, dinero y contaminación. La falta de aparcamiento tiene relación directa con la contaminación y el tráfico, problemas que según esta encuesta preocupan mucho a los ciudadanos.

Aparcar en las ciudades españolas

El motivo fundamental de la dificultad para aparcar es sencillo de explicar: hay más vehículos que plazas de aparcamiento libres y no hay alternativas gratuitas para poder dejar el vehículo bien estacionado.

Es fácil imaginar que las ciudades más pobladas de nuestro país son las que más problemas tienen sus habitantes para estacionar el coche pero en el estudio realizado para este proyecto hemos llegado a la conclusión de que las ciudades con más de 50.000 habitantes en zonas céntricas de alta densidad de población, cercanas a servicios públicos y zonas comerciales o de ocio donde estacionar el vehículo puede suponer entre 10 y 40 minutos buscando aparcamiento en zonas.

	Población nº habitantes	extensión km2	Densidad de Población	Nº turismos
MADRID	3.182.981	604	5.266	1.462.411
BARCELONA	1.620.809	102	15.866	579.619
VALENCIA	787.808	134	5.851	348.290
SEVILLA	689.434	140	4.897	336.612
ZARAGOZA	664.938	973	683	554.985
BILBAO	342.810	41	8.445	144.980
PAMPLONA	203.382	24	7.855	103.762

	Aparcamientos regulados uds plazas calle	densidad aparcamientos uds aparcam/km2	nº hab/nº aparcamientos	nº turismos/nº aparcamientos
MADRID	153.916	255	20,68	10
BARCELONA	49.000	480	33,08	12
VALENCIA	6.049	45	130,24	58
SEVILLA	7.285	52	94,64	46
ZARAGOZA	14.783	15	44,98	38
BILBAO	17.000	414	20,17	9
PAMPLONA	24.814	1.393	8,20	4

Fuente: Elaboración propia con datos oficiales de los diferentes ayuntamientos y el INE.

En España hay 145 ciudades con más de 50.000 habitantes, excepto Badajoz, Lugo, Melilla, Pontevedra y Santa Cruz de Tenerife, todas tienen zonas de estacionamiento regulado. Santa Cruz de Tenerife la implantará en 2019.

Desde hace años y para fomentar la rotación de los vehículos estacionados y el uso del transporte público, los ayuntamientos penalizan al ciudadano y recaudan dinero implantando zonas de estacionamiento regulado de pago.

La OCU ha denunciado que no existe criterio a la hora de establecer tarifas para aparcar en la calle, cada ayuntamiento cobra lo que considera oportuno generando agravios entre unas ciudades y otras.

Las más baratas para aparcar durante dos horas serían Palencia (1,15 €), Ávila y Ciudad Real (1,10 €), Jaén (1,05 €), Ceuta (0,95 €) y Zamora (0,60). Para ese mismo tiempo las ciudades más caras son Barcelona (hasta 6€ en algunas zonas), San Sebastián (5,35€) y 4,70 Madrid.

Los residentes de las zonas reguladas sufren grandes desigualdades de una ciudad a otra, por ejemplo en Castellón los residentes no pagan nada por estacionar en zonas reguladas y en Oviedo la figura de residente no está ni reconocida pagando lo mismo que cualquier otra persona.

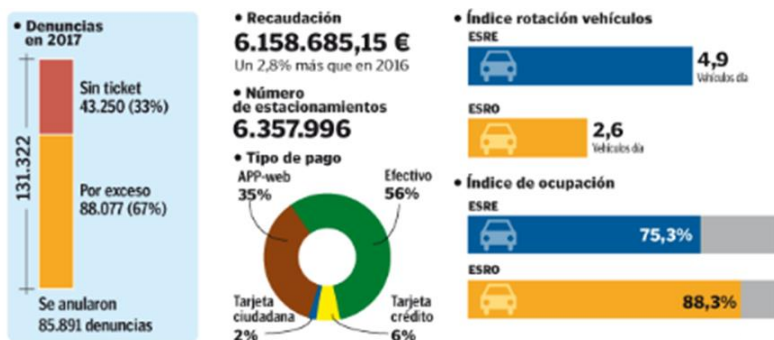
En cualquier caso, las competencias de regular y ordenar el tráfico interno de las ciudades recae sobre los ayuntamientos, es su obligación y está en sus prioridades que los ciudadanos tengamos un aire más limpio y que sea cada vez más cómodo movernos por la ciudad.

Aparcar en las ciudades españolas

Los conductores que buscan aparcamiento tienen un patrón de comportamiento común en su búsqueda ya que circulan muy despacio, atentos a los movimientos de los coches estacionados y pasan varias veces por las mismas calles. Esto dificulta la movilidad generando inconvenientes al resto de conductores, supone un gasto de combustible y de tiempo innecesario y genera más contaminación.

Es complicado cuantificar cuantos coches circulan buscando aparcamiento pero algunos ayuntamientos como el de Zaragoza estiman que entre un 10 y un 40% del tráfico interno en la ciudad es de vehículos que buscan sitio donde estacionar.

Rotación de vehículos y recaudación estacionamiento regulado Zaragoza en 2017.



Fuente: El Heraldo.es

Podemos decir que diariamente por las calles de nuestras ciudades hay miles de ciudadanos circulando con su vehículo en busca de aparcamiento.

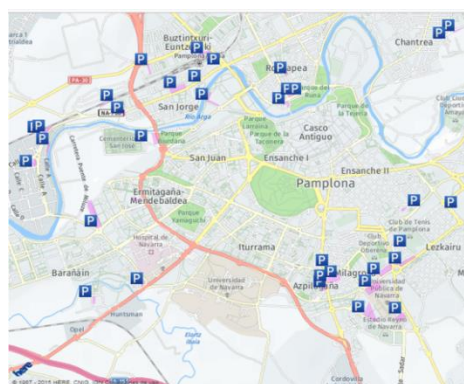
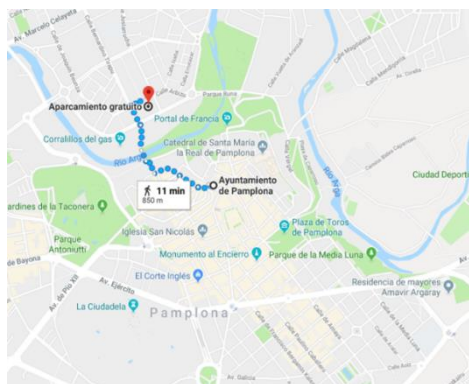
El caso de Pamplona es curioso ya que la densidad de población y vehículos por kilómetro cuadrado es de las más altas de España.

La estrategia llevada a cabo por el ayuntamiento ha sido limpiar y adecuar solares para convertirlos en parkings disuasorios gratuitos. Estos solares suelen estar situados en distintos barrios y lugares estratégicos como por ejemplo las cercanías de las entradas a la ciudad.

Gracias a esto se ha conseguido que los habitantes y visitantes de la ciudad dejen sus coches en estos espacios que se ubican cerca del centro y vayan a pie o transporte público al casco viejo y la parte más céntrica de la ciudad.

Con esta iniciativa se reduce el tráfico, los conductores no tienen que estar dando vueltas por los mismos distritos en busca de aparcamiento durante un tiempo que puede llegar a ser de hasta media hora.

En Pamplona hay 8.000 plazas para aparcarse de este tipo.



Fuente: Google Maps.

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Previsión de la evolución del entorno a 5 años

Estamos en un entorno muy dinámico que se adapta cada vez más rápido y mejor a las posibilidades que ofrece la tecnología.

Es muy probable que al desarrollar todo esto que ya existía pero que la tecnología no permitía, aparezcan nuevos avances disruptivos no conocidos hasta ahora y nuevos modelos de negocio.

Los hábitos de movilidad que se han impuesto en los últimos cincuenta años evolucionan hacia nuevas maneras de desplazarse. Las ciudades están adaptando su espacio urbano.

Todo indica que las políticas y ordenanzas que definirá cada ayuntamiento en sus planes de movilidad irán encaminadas a:

- Tener un aire limpio.
- Reducir el número de vehículos por los cascos urbanos. Prohibir los vehículos más contaminantes, cada vez serán más restrictivos y exigentes.
- Fomentar transporte público y otras formas de “movesharing”.
- Peatonalizar cada vez más espacios.
- Construir carriles bici y ampliar aceras existentes.
- Mayor presión recaudatoria por aparcar en la vía pública.
- Restringir los accesos al centro de las ciudades o determinadas zonas con vehículos privados

Hay tendencia a eliminar plazas de aparcamiento para coches en zonas muy céntricas que se peatonalicen o se ejecute carril bici, favoreciendo a aparcamientos privados.

Se incrementará la necesidad puntos de recarga para coches eléctricos conforme se vaya aumentando su número en las ciudades.

Se seguirá promoviendo la construcción e implantación de carril bici por las ciudades.

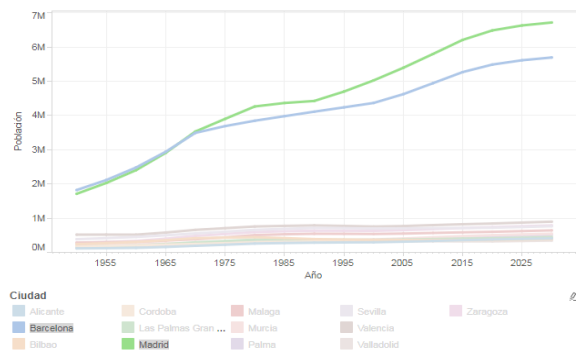
El objetivo de las ciudades será “pacificar el tráfico” ofreciendo alternativas al coche.



Previsión demográfica de las ciudades españolas

La previsión de la División de Población de las Naciones Unidas es que para el 2030, el 40% de la población española viva en 15 grandes ciudades de más de 300.000 habitantes. En 195, este porcentaje era del 15,6%.

Así mismo, naciones unidas prevé que para el año 2050, el 66% de la población mundial vivirá en zonas urbanas. De hecho, El 14,4% de esta población vivirá en megaciudades (urbes gigantescas con más de 10 millones de habitantes). Las ciudades españolas que más experimentarán este fenómeno de globalización en España serán Madrid y Barcelona.



Fuente: Naciones Unidas.



NACIONES UNIDAS

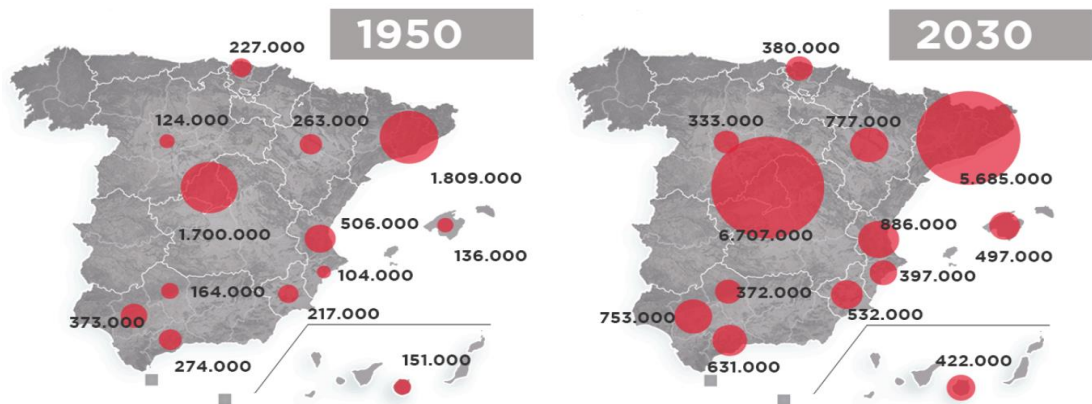
DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES

El área metropolitana de Madrid, la capital y los municipios colindantes, pasará de los 1,7 millones de habitantes censados en 1950 a 6,7 en 2030. Este espectacular crecimiento supone multiplicar por cuatro la población en tan solo 80 años, menos de un siglo. Actualmente el área metropolitana de Madrid cuenta con una población de 6,1 millones de habitantes.

En el caso de Barcelona, ha pasado de albergar 1,8 millones en 1950 a 5,7 en 2030. Aunque en el punto de partida, 1950, la población de Barcelona era ligeramente superior, vemos que el crecimiento experimentado hasta 2030 no es tan espectacular como el de Madrid. Actualmente el área metropolitana de Barcelona cuenta con 5,2 millones de habitantes.

Otras ciudades españolas con alto potencial de crecimiento según las Naciones Unidas son: Valladolid, Alicante, Sevilla, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Málaga, Córdoba, Valencia y Bilbao, Zaragoza y Murcia.

El dato más relevante del estudio es que la previsión es que para 2030 una cuarta parte de toda la población nacional vivirá en el área metropolitana de Madrid o Barcelona, el 25,6%.



Fuente: Naciones Unidas.

Previsión demográfica de las ciudades españolas

El Instituto Nacional de Estadística ha elaborado sus propias previsiones demográficas por comunidades autónomas para el año 2030 (Existen estimaciones hasta 2033). Prevé un crecimiento del 8,07% y de un 10,1% para la comunidad de Madrid.

Población y fenómenos demográficos por provincias: serie 2018-2030			
Población residente en España a 1 de enero, por lugar de nacimiento y año			
Unidades: personas			
	2030	2019	
Total Nacional			Incremento de población
Total	48.731.578	46.867.125	
01 Araba/Álava	346.873	327.895	5,79%
02 Albacete	379.413	389.468	-2,58%
03 Alicante/Alacant	2.014.647	1.861.802	8,21%
04 Almería	782.288	708.330	10,44%
05 Ávila	145.848	158.752	-8,13%
06 Badajoz	647.358	672.723	-3,77%
07 Balears, Illes	1.380.599	1.185.764	16,43%
08 Barcelona	6.010.488	5.561.559	8,07%
09 Burgos	338.544	354.627	-4,54%
10 Cáceres	366.149	392.999	-6,83%
11 Cádiz	1.249.456	1.250.300	-0,07%
12 Castellón/Castelló	569.167	569.556	-0,07%
13 Ciudad Real	463.972	495.463	-6,36%
14 Córdoba	755.672	784.224	-3,64%
15 Coruña, A	1.086.887	1.119.633	-2,92%
16 Cuenca	186.709	199.236	-6,29%
17 Girona	818.906	755.590	8,38%
18 Granada	929.495	918.610	1,18%
19 Guadalajara	267.331	257.206	3,94%
20 Gipuzkoa	727.309	712.467	2,08%
21 Huelva	539.530	524.244	2,92%
22 Huesca	218.264	219.078	-0,37%
23 Jaén	587.498	632.456	-7,11%
24 León	423.874	462.285	-8,31%
25 Lleida	445.307	430.566	3,42%
26 Rioja, La	312.639	312.832	-0,06%
27 Lugo	309.513	329.515	-6,07%
28 Madrid	7.282.626	6.620.110	10,01%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadístico.

Comparativa de cifras

La previsión del INE es ligeramente superior en ambos casos. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta se refiere a toda la comunidad autónoma y no solo al núcleo urbano. Si damos por buenas ambas previsiones, podríamos llegar a la conclusión de que la población no urbana se va a reducir notablemente, siguiendo el éxodo rural y la tendencia a nivel mundial que ya habíamos vaticinado, entre otros, gracias a los datos del banco mundial y a la serie histórica.

	2030		
	Datos INE (Comunidad Autónoma)	Datos ONU (Núcleo Urbano)	Población No Urbana
Barcelona	6.010.488	5.700.000	310.488
Madrid	7.282.626	7.100.000	182.626

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Introducción

La regulación va a jugar un papel fundamental en el futuro ecosistema de movilidad que se está dibujando cada día delante de nuestros ojos. Somos espectadores de lujo de los cambios que están llamados a romper con los antiguos paradigmas de la movilidad. El futuro presenta infinidad de incógnitas, que en términos regulatorios, están todavía por resolver. Y seguirán apareciendo nuevas incógnitas a medida que vayamos despejando las actuales. ¿Cuándo veremos el primer coche autónomo operando fuera de un circuito de control? ¿Dónde? ¿Cuál será la legislación en el centro de los grandes núcleos urbanos? ¿Podrán acceder a estas zonas los vehículos particulares? ¿Quién va a ser el responsable en caso de accidente de un vehículo autónomo?

En nuestro caso, el objeto del estudio del marco regulatorio se centra en hacer un resumen de las plazas reguladas, por distritos, en las grandes ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia.



Valencia y Madrid

Valencia es la tercera ciudad y área metropolitana más poblada de España, por detrás de Madrid y Barcelona. La ciudad cuenta con una población de 791.413 habitantes. Por el tamaño de la ciudad y debido a su orografía sin desniveles y excelente clima, el Ayuntamiento promueve la utilización de la extensa red de transporte público con que cuenta la ciudad y que abarca toda el área metropolitana, además de haber fomentado en los últimos años el uso de la bicicleta, siendo posible circular por la mayor parte de la ciudad por carriles exclusivos para las bicicletas.

Para que tal modelo de fomento de transporte público tenga éxito, la ciudad cuenta con más de 1.000 plazas propias de aparcamientos gratuitos en 15 estaciones de metro que permiten un acceso más directo y ordenado a la ciudad de Valencia, sobre todo para días en los que se produce concentración debido a actos o festivos como pudieran ser maratones, fallas etc.. Además, existen otras 1.163 plazas en siete estacionamientos municipales, también gratuitos, cercanos a la red de metro en distintas poblaciones, de tal manera que los usuarios de Metro pueden acudir a los aparcamientos disuasorios, que permanecen abiertos de manera ininterrumpida, para estacionar su vehículo y acceder al metro o tranvía, y a los que hay que añadir los aparcamientos de carácter privado.

Madrid es la capital de España y la ciudad más poblada del país con más de tres millones de habitantes. Como en cualquier otra gran ciudad, no es aconsejable moverse en coche. Siempre es preferible utilizar el transporte público. De cualquier forma, la ciudad ofrece numerosas alternativas como aparcamientos públicos, privados y disuasorios, que en su gran mayoría son gratuitos y se encuentran en las inmediaciones de los puntos clave conectados por el transporte público.

Una de las particularidades más significativas de Madrid es Madrid central. Madrid central es una zona céntrica del núcleo urbano de la ciudad, de bajas emisiones y que comenzó a funcionar a finales de 2018. Esta medida favorece al peatón, a la bicicleta y al transporte público; sin embargo, ha limitado notablemente el acceso de turistas a esta zona, mejorando el aparcamiento pero “eliminando” los problemas de aparcamiento en la zona, por lo que ha dejado de ser una zona interesante para implementar soluciones de aparcamiento. De esta forma el distrito Centro se ha convertido en un gran pulmón para la ciudad en pleno corazón de Madrid.

Cuenta con 472 hectáreas en un perímetro que coincide con el primer cinturón de circulación de Madrid.

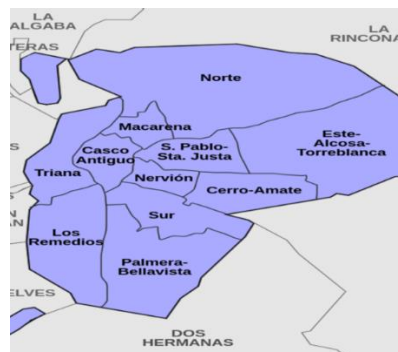
Distrito	Zona Plazas Azules	Zona Plazas Naranjas	Distrito	Zona Ser Plazas Verdes	Zona Ser Plazas Azules
Ciutat Vella	368	681	Centro	8.336	718
L' Eixample	1.478		Arganzuela	15.668	4.440
Extramurs	316		Retiro	13.016	2.530
Campanar	374		Salamanca	15.113	3.564
La Saïdia	204		Chamartín	24.362	6.695
El Plà Del Real	584		Tetúan	16.665	2.789
L' Olivereta	541		Chamberí	13.140	3.448
Patraix	154		Fuencarral-El Pardo	11.572	1.206
Jesús	189		Moncloa-Aravaca	6.828	1.854
Quatre Carreres	99		TOTAL	124.700	27.244
Poblats Marítims	76				
Camins Al Grau	716				
Benimaclet	269				
TOTAL	5.368	681			

Sevilla y Barcelona

Sevilla cuenta con 689 434 habitantes, por lo que es la ciudad más poblada de Andalucía y la cuarta de España después de Madrid, Barcelona y Valencia, con una extensión de 140,8 km². Pese a ser una ciudad de tamaño medio, cuenta con uno de los cascos históricos más grandes de Europa con 3,9 kilómetros cuadrados, al que sólo los residentes pueden acceder libremente con sus vehículos, disponiendo el resto conductores de 45 minutos para entrar y salir por vías estrechas y de un único sentido.

Este límite de tiempo, añadido a que **la gran mayoría de la zona centro se trata de zona MAR (muy alta rotación), zona azul o zona verde**, hace que sea casi imposible aparcar, siendo los barrios de San Vicente y de San Julián los óptimos para encontrar plaza de aparcamiento.

Debido a las dificultades para encontrar plaza de aparcamiento, al igual que en otras ciudades, se está desarrollando como alternativa al tráfico masivo en las ciudades el concepto más ecológico y práctico del **park and ride**: aparcar el coche en un **parking low cost** en el cinturón de la ciudad, pero bien comunicado por transporte público para moverse libremente por la ciudad en dicho transporte público.



Barcelona es la segunda ciudad más poblada de España después de Madrid, cuenta con una población de 1.620.343 habitantes y es la sexta ciudad de mayor población de la Unión Europea.

La ciudad de Barcelona dispone de varias posibilidades a la hora de aparcar el vehículo, en el subsuelo y en superficie. La ciudad posee una red de 40 aparcamientos y más de 13.000 plazas destinadas tanto a residentes como a empresas y visitantes en todos los distritos de la ciudad, así como zonas de estacionamiento regulado en la calzada dentro de la trama urbana.

No obstante, al igual que Madrid, la ciudad promueve el abandono progresivo del coche en favor de una mejora de la movilidad, fomentando la racionalización del uso del vehículo para las ocasiones en que sea inevitable, así como la utilización eficiente de los aparcamientos de la ciudad, regulados en superficie o subterráneos. Las mejoras en el estacionamiento reducen sustancialmente las tensiones sobre el tráfico, disminuyendo la indisciplina en la calle, mejorando la eficiencia de la red viaria y optimizando el reparto del espacio disponible.



Distrito	Zona Plazas Azules	Zona Plazas Verde	Zona DUM	Exclusivas Residentes
Les Corts	457	2.028	457	202
Sarrià- Sant Gervasi	828	3.608	828	366
Horta Guinardó	936	4.156	936	415
Nous Barris	922	4.096	922	409
Gracia	676	2.840	676	284
Sant Andreu	821	3.648	821	364
L'Eixample	1.478	6.568	1.478	656
Sants Montjuic	1.010	4.488	1.010	448
Ciutat Vella	560	2.488	560	248
Sant Martí	1.312	6.080	1.312	608
TOTAL	9.000	40.000	9.000	4.000

Distrito	Zona GES Plazas Azules	Zona GES Plazas Verde	Residentes
Norte			100
Macarena	330		581
Casco Antiguo	1633		240
Nervión			
S.Pablo Sta.Justa	339		
Cerro-Amate			276
Triana	155		141
Sur			596
Los Remedios	545		1.027
Palmera-Bellavista			260
Este Alcosa Torreblanca			
TOTAL	7285		3221

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Factores clave de la competencia

En lo que se refiere a soluciones de aparcamiento, existen varios protagonistas que ofrecen sus servicios. No obstante, no todos son competidores directos, ya que las soluciones responden a necesidades distintas.

El siguiente diagrama resume los distintos segmentos de los servicios de aparcamiento ofrecido a través de App.

Posicionamiento

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor



Vía Pública



Predicción



Parkímetro



ParkIntelligent



Zonas privadas



Plaza Privada



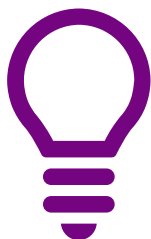
Parking Privado

parkfy



En resumen, se pueden categorizar las App en 4 segmentos de negocio:

- **Vía pública / Pago:** son todas las App que permiten el **pago de los tickets** del servicio de estacionamiento regulado.
- **Vía pública / Sitios Libres:** son las App que informan de los **sitios de aparcamiento libres** en la vía pública.
- **Fuera de la vía pública / Parkings privados:** son las aplicaciones que dan **información acerca de parkings privados** (precios, número de sitios libres, etc) y optimizan su ocupación.
- **Fuera de la vía pública / Plazas privadas:** son las aplicaciones que ponen en contacto a **particulares con conductores** con el fin de optimizar la ocupación de una plaza de aparcamiento privada



Propuesta / Funcionamiento

. El objetivo de Easypark es controlar y gestionar el aparcamiento en las ciudades digitalizando y centralizando la totalidad de la información de movilidad. Se trata de un **proyecto global** que pretende ofrecer todas las soluciones relacionadas con aparcamiento: puntos de recarga, apertura de barreras de parkings a distancia, gestión de parquímetros y búsqueda inteligente de aparcamiento. Los servicios que ofrece actualmente a través de la App son:

- ✓ Pago del estacionamiento así como pago y gestión de las multas.
- ✓ **“Find & Park”**: es un nuevo servicio que indica al conductor las calles (en verde, naranja y rojo) con mayor probabilidad de encontrar sitio libre en destino. Se basa en un algoritmo que procesa datos para predecir comportamientos.



Alcance (Nº de clientes, Implantaciones, Nacional/Internacional)

- . + 4.000.000 usuarios
- . Opera en 14 países casi todos en Europa
- . Presente en 800 ciudades y en 25 ciudades en España
- . **“Find & Park” está disponible en una decena de ciudades europeas** (incluidas Barcelona y sur de Madrid) con un plan de implantación a la totalidad de las ciudades donde opera Esaypark durante 2018.



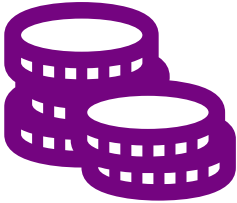
Origen (Fecha de creación / Fundadores / Inversores)

- . Grupo sueco creado en 1997 y dedicado en sus inicios a desarrollos de métodos de pago a través del móvil.
- . A partir de 2002, decidieron enfocar el negocio al estacionamiento.
- . Tienen 220 trabajadores
- . Capital social repartido como sigue:
 - ✓ 47,5 % es del grupo inversor Verdane Capital que entró en el negocio en 2012
 - ✓ 47,5 % es del grupo inversor Vitruvian Partner que entró en el negocio en 2018
 - ✓ 5% de la junta directiva



Datos destacables (Patentes, Desarrollos, Patrocinadores,...)

- . Easypark ha crecido comprando compañías con tecnologías innovadoras (10 empresas compradas entre 2007 y 2017).
- . A destacar, 2 colaboraciones importantes en 2014 en el desarrollo de sistemas:
 - ✓ Con Volvo en el proyecto “In-car Park&Pay”, integrando sus servicios en el navegador de los coches de esta marca.
 - ✓ Con Car2go, con un sistema que permite cumplir de forma automática, con la reglamentación y obligaciones administrativas del estacionamiento regulado.



Forma de ingresos/Coste

Existen tres formas diferentes de monetizar los servicios de EasyPark:

- Sin suscripción: el usuario paga 0,19 €/hora empezada.
- Suscripción del paquete “Business Pro” pensado para empresas:
El coste es de 2,49/mes/usuario + 0,16 €/servicio + 9,95 €/usuario de registro inicial.
- Suscripción de la fórmula “Business Premium” también para profesionales:
El coste es de 3,69/mes/usuario + 0 €/servicio + 0 € de registro inicial.

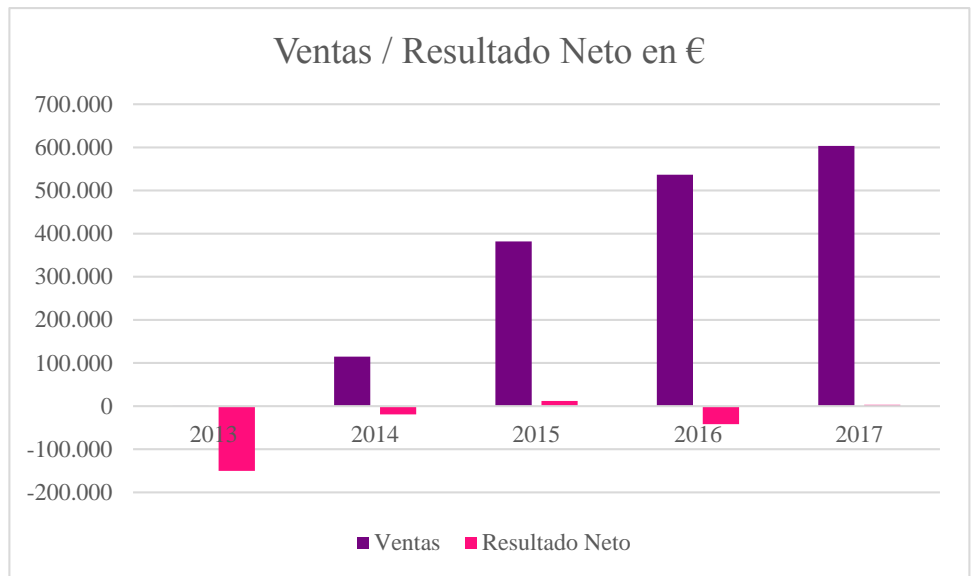


Análisis Financiero

Este apartado se refiere a la cuenta de resultados y balance de EASY PARK ESPAÑA S.L.U.

Es una Sociedad Limitada Unipersonal creada en Julio-2012, consta de 3 personas y factura 600 k€

Cuenta de Resultados



Fuente: Elaboración propia a partir de la cuenta de resultados de EasyPark del 2017.

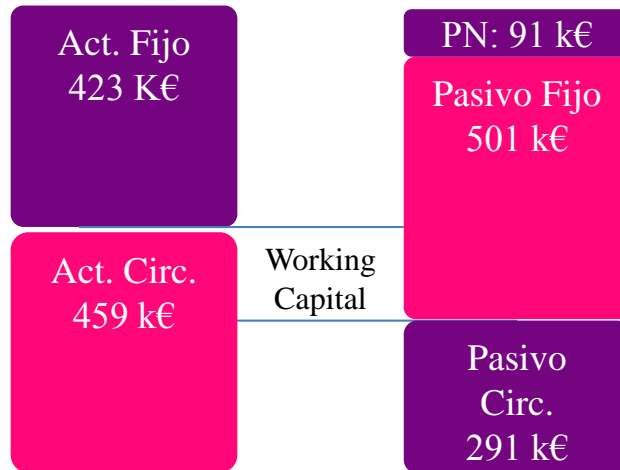
Observamos un fuerte crecimiento en últimos 4 años pasando la facturación de 115 k€ a 600 k€.

El **resultado neto se sitúa alrededor del equilibrio desde 2015**. Los “ingresos financieros” y “diferencias de cambio” tienen un impacto decisivo para dar un resultado positivo o negativo.

El **resultado de explotación (EBIT) es ligeramente positivo desde 2016** (0,1% y 0,6%). Este es el indicador del rendimiento del “core business”.



Balance, Masas Patrimoniales & Working Capital (2017)



Fuente: Elaboración propia a partir de la cuenta de resultados de EasyPark del 2017.

➤ Activo Fijo:

La mayor parte es Activo Intangible (420 k€). Se supone que son desarrollos y patentes informáticos.

➤ Activo Circulante:

Los pagos pendientes de cliente representan el 87% del Activo Circulante en 2017 y representaban el 73% en 2016.

Los pagos pendientes de cliente respecto a facturación representan el 66% de la facturación en 2017 y representaban el 26% en 2016.

Easypark tiene un grave problema para cobrar de sus clientes. Es sorprendente ya que se trata de un B2C, salvo en el caso de que Easypark cobrara de la administración en vez de cobrar directamente del usuario.

En consecuencia, los activos disponibles se elevan a 39 k€ frente a un pasivo circulante de 291 k€. Esto pone en riesgo el pago de sus obligaciones a corto. **Easypark tiene un claro problema de liquidez.**

➤ Patrimonio Neto:

91 k€

- Aportación Inicial = +59 k€
- Prima de emisión = +180 k€
- Aportación de socios (2017) = +75 k€
- Pérdidas acumuladas = -226 k€

Esta es la situación tras cerrar 5 ejercicios completos

➤ Deuda:

La deuda total se eleva a 565 k€ (501 k€ a largo y 64 k€ a corto) de los cuales 483 k€ son “Deuda con empresas del grupo”.

Easypark se financia a través del grupo.



Amenaza / Puntos fuertes / Débiles / Opinión usuario

- . Sin duda un “player” importante a considerar para el futuro en el marco de las soluciones de aparcamiento en las ciudades
- . **Modelo de negocio global** agregando todas las soluciones de movilidad en las ciudades: aparcamiento, recarga de coches eléctricos, apertura barreras parking privados, etc.
- . Base de datos centralizada con todos los movimientos de los vehículos digitalizados
- . Apoyo económico de importantes grupos de inversión
- . Modelo versátil, totalmente replicable a otras ciudades.
- . Precios:
 - Servicio para particulares muy caro: hasta 10% de coste adicional respecto a precio/hora de estacionamiento regulado del 10% (Madrid)
 - Fórmulas para profesionales parecen accesibles. Además almacenan en la aplicación todos el histórico de movimientos y justificantes.
- . Una amenaza puede ser la demora para que empiece a traccionar el negocio y a generar ingresos suficientes.
- . Por otra parte, a fecha de hoy, las fuentes de ingresos pueden parecer limitadas.





Propuesta / Funcionamiento

- . **App que detecta y ofrece plazas libres** a los usuarios y le guía hacia ellas.
- . Detección en **tiempo real** cuando una plaza se libera.
- . No necesita que la App esté abierta para detectar que un sitio se queda libre
- . La App asigna la plaza libre a un solo usuario a través de algoritmos que analizan distancia, tiempo transcurrido desde que se liberó y probabilidad que siga libre cuando el usuario llegue (en función de la rotación de la zona).



Alcance (Nº de clientes, Implantaciones, Nacional/Internacional)

- . Solamente disponible en Madrid
- . Proyecto de expansión primero a otras ciudades españolas (Barcelona, Cádiz, Sevilla y Valencia) y después a otras ciudades europeas. No obstante, se está retrasando.



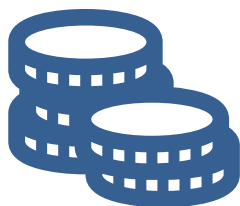
Origen (Fecha de creación / Fundadores / Inversores)

- . Creada en 2016 por 2 socios.
- . Inversión inicial aportada por los socios. Después financiación a través de “Business Angels” (3 rondas de financiación) y préstamo ENISA (Ministerio de Industria, Energía y Turismo) en 2018.



Datos destacables (Patentes, Desarrollos, Patrocinadores,...)

- . Otros servicios de la App: comparador de precios de gasolineras y localizador del vehículo del usuario.
- . Objetivos futuros: agregar servicios adicionales en la App relacionados con las necesidades del conductor: comparador de precios de parkings, localización de puntos de carga eléctricos, etc.



Forma de ingresos/Coste

- . **Negocio colaborativo** cuyo servicio base es gratuito.
- . Se puede intuir que, en el futuro, los servicios adicionales que se irán agregando serán de pago.



Amenaza / Puntos fuertes / Débiles / Opinión usuario

- . Puntos débiles: la App no detecta cuando una plaza es ocupada por un conductor que no es usuario. En estos casos, el usuario cuando llega al sitio que le ha asignado el algoritmo, se encuentra con el sitio ocupado.
- . Según opiniones negativas de usuarios, los sitios que propone la aplicación suelen no estar libres. Esto puede ser debido a que, en grandes ciudades como Madrid, el tiempo que permanece libre un sitio es casi nulo.



Propuesta / Funcionamiento

- . Plataforma que ofrece **plazas libres de parkings privados** (hoteles, edificios de oficinas y gestores inmobiliarios) a precio reducido con el objetivo de optimizar la ocupación.
- . Son intermediarios entre el propietario y el conductor que busca aparcamiento.
- . El usuario reserva la plaza a través de la App que detecta la disponibilidad de las plazas por medio de sensores ultrasonidos.
- . El acceso al parking se hace de forma automática mediante la identificación por radiofrecuencia de una pegatina electrónica nominativa de cada usuario.
- . El pago del aparcamiento se hace de forma automática a través de los datos bancarios asociados a la cuenta de usuario.



Alcance (Nº de clientes, Implantaciones, Nacional/Internacional)

- . + 100.000 usuarios / + 150 parkings
- . Presente en Barcelona, Madrid y Santiago de Chile.
- . Tiene un ambicioso plan de expansión en ciudades de Latinoamérica (Buenos Aires, Sao Paulo, Montevideo, Lima, Bogotá y México).



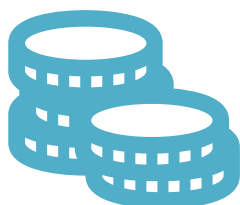
Origen (Fecha de creación / Fundadores / Inversores)

- . Creada en 2013 por 7 emprendedores.
- . 80% del capital inicial aportado por los creadores, Actualmente proyecto financiado por: B4Motion, Repsol, Metaprop (aceleradora de start-ups de Nueva York), CDTI (Centro para el desarrollo Tecnológico Industrial) y Sabadell-B Startup.



Datos destacables (Patentes, Desarrollos, Patrocinadores)

Wesmartpark ha creado la **tecnología “Parkings Managers”** que permite la apertura de las barreras de los parkings de forma automática, el control del acceso peatonal de los parkings a través de un sistema codificado y la detección de ocupación de los sitios de aparcamiento.



Forma de ingresos/Coste

- . Se supone que la forma de ingreso es a través de comisiones pagadas por el propietario del parking.
- . Precio/hora en Madrid = 1,74 €/hora
- . Más barato que Zona Verde (2,05 €/hora) y más barato que Zona Azul si tiempo de estancias superiores a 3 horas (3 horas = 1,73 €/hora / 4 horas = 2,05 €/hora).

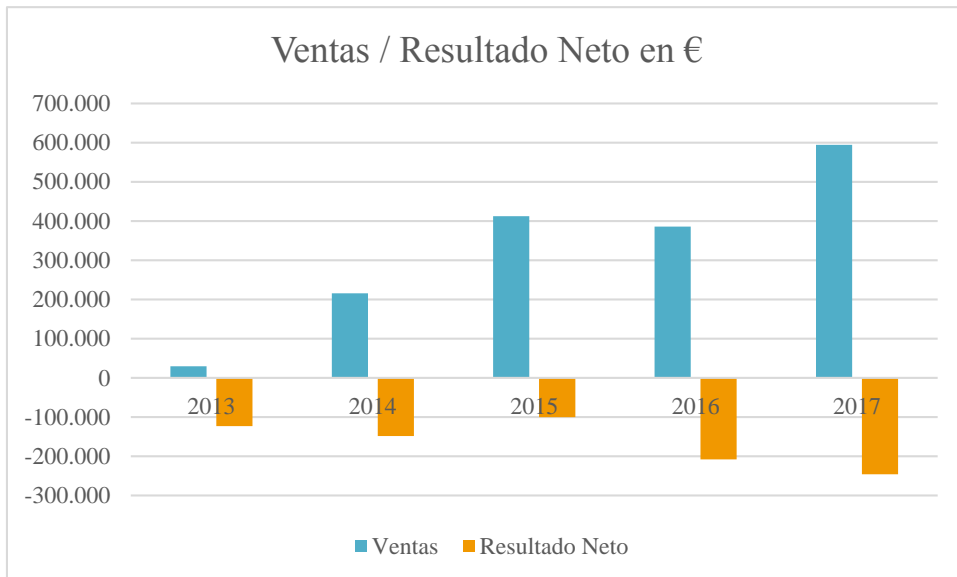


Análisis Financiero

Esta sección se refiere al balance y cuenta de resultados de NOUS PARKINGS URBANS del ejercicio 2017 cuyo único proyecto a fecha de hoy es WESMARTPARK. En adelante, hablaremos de WESMARTPARK

Es una Sociedad Limitada creada en Mayo-2012, consta de 7 personas (2 más que en 2016) y factura 600 k€

Cuenta de Resultados



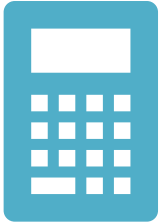
Fuente: Elaboración propia a partir de la cuenta de resultados de wesmartPark del 2017.

Observamos un fuerte crecimiento en últimos 4 años pasando la facturación de 216 k€ a 595 k€

El **resultado neto es negativo en todos los ejercicios** alcanzando -246 k€ (-41 % de la facturación). Por otra parte, mientras la facturación ha crecido en los últimos 5 años, las pérdidas también lo han hecho.

El resultado de explotación (EBIT) también es negativo y ha seguido la misma evolución que el resultado neto alcanzando -307 k€ a final del ejercicio 2017 (-52% de la facturación).

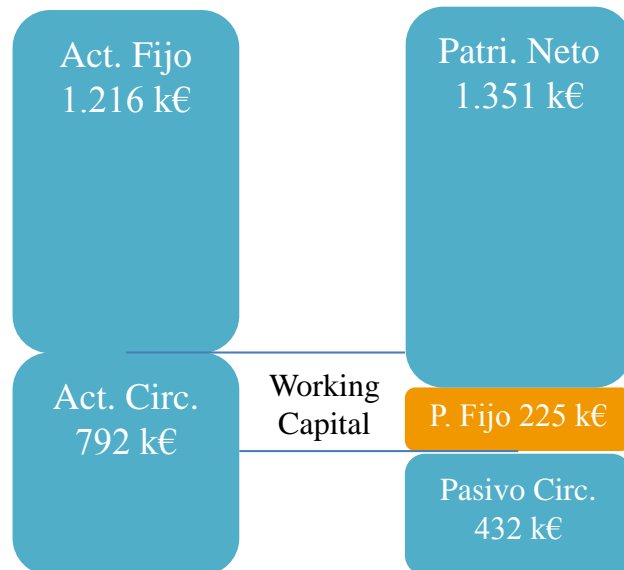
Los resultados de Wesmartpark así como su evolución son preocupantes. No consiguen equilibrar sus ingresos y gastos.



Analizando más en detalle, podemos destacar unos datos llamativos:

- Los aprovisionamientos representan un 35% de los ingresos.
- Los gastos de personal representan un 55% de los ingresos con un incremento del 98% entre 2016 y 2017 mientras la cifra de negocios creció en un 54%.
- La partida “Otros gastos de explotación” representa el 45% de los ingresos.

Balance, Masas Patrimoniales & Working Capital



Fuente: Elaboración propia a partir de la cuenta de resultados de wesmartPark del 2017.

➤ Activo Fijo:

. Está compuesto principalmente por “Inmovilizado material” en un 41%, “Inmovilizado intangible” en un 36% y “Activo por impuestos diferidos” en un 23%.

. El Working capital parece muy alto. No obstante, podemos observar que en 2016 era negativo lo que ha llevado a la empresa a hacer en 2017 una ampliación de capital a través de una prima de emisión de 1.470.000 €

➤ Activo Circulante:

. El 94% del Activo Corriente (792.000 €) es efectivo (744.000 €) y muy superior al Pasivo Corriente. Como en el punto anterior, es el resultado de la subsanación de un grave problema de liquidez que tenía la empresa en 2016.

. La rotación cliente es decir el importe de la cuenta Cliente (18.000 €) respecto a la facturación (594.000 €) es muy alto. Es coherente ya que el pago de la prestación se realiza en el mismo momento.



- Patrimonio Neto: 1.351 k€
 - Aportación Inicial = +7 k€
 - Prima de emisión = +2.210 k€ (+1.470 k€ en 2017)
 - Pérdidas acumuladas = -866 k€

Esta es la situación tras cerrar 5 ejercicios completos.

➤ *Deuda:*

La deuda se eleva a 473.000 € y está repartida aproximadamente al 50 % entre corto y largo plazo.

Su financiación se realiza en su totalidad a través de entidades financieras



Amenaza / Puntos fuertes / Débiles / Opinión usuario

- . Valoración muy positiva de usuarios (4,7/5)
- . Modelo de negocio aparentemente replicable y escalable.
- . Parece sorprendente que después de 6 años de existencia solamente estén implantados en 3 ciudades
- . Otros competidores están apostando por lectores de matrículas (cámaras) para apertura de barreras.





Propuesta / Funcionamiento

- . Plataforma que **relaciona a propietarios que ofrecen plazas de aparcamiento privadas** vacías con conductores que buscan aparcamiento.
- . Permite alquilar las plazas por días o por horas en el caso de rutinas, lo que optimiza el tiempo de ocupación de una plaza de aparcamiento.
- . Se puede alquilar plaza durante jornada laboral
- . Es un concepto similar al de Airbnb para plazas de aparcamiento privadas.



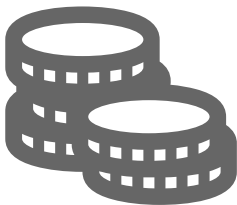
Alcance (Nº de clientes, Implantaciones, Nacional/Internacional)

- . + 10.000 usuarios.
- . Presente en 5 ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla & Málaga.
- . Objetivo a medio plazo: escalar a nivel mundial implantándose en las grandes ciudades de Europa, Latinoamérica, EEUU y sudeste asiático.



Origen (Fecha de creación / Fundadores / Inversores)

- . Creada en 2014 por 4 jóvenes emprendedores.
- . Financiación a través de “Business Angels” y préstamo ENISA (Ministerio de Industria, Energía y Turismo)



Forma de ingresos/Coste

- . A través de comisiones asociadas al servicio y pagadas por el solicitante
- . Servicio sin coste para el propietario
- . Pago del servicio y pago al propietario gestionados por la App.

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Cientes



Profesionales

Para este colectivo, el **tiempo** tiene un **coste económico** que está directamente ligado a la **eficiencia de la actividad**. Los costes derivados de la búsqueda de aparcamiento son múltiples: carburante, deterioro del vehículo por uso, coste de personal, coste de oportunidad, ...

ParkIntelligent propone **minimizar esa pérdida de tiempo** guiando al conductor a la plaza de aparcamiento libres más cercana a su destino.

En esta categoría están incluidos servicios técnicos (mantenimiento, reparación, ...), instaladores (electricistas, fontaneros, ...) y otros profesionales (comerciales, ...)

Para la mayoría de estos clientes, el aparcamiento en superficie **cercano a su lugar de trabajo** es una necesidad para poder acceder a la carga del vehículo (herramientas, repuestos, objetos transportados, ...)

Por otra parte, la aplicación les facilita la **gestión de los tickets** de aparcamiento para poder justificar los gastos ante sus empresas o la administración.



Particulares

Debido a que ParkIntelligent es una **plataforma universal**, los particulares también tienen acceso al servicio.

De esta forma, en sus **desplazamientos personales y de ocio** (visitas a familiares, citas, cenas, espectáculos, compras ...), ya no tendrán que preocuparse por el “¿dónde aparcaré?” y evitarán llegar tarde a eventos sociales. A diario, les simplificará la búsqueda de aparcamiento, por la mañana al acudir a su lugar de trabajo y, por la tarde, al llegar a su domicilio.

Los usuarios de la aplicación **se olvidarán del estrés continuo** asociado a la búsqueda de aparcamiento en destino.

Alianzas

Para poder ofrecer el servicio a nuestros clientes, los datos de partida (“Inputs”) que vamos a procesar son la posición del vehículo aparcado y la hora prevista de salida.

Los “Inputs” lo recogeremos de 2 principales fuentes, lo que las convierten en “Socios Clave”



Empresas de Carsharing

Estas empresas tienen **localizados en todo momento todos sus vehículos a través de GPS.**

En sus aplicaciones, podemos ver dónde están localizados los coches libres. Esta información la recogeremos a través de sus API ya que hemos investigado y, en la mayoría de los casos, está disponible y es de libre acceso.

No obstante, debido a que se trata de información trascendental, nos hemos puesto en contacto con cada una de ellas para comunicarle que la utilizaremos en nuestra aplicación.



Ayuntamientos

Con el fin de conocer la **hora final autorizada de aparcamiento**, necesitamos que nuestros miembros de la **Comunidad ParkIntelligent** paguen el estacionamiento a través de la App.

Por ese motivo, estamos en contacto con los ayuntamientos para legitimar nuestra aplicación como medio de pago autorizado para el estacionamiento regulado.

Esto asegurará un **crecimiento exponencial** de la Comunidad Parkintelligent y, como consecuencia, de la oferta de plazas de aparcamiento.

Propuesta de Valor

¿Qué problemas estamos ayudando a resolver?

El 30% de los desplazamientos en el centro de las ciudades son causados por coches buscando aparcamiento. El principal problema para los conductores es la **pérdida de tiempo** que le provoca esta actividad. Como consecuencia de estos desplazamientos inútiles, el **nivel de contaminación** se ve incrementado. Localizando las plazas de aparcamiento libres, ParkIntelligent se propone mejorar notablemente estos problemas.

¿Qué valor añadido entregamos a nuestros Clientes?

Lo que propone ParkIntelligent es **informar a sus clientes de plazas de aparcamiento libres** en ciudades de alta densidad de población y, como consecuencia con problemas de aparcamiento. A través de su App para móviles, ParkIntelligent **guiará a los conductores** hacía el lugar donde se encuentran plazas de estacionamiento vacías. Por otra parte, para mayor comodidad de sus usuarios, la aplicación permite también realizar el **pago del estacionamiento regulado**.

Diferenciación respecto a la competencia

La propuesta diferenciadora de ParkIntelligent es lograr **predecir** cuando una plaza de aparcamiento se va a liberar. De este modo, los clientes llegarán al lugar antes que el coche estacionado libere el sitio.

¿Qué necesidades satisfacemos?

El principal beneficio ofrecido a los clientes es la optimización de la gestión su tiempo **reduciendo el tiempo que dedica a la búsqueda de aparcamiento**. De esta forma, podrá dedicar ese tiempo ahorrado en familia, ocio o cualquier otras actividades que le aporte satisfacción.

Por otra parte, como consecuencia de lo anterior, ayudamos a los clientes a **reducir su nivel de estrés** es decir que contribuimos a **mejorar su salud** teniendo en cuenta que la búsqueda de aparcamiento ya no le supone una preocupación.

También, y sobre todo para los profesionales, la reducción del tiempo dedicado a la búsqueda de aparcamiento se traduce en un **ahorro de costes** importante. El mayor despilfarro en buscar aparcamiento es correr con los gastos variables (personal, combustibles, deterioro de activos, ...) dedicados a una tarea que no aporta valor añadido a la actividad principal. Además existe un coste de oportunidad ya que, el tiempo que se dedica a buscar estacionamiento es tiempo que no se puede dedicar en atender a otros clientes.

Otro beneficio para el bienestar de la humanidad y la conservación del planeta es contribuir a **disminuir el nivel de contaminación** en las ciudades.



Propuesta de Valor



Al **reservar** un carsharing, Parkintelligent recopila la **posición del coche y del usuario**, y calcula el tiempo que tardará el usuario en llegar al coche y liberar el aparcamiento



Parkintelligent propone la tramitación del **pago del ticket del aparcamiento** a través de la App. Esto facilita a la aplicación información acerca de la posición del coche estacionado y probable hora de liberación de la plaza de aparcamiento

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor



Parkintelligent es una App que **guía al conductor** hacia plazas de **aparcamiento libres**. Lo consigue **detectando con antelación** en qué momento un sitio se va a liberar.



A través de la **Comunidad Parkintelligent**, los miembros informarán con antelación cuando vayan a liberar un estacionamiento. Este hábito será recompensado, por ejemplo, reembolsando el tiempo pagado y no utilizado.



En una segunda etapa, se estudiarán los movimientos y el alejamiento respecto al vehículo de los usuarios en tiempo real, para **detectar prematuramente** cuándo el usuario regresa a su coche para irse.

Otras Características

Funcionamiento

ParkIntelligent es una plataforma que recoge datos de movimientos de vehículos en la ciudad, los analiza y realiza el tratamiento oportuno para poder ofrecer a sus clientes **plazas de aparcamiento que se van a liberar en el futuro**. Por otro lado, atiende la demanda de sus clientes solicitando aparcamiento y, teniendo en cuenta la ubicación del cliente así como las de las plazas que se van a liberar, asigna de forma individual la plaza de aparcamiento óptima a cada uno de sus clientes.



Actividades clave



La consecución de propuesta de valor de ParkIntelligent se basa en 3 pilares: la **cantidad y calidad de los “Inputs”** y la **calidad del tratamiento de los datos** para ofrecer un servicio idóneo y fiable.

En una primera etapa, no dispondremos de multitud de datos pero, a través de nuestros **“Socios Clave”** tendremos datos fiables que nos permitirán conseguir una masa crítica para poder iniciar la etapa de crecimiento.

Durante la etapa de crecimiento, nuestro objetivo es aumentar de forma exponencial el número de usuarios miembros de la **“Comunidad ParkIntelligent”** de manera que nuestros clientes se conviertan en proveedores de información a través del pago en nuestra App del estacionamiento regulado.

Para traccionar en la etapa de crecimiento, invertiremos en **publicidad** enfocada a difusiones radiofónicas ya es un medio de uso común de los conductores. También contamos con el **marketing de “Boca a Boca”** (WOM, Word of mouth).

Recursos clave / Canales

El **pilar tecnológico** de nuestro negocio es la **aplicación móvil** ya que es el vínculo entre ParkIntelligent y los Clientes y el único canal de distribución del servicio.

Por eso, la mayor inversión de ParkIntelligent se destina al desarrollo y mantenimiento de la App.

Antes de lanzar el producto al mercado, se realizará un MVP (Minimum Viable Product) y se estudiará tanto la **fiabilidad y calidad del servicio** propuesto así como la acogida a través de un grupo de “Early adopters”.

ParkIntelligent tiene claro que, para conseguir traccionar en la fase de crecimiento, es imprescindible tener una aplicación perfecta.



Relación con los clientes / Comunidad ParkIntelligent



Los usuarios de la aplicación formarán parte de la **“Comunidad ParkIntelligent”**

El objetivo de la Comunidad ParkIntelligent es crear un sentido de pertenencia a un grupo que pretende ayudar a los demás facilitándole información acerca de su situación y hábitos de estacionamiento así como contribuir al cuidado del medio ambiente del planeta.

Se trata de generar un **estilo de vida** en el cual el uso de la App se convierta en un hábito cotidiano.

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Posicionamiento. Análisis de la competencia

Este análisis pretende dibujar el **mapa estratégico** en el que se encuentra **ParkIntelligent**, con el principal objetivo de poder **posicionar a la compañía con respecto a sus principales competidores** y poder entender cuáles son las **principales debilidades y fortalezas** de nuestro servicio.

Hemos establecido un **ranking en base a 6 parámetros: Fidelización, Orientación al cliente, Innovación, Cuota de mercado, Integración de servicios y Usabilidad.**

Análisis de la competencia.

Fidelización: Se mide en base a la **puntuación de los usuarios en Google Play Store**. **Parkifast** tiene una puntuación de **4,2 sobre 5**. Es un buen resultado y viene motivado porque el uso más habitual de la aplicación está basado en la gestión de la información de los precios de las gasolineras. Si el uso habitual se concentrara en la búsqueda de aparcamiento, seguramente esa puntuación sería mucho más baja, ya que según nuestros ensayos la probabilidad de que encontremos aparcamiento gracias a la App es muy remota. Por debajo del 2%.

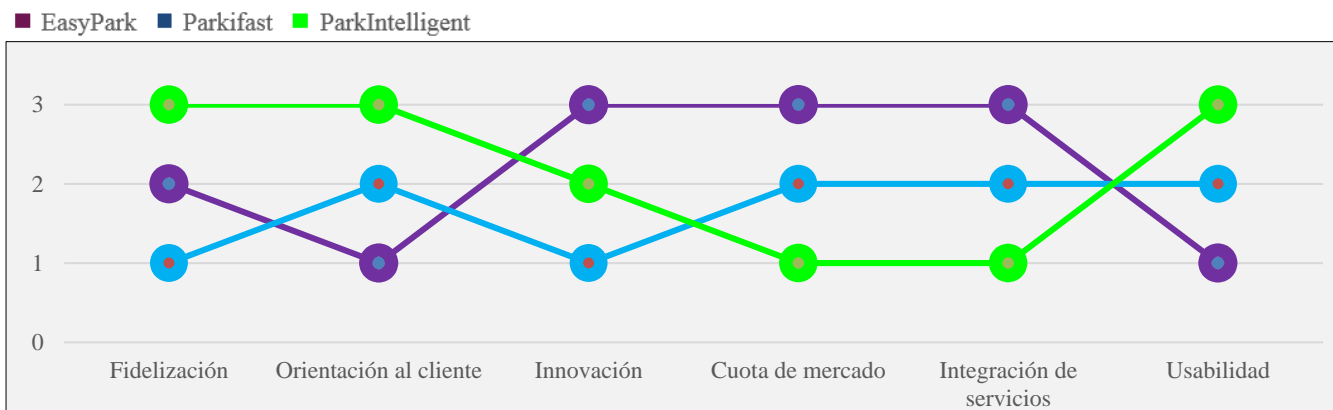
EasyPark es proveedor de 4 servicios diferentes, lo cuál aumenta mucho la complejidad de la App y provoca que baje la usabilidad de esta. Esto provoca que obtenga un **3,4 sobre 5**.

Orientación al cliente: **Parkifast** tiene claro que su **servicio de gasolineras** es su principal atractivo para los usuarios y un servicio que cuida con mimo. Sin embargo, ha lanzado al mercado el servicio de búsqueda de aparcamiento integrado en la misma aplicación, sabedor de que es un servicio que está en fase de pruebas. El descontento de los usuarios hace que desestimen la posibilidad de utilizar el servicio y se centren en el servicio de información de precios del combustible.

En el caso de **EasyPark**, sus aspiraciones como compañía son muy altas y buscan dar un **servicio integral** de movilidad en una sola aplicación. Esto está haciendo que estén más centrados en desarrollar esta solución que en la experiencia de usuario. Con el tiempo lo conseguirán, pero por el momento están dejando una venta abierta para que pueda entrar un competidor con mayor orientación hacia el cliente

Innovación: **Parkifast** ha puesto sobre la mesa una propuesta arriesgada con un **alto nivel de innovación**, pero le falta pulir algunos aspectos importantes y, al menos por el momento, **no funciona**.

EasyPark es el actor más importante en este escenario. Está planteando un modelo de **servicios integral**, que si bien hoy está incompleto, todo parece indicar que acabarán funcionando en un futuro inmediato. Si medimos innovación, EasyPark es el competidor más relevante y nuestra mayor amenaza.



Fuente: Elaboración propia en base al posicionamiento estratégico de ParkIntelligent, datos de descargas y valoraciones de la App Store, y experiencia de uso personal de las App de la competencia.

Posicionamiento. Análisis de la competencia

Cuota de mercado: **EasyPark** es un monstruo a nivel europeo y cuenta con más de **4 millones de usuarios**. Ahora mismo no hay empresas de movilidad de su tamaño operando en el viejo continente. Si cruzamos el mediterráneo, podemos encontrar un competidor de dimensiones parecidas en Estados Unidos, **INRIX**.

Parkifast, en contraposición, apenas cuenta con 50.000 descargas, todavía es un competidor muy pequeño y no está claro que pueda crecer en torno a su servicio principal hasta el punto de convertirse en un competidor real de ParkIntelligent.

Integración de servicios: Parkifast cuenta con dos servicios principales: la búsqueda de aparcamiento y el servicio de suministro de información de precios de gasolineras.

EasyPark cuenta con los siguientes servicios: Find & Park, Parquímetros, Carga y estacionamiento vehículo eléctrico, Planificación de estacionamiento.

Ambas compañías están explorando la posibilidad de crecer en la integración de servicios y parece que el mercado no está dando respuesta a los demandantes de soluciones únicas.

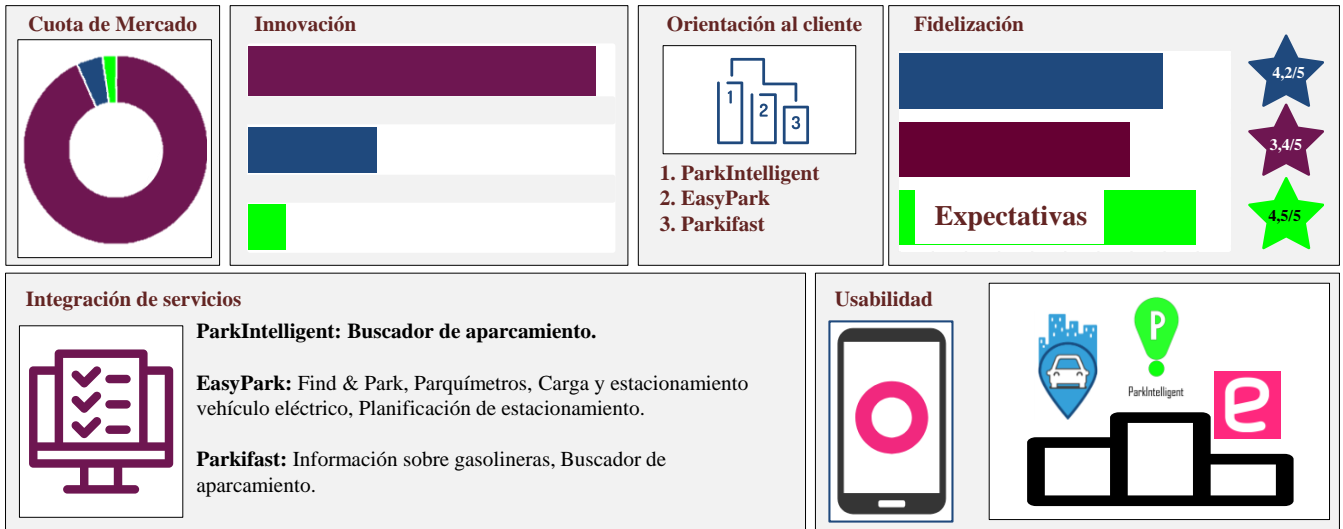
Usabilidad: El auge de las herramientas informáticas dio lugar, en 1999, a la normativa **ISO 9241-113**. Esta normativa define la usabilidad como el grado con el que un producto puede ser usado por usuarios específicos para alcanzar objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción, en un contexto de uso específico.

La **usabilidad** se mide en base a los siguientes parámetros:

- **Efectividad:** Tareas resueltas por unidad de tiempo y éxito en los primeros intentos.
- **Eficiencia:** Tiempo empleado por tarea, curva de aprendizaje, tiempo productivo.
- **Satisfacción:** Nivel de dificultad, experiencia de usuario.
- **Memorabilidad:** Necesidad de memorizar su funcionamiento para volver a utilizar la App después de un tiempo de inactividad.
- **Errores:** Número de errores.
- **Seguridad:** Control de usuario.

En ambos casos, tanto para Parkifast como para EasyPark, la usabilidad todavía tiene mucho margen de mejora y pensamos que esa es una gran oportunidad para ParkIntelligent. Sus servicios son relativamente complejos y eso lastra este parámetro.

■ EasyPark ■ Parkifast ■ ParkIntelligent



Fuente: Elaboración propia en base al posicionamiento estratégico de ParkIntelligent, datos de descargas y valoraciones de la App Store, y experiencia de uso personal de las App de la competencia.

Posicionamiento. El posicionamiento competitivo de ParkIntelligent



Cuota de mercado: Para entender el fenómeno de ParkIntelligent es necesario entender que hay dos inputs fundamentales: el número de clientes potenciales y el número de clientes a los que se les puede dar servicio. Este último parámetro es función del **tamaño de la comunidad** ParkIntelligent y de la **flota de vehículos de Carsharing**.



Integración de servicios: ParkIntelligent pone sobre la mesa un planteamiento radicalmente opuesto al de sus competidores: **un único servicio que funcione de forma fiable y sencilla**. Nuestros competidores directos están intentando generar engorrosos sistemas integrales de movilidad, que no facilitan la experiencia de usuario, y que en ocasiones, directamente lo están ahuyentando.



Usabilidad: El planteamiento de servicio único de ParkIntelligent hace que se **más fácil** crear una **excelente experiencia de usuario, limpia, fiable y sin incidencias**. ParkIntelligent es predecible, todo funciona exactamente como debería funcionar.



Fidelización: La **sencillez y eficacia** de ParkIntelligent, en contraprestación con la de nuestra competencia, será capaz de generar una buena cartera de clientes que ame nuestra aplicación y no quiera dejarnos jamás. A partir de ahí, podemos construir una relación de confianza a largo plazo en la que ir integrando nuevos servicios de movilidad, siempre con la garantía de calidad de la marca ParkIntelligent.



Orientación al cliente: Hoy en día las compañías que no están **obsesionadas con el cliente** no tienen posibilidades de sobrevivir. Nuestros competidores parecen muy centrados en crear su sistema integral de movilidad y han dejado de lado su preocupación por el cliente. Pueden estar tranquilos, si ellos no se preocupan por el cliente, lo haremos nosotros.



Innovación: En este caso, vamos a dejar la innovación para nuestros competidores. ParkIntelligent nace con la motivación de dar una **solución sencilla a un problema complejo**. Nuestra tecnología no es compleja ni es intensiva en el consumo de recursos para innovar. ParkIntelligent quiere **funcionar desde el primer día** que esté en el mercado. Nuestra propuesta es construir unos cimientos inamovibles a partir de una tecnología sencilla e intuitiva.

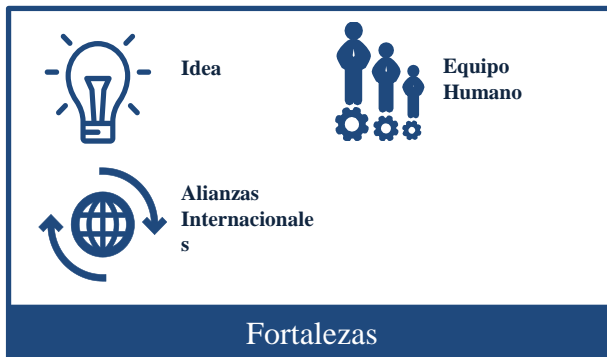
DAFO

ParkIntelligent aspira a hacerse un sitio en un mercado incipiente, donde no hay competidores asentados y donde la incertidumbre es máxima.

En este entorno tan hostil están operando ya grandes Joint Ventures que buscan consolidarse como el primer líder del sector. Infinidad de pequeñas Startup están intentando a su vez hacer daño a las grandes compañías y ganar su cuota de mercado.

A finales de 2013 empezaron a aparecer en España las primeras empresas de movilidad. Desde entonces, el mercado no ha parado de generar nuevas empresas mientras veía cómo otras desaparecían. Muchos son los actores que creen que el sector de la movilidad va a generar una economía real en un futuro inmediato y están tratando de averiguar cómo satisfacer las necesidades del mercado para poder generar beneficios. Este último año, en 2018, se ha producido la explosión definitiva de la movilidad en Madrid y por primera vez el ciudadano empieza a sentir que algo está cambiando. La forma de entender la movilidad está cambiando y ya nunca más serán válidos los antiguos paradigmas.

ParkIntelligent busca encontrar sitio dentro de este entorno, y para ello es de vital importancia hacer el análisis interno y externo de la compañía para poder posicionarnos en el mercado y entender cuáles deben ser las líneas de trabajo y las estrategias a desarrollar para garantizar el éxito de nuestro proyecto.



Análisis Interno

Análisis Externo

DAFO. Análisis Interno



DEBILIDADES

No hay cartera de clientes: ParkIntelligent tiene que **empezar de cero** en la creación de la masa crítica de clientes. La competencia nos lleva mucha ventaja en este aspecto. En algunos casos como en el de EasyPark, ya cuentan con 4 millones de clientes.

Falta de Recursos Financieros: Como en toda Startup, los **recursos son muy limitados** y por eso hemos concebido un servicio funcional lo más sencillo posible, para poder testarlo en el mercado sin necesidad de hacer grandes inversiones. Las aportaciones de bancos e inversores serán fundamentales para poder llevar a cabo el proyecto.

Tecnología por desarrollar: La **tecnología no existe**, y aunque es sencilla, el proceso de generación de la misma y la gestión de datos puede ser complejo y consumir muchos recursos, tanto financieros como de tiempo.



Negocio emergente: Estamos operando en un **mercado muy joven** que apenas empieza a dar sus primeros pasos. El nivel de **incertidumbre** es máximo. Puede verse como una oportunidad, pero también hay que ser consciente que somos una empresa de nueva creación, con recursos financieros muy limitados y una tecnología por desarrollar, y que a todo esto hay que sumarle la certeza de que es la predictibilidad en este tipo de mercados es nula. El futuro será del que mejor sepa adaptarse a las necesidades del mercado.

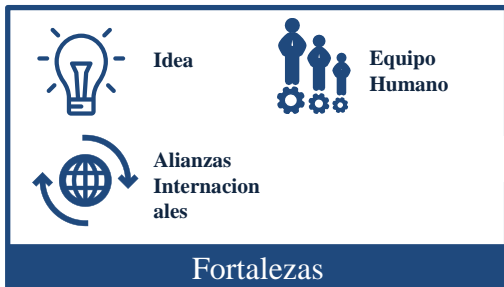


DAFO. Análisis Interno



FORTALEZAS

Idea: Aunque creemos que las ideas por sí solas no tienen ningún valor, pensamos que la nuestra, unida al potente capital humano con el que contamos para llevarla a cabo, puede ser un **elemento diferenciador**. En la actualidad existen soluciones similares a nuestra propuesta, pero están tratando de dar un servicio mucho más ambicioso y de momento no están funcionando. Necesitan tiempo para poner en funcionamiento su propuesta, mientras que ParkIntelligent puede irrumpir en el mercado con una **solución sencilla y real que funcione desde el primer día**. Tenemos una pequeña ventana temporal para hacer crecer nuestro negocio y la vamos a aprovechar.



Equipo Humano: Contamos con un excelente grupo humano, **multidisciplinar y complementario**. Cada uno de nosotros viene de una parte de España: Alberto Miñambres, Zamora; Guillermo Cañigral, Valencia; José Miguel del Álamo, Murcia; y Luis María Portilla, Santander. Esto nos permite conocer la problemática de movilidad en diferentes puntos de la geografía española.

Alianzas Internacionales: El grupo inicial de ParkIntelligent, formado por 4 personas, contaría con el apoyo de **socios internacionales** que ayudarían a llevar a cabo la internacionalización de la compañía. Contamos con socios colaboradores en Múnich y París.



DAFO. Análisis Externo



AMENAZAS

Falta de Seguridad Jurídica: El ayuntamiento de Madrid está gobernado por Ahora Madrid, encabezado por Manuela Carmena. El ayuntamiento está promoviendo cambios significativos en la manera de entender la movilidad en la ciudad, como por ejemplo en el caso de Madrid Central. La oposición ya ha dejado claro que si ganan las próximas elecciones eliminarán todas las medidas impulsadas por el gobierno actual. Esto, unido a la **inestabilidad política** y a la **polarización ideológica** nacional, dibuja un escenario especialmente incierto en seguridad jurídica. (A día de hoy 03/07/2019 Madrid Central ya está siendo desmantelado como anticipó la oposición).

Falta de cultura del uso de App para aparcar: Existen buenas herramientas de movilidad en la actualidad, que sin embargo, no están siendo utilizadas por los usuarios de forma masiva. Hablando con nuestros clientes y gracias a una serie de encuestas que hemos realizado, hemos podido averiguar que **no existe una cultura de uso de App para aparcar**.

Competencia: Existen algunos **competidores fuertes** que ya están asentados en el mercado. A destacar el caso de **EasyPark en Europa** y de **INRIX en Estados Unidos**.



Dificultad para Monetizar: El eterno problema de todo startapero. No son pocas las Startups que están **muriendo por no ser capaces de monetizar** sus servicios, pese a conseguir una buena masa crítica de clientes. WazyPark desapareció en 2017 por este motivo. Consiguió generar más de 800.000 usuarios y tras varios meses intentándolo todo para monetizar, se vieron obligados a cesar la actividad.



DAFO. Análisis Externo



OPORTUNIDADES

Oportunidad de llegar primeros: Las soluciones actuales del mercado no están funcionando con solvencia, es más, su propuesta todavía está en una fase muy embrionaria. La **oportunidad de ser la primera solución** realmente funcional existe, y sin duda sería un factor clave de éxito de ParkIntelligent.

Conciencia ecológica de la sociedad: ParkIntelligent ayuda a **reducir el tráfico** eficientando la búsqueda de aparcamiento y **reduciendo las emisiones contaminantes**. La sociedad demanda cada vez más soluciones ecológicas y eso encaja con PI.

Free Floating. Aumento del número de coches de Carsharing (Car2go, emov, WiBle y ZITY) : Car2go ya ha anunciado que va a **doblar su flota** en este año 2019 y Emov está dispuesto a convertirse en el **líder del mercado de mudanzas** inundando la ciudad con furgonetas de carsharing.



Madrid tiene mucho margen de mejora en cuanto a movilidad. Ver tabla EasyPark: Madrid aparece en la posición 51 en el exhaustivo ranking de movilidad en las grandes ciudades a nivel mundial elaborado por EasyPark. La ciudad tiene **mucho margen de mejora** y es previsible que los movimientos estratégicos que se están dando en las principales ciudades del ranking como Copenhague o Singapur, acaben replicándose en Madrid. El año 2018 hemos visto importantes cambios con la aparición de nuevas flotas de vehículos compartidos y agregadores de oferta.



- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



El espacio de innovación

El espacio de innovación

El quipo de **ParkIntelligent** desarrollará su actividad de innovación desde el **coworking La Fábrica, Cuzco** 17 Avenida de Brasil 1º 28020. La Fábrica ofrece un espacio abierto de trabajo, donde cualquier miembro de la comunidad puede visitarnos y conocer al equipo de profesionales que hacen posible cada día el sueño de mejorar la vida del conductor.



Oficinas privadas	
2 PUESTOS	400€/mes
4 PUESTOS	800€/mes



Salas de reuniones para recibir a los miembros de la comunidad y a nuestros colaboradores en las mejores condiciones.



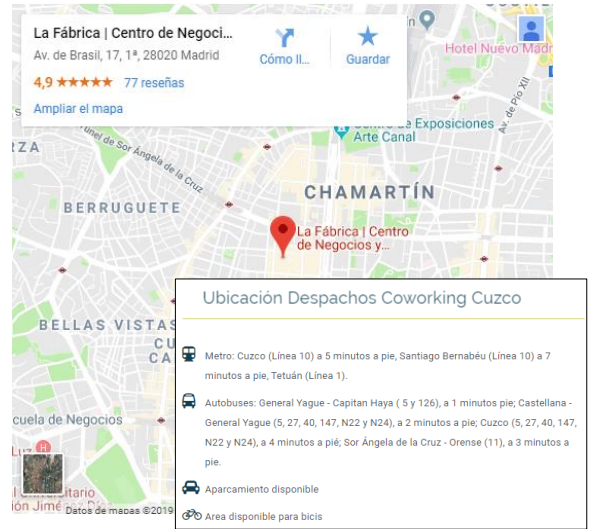
Archivo seguro para nuestros documentos, porque la información de los miembros de la comunidad es muy importante para nosotros.



Domiciliación fiscal. La sede fiscal estará situada en nuestras oficinas de España, porque nosotros tributamos en nuestro país.

¿Dónde estamos?

Cuzco, 17 Avenida de Brasil 1º 28020.



Si quieres, **visítanos**. Nosotros pagamos el café.



Espacio diáfano y luminoso y amplios escaparates para poder mostrar el trabajo de ParkIntelligent de la manera más clara.



El mejor espacio para hacer nuestros **eventos promocionales**.



Tecnología

La tecnología

Los Datos (Web Scraping): La información principal y diferenciadora de la que se nutre **ParkIntelligent** es la **posición de los vehículos de carsharing** de Madrid. ParkIntelligent ha apostado muy fuerte por la colaboración directa con estas empresas, pero no ha obtenido una respuesta favorable de todas ellas. **El futuro de la movilidad está en nuestras manos** y no nos vamos a detener tan fácilmente. Aquellas empresas que han accedido a colaborar con ParkIntelligent nos han cedido los datos indexados de sus vehículos dándonos acceso a sus APIs. Sin embargo, para obtener los datos de aquellas empresas que no han accedido a compartir con nosotros su información, utilizaremos la técnica del **web scraping**. Esta técnica consiste en extraer información de un sitio web simulando la navegación de un humano utilizando el protocolo HTTP manualmente.



La nube: Todos los datos utilizados por **ParkIntelligent** para dar su servicio serán almacenados en **la nube**. El proveedor escogido es **AWS**, una plataforma con la garantía de **Amazon** y unas tarifas echas a medida para ayudar a los nuevos desarrolladores.



La App: El desarrollo de la App se llevará a cabo en **dos fases**. Una **primera de testeo** y difusión reducida, basada en diseño **web responsive**, llevada a cabo por el equipo de ParkIntelligent y que esperamos poder mostrar el próximo Julio, y una segunda fase en la que se desplegará el **desarrollo definitivo de la App** con la colaboración de **Abalit Technologies**, empresa de desarrollo de Apps afincada en Madrid. El **diseño** estético de nuestra App ha sido **desarrollado por el equipo de creativos de ParkIntelligent**.



Tecnología

La tecnología

Customer service y CRM: ParkIntelligent ha decidido depositar su confianza en **Hubspot**, una potente herramienta de **CRM** para gestionar los contactos de la comunidad y poder dar el mejor servicio postventa. **Hubspot** es una herramienta de confianza y que ofrece un servicio integral de gestión de nuestra comunidad. El servicio gratuito incluye usuarios limitados, que seremos los cuatro socios de ParkIntelligent y nos da la posibilidad de almacenar hasta un millón de contactos de usuarios. En caso de superarse esa cifra, abordaremos la migración a un plan de pago que permita satisfacer todas las necesidades de la comunidad.

Además el servicio de Hubspot incluye la posibilidad de configurar nuestro propio **chatbot** para ofrecer el mejor servicio postventa a la comunidad y que nuestros usuarios puedan resolver sus dudas en cualquier momento.



Parquímetros

Parquímetros

La normativa aplicable para la gestión de los parquímetros es la **Resolución de 2 abril de 2018 del Secretario General Técnico del Área de Medio Ambiente y Movilidad** publicada en el BOAM 8.126 el 4 de abril de 2018. El funcionamiento del **Servicio de Estacionamiento Regulado (SER)** se rige por la **Ordenanza de Movilidad para la ciudad de Madrid, de 26 de septiembre de 2005**.

La implantación, explotación, gestión, control y mantenimiento del **SER** se realiza por el Ayuntamiento de Madrid, mediante gestión indirecta del **Contrato Integral de Movilidad (CIM) –Expediente 145/2013/02944-**.

Las empresas

La gestión del **SER** se ha dividido en **4 zonas geográficas** cuyas **concesionarias** son las UTE:

- UTE DEVAS I (Noroeste)
- DEVAS II (Noreste)
- MSM LOTE III (Suroeste)
- MSM LOTE IV (Sureste)

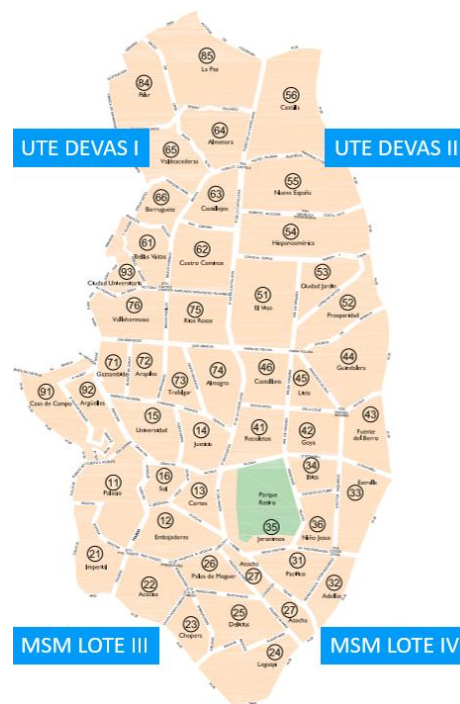
Las **UTE concesionarias** son los **intermediarios** entre el **Ayuntamiento de Madrid** y las **empresas titulares de las App** y, por tanto, son las encargadas de reportar al Ayuntamiento los datos de pago mediante App y de velar por la prestación de un **servicio de calidad**. Esta intermediación se hace mediante una **plataforma online conocida como “la plataforma”**.

La solicitud de integración se hace a través de una de estas concesionarias, que deberá informar al resto en un plazo máximo de **2 días**. Después de la solicitud de integración de **ParkIntelligent**, deberán proporcionar un **dossier completo con los requisitos y obligaciones**, incluyendo al menos:

- **Requisitos técnicos** y obligaciones de la instrucción que nos afecte.
- **Borrador del contrato** a suscribir por la concesionaria y ParkIntelligent.

Una vez superadas las pruebas y comprobaciones previas del entorno de pre-producción, informarán al Ayuntamiento de Madrid con un plazo de **7 días** como máximo antes de la habilitación de la App, y le facilitará la siguiente información, que previamente habrá sido facilitada por ParkIntelligent a la empresa concesionaria:

1. Acreditación por las 4 UTE concesionarias del cumplimiento de todos y cada uno de los requisitos técnicos previos exigidos en el anexo.
2. Datos de ParkIntelligent.
3. Manual de usuario de la App.
4. Enlace de la web de la aplicación (www.parkintelligent.com).
5. Fecha a partir de la cual empieza a operar la nueva App.

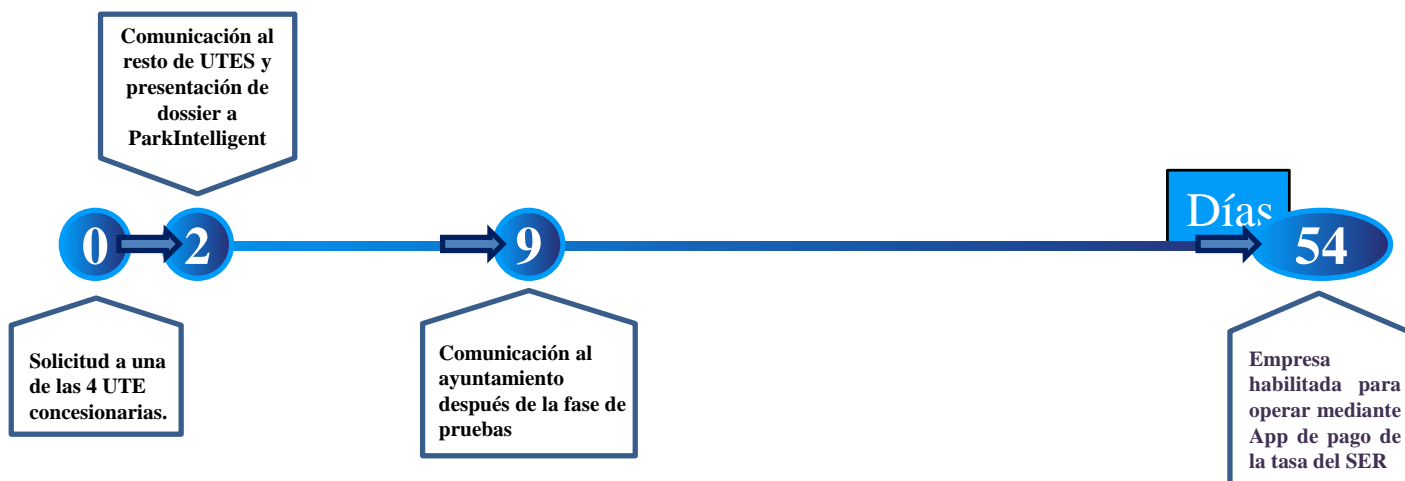


Dirección General de Sostenibilidad y Control Ambiental
Subdirección General de Gestión de la Movilidad

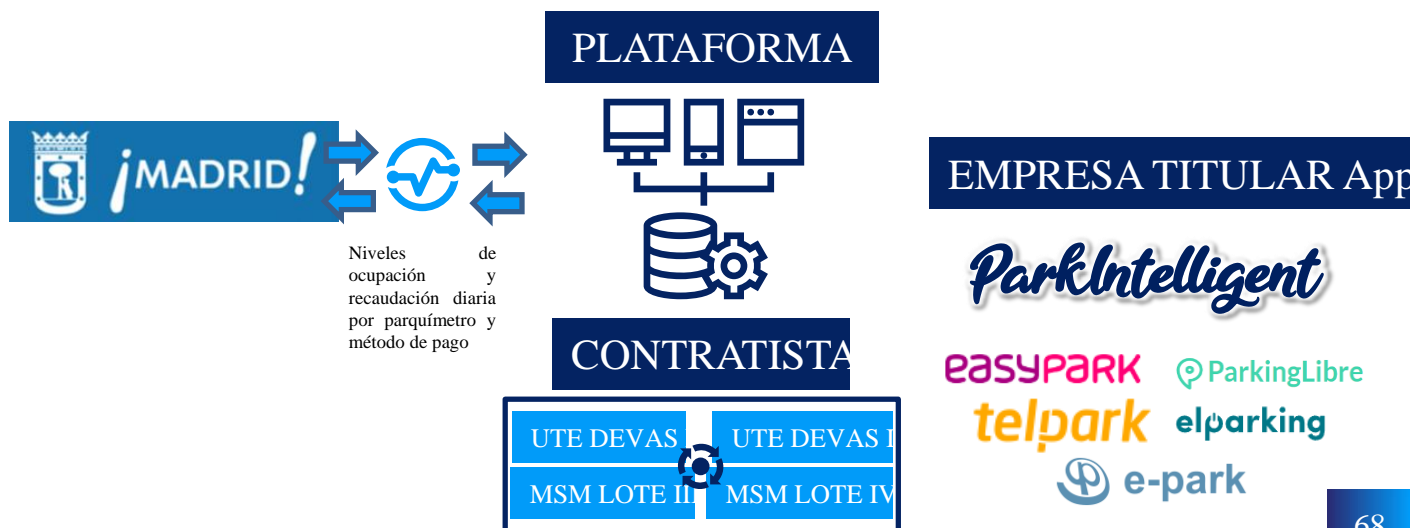
Parquímetros

6. Copia del contrato suscrito entre las UTE y las empresas titulares de las App.
7. Compromiso de cumplimiento en la igualdad de trato y no discriminación a las empresas titulares de App. Se garantizará que todas reciben la misma información y que esta es veraz.

Una vez que el **ayuntamiento** reciba toda esta información, concederá la condición de **“empresa habilitada para operar mediante App de pago de la tasa del SER”** en el plazo máximo de **45 días hábiles**.



En resumen, en un plazo de **54 días** (2 meses), ParkIntelligent estaría dado de alta como **Empresa habilitada para operar mediante App de pago de la tasa del SER**. Además, la filosofía de la legislación es la de facilitar el libre mercado y la libre competencia entre los diferentes titulares de App, de forma que compitan entre sí en igualdad de condiciones y dando un servicio de calidad que en todo momento será garantizado por el ayuntamiento. En caso de producirse incidencias o perjuicios para los usuarios, las UTE informarán al ayuntamiento para que ponga en marcha las acciones sancionadoras correspondientes, pudiendo llegar a la suspensión del servicio.



La Expansión Internacional

El proceso de internacionalización es una decisión crítica para el futuro de ParkIntelligent y de su comunidad. Hemos realizado un **completo estudio** para decidir cuáles son **las ciudades óptimas** para desplegar nuestra tecnología. Se han valorado cada una de las ciudades en base a 9 parámetros: **Tamaño del Mercado, Riesgo comercial, Riesgo Político, Situación Política, Economía Interna, Evolución Económica, Cultura, Car Sharing e Idioma.**

En primer lugar hemos valorado la situación de los países Europeos en los que podría aterrizar ParkIntelligent. Gracias a los datos del **CESCE** hemos podido valorar el **riesgo comercial del país, el riesgo político, la situación política actual y su economía interna, tanto su estado actual como su evolución.**

Fuente: CESCE.
Análisis de riesgos por países

Alemania	Italia	Reino Unido
Riesgos Documentos	Riesgos Documentos	Riesgos Documentos
Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible
Situación política: Muy Estable	Situación política: Estable	Situación política: Muy Estable
Economía interna Estado: Regular Evolución: Estable	Economía interna Estado: Desfavorable Evolución: Negativa	Economía interna Estado: Desfavorable Evolución: Estable
Rusia	España	Turquía
Riesgos Documentos	Riesgos Documentos	Riesgos Documentos
Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo
Situación política: Estable	Situación política: Muy Estable	Situación política: Relativamente estable
Economía interna Estado: Regular Evolución: Positiva	Economía interna Estado: Regular Evolución: Positiva	Economía interna Estado: Desfavorable Evolución: Negativa
Grecia	Ucrania	Francia
Riesgos Documentos	Riesgos Documentos	Riesgos Documentos
Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo	Riesgo comercial Riesgo político Corto plazo Medio / largo plazo Información no disponible
Situación política: Estable	Situación política: Inestable	Situación política: Muy Estable
Economía interna Estado: Muy desfavorable Evolución: Negativa	Economía interna Estado: Desfavorable Evolución: Negativa	Economía interna Estado: Regular Evolución: Estable

La Expansión Internacional

Gracias al CESCE hemos llegado a la conclusión de que debemos considerar, en primer lugar, las **grandes economías europeas**. Hemos analizado en profundidad los **4 grandes mercados** europeos en términos de **carsharing** y hemos obtenido las siguientes conclusiones:



UK – Sin parking en Londres.

Londres es el **centro del carsharing en UK**, pero tiene el **foco puesto en otras regiones**. Londres quiere **0,6 millones de usuarios en 2020** para reducir los problemas de tráfico.



Parking: el permiso para aparcar en Londres es el mayor **obstáculo** para los proveedores de carsharing. Se necesita un permiso individual para operar en cada uno de los 32 distritos.



Pollution: es una de las ciudades más contaminadas del Mundo y están intentando **reducir el número de coches** para reducir los costes que produce la contaminación.



Mobility: Uber o Gett, así como las compañías de carsharing P2P como Whipcar or BlaBlaCar tienen mucho más **éxito fuera de Londres**.



Francia – Boom del P2P

El mercado más exitoso de carsharing P2P en Europa. El P2P comprende el 90% del coche compartido con **más de 1 millón de usuarios**. Proveedores de éxito como Drivy se están expandiendo fuera de Francia.



Geografía: principalmente en las **grandes ciudades**. Bolloré es el líder del mercado con Autolib' (París), Bluely (Lyon) y Bluecub (Bordeaux).



Regulación: estricta regulación: toda la flota de vehículos debe ser eléctrica o híbrida. Cuando el criterio confluye, se tiene fácil acceso a los espacios de aparcamiento.



Network: el carsharing, especialmente el P2P, está organizado principalmente por “Réseau citiz”, un **conglomerado de 18 proveedores** en más de 80 ciudades francesas.



Germany – El mercado más grande en Europa.

Con más de **1,8 millones de usuarios**, 150 proveedores y 16.000 coches a principios del año 2016, Alemania es de largo el **mayor mercado de Europa** y el que cuenta con mayores expectativas de crecimiento.



Geografía: muchas grandes ciudades son **idóneas para el carsharing**, además están densamente pobladas y cuentan con buenas condiciones para los espacios de estacionamiento regulado.



Legislación: las **autoridades** están muy **abiertas** a la colaboración. La estricta regulación sobre el taxi hace que sea muy difícil la entrada para empresas como Uber.



Clientes: el usuario tipo de carsharing en Alemania quiere **flexibilidad** y está **dispuesto a pagar** por ella. Estos usuarios tienen menos de 40 años, grandes ingresos y buena educación.



Italia – Oligopolio y asociaciones locales.

Mercado principalmente favorable con más de **0,5 millones de usuarios**. Tanta la flota libre como los modelos de estacionamiento están teniendo éxito en diferentes ciudades.



Geografía: Milan es el centro del carsharing con el **80% del mercado**. Twist, Share'n'go y Car2go operan además en Florencia, Roma y Turin.



Asociaciones: el carsharing está controlado por proveedores locales que forman parte de un **consorcio público**.



Mobility: el bikesharing es un negocio muy rentable en Milan, donde hay más de 40.000 bikers y más de 280 estaciones. La oferta está formada por bicicletas convencionales y eléctricas.

La Expansión Internacional

Además, hemos valorado la similitud cultural con España, el estado del mercado en cuanto al carsharing y las barreras idiomáticas. Cada uno de estos **parámetros** ha sido evaluado en base a una clasificación que suele ir desde Muy desfavorable hasta favorable. Los resultados obtenidos se muestran a continuación.

Ciudad	Habitantes	País	Riesgo comercial	Riesgo Político	Situación Política	Economía Interna	Evolución	Cultura	Car Sharing	Idioma
Berlín	3469849	Alemania	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Neutral
Hamburgo	1787408	Alemania	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Neutral
Múnich	1450381	Alemania	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Neutral
Colonia	1081701	Alemania	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Neutral
Madrid	3223334	España	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Positiva	Nativa	Favorable	Muy favorable
Marsella	855000	Francia	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Favorable
Lyon	506615	Francia	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Favorable
París	2243739	Francia	Bajo	Bajo	Muy estable	Regular	Estable	Favorable	Muy favorable	Favorable
Atenas	665000	Grecia	Alto	Bajo	Estable	Muy desfavorable	Negativa	Muy favorable	Desfavorable	Desfavorable
Roma	2864348	Italia	Alto	Bajo	Estable	Desfavorable	Negativa	Muy favorable	Desfavorable	Neutral
Milán	1359905	Italia	Bajo	Bajo	Estable	Desfavorable	Negativa	Muy favorable	Desfavorable	Neutral
Londres	8787892	Reino Unido	Bajo	Bajo	Muy estable	Desfavorable	Estable	Favorable	Favorable	Muy favorable
San Petersburgo	5281579	Rusia	Medio	Medio/Alto	Estable	Regular	Positiva	Desfavorable	Desfavorable	Muy desfavorable
Moscú	12380664	Rusia	Medio	Medio/Alto	Estable	Regular	Positiva	Desfavorable	Desfavorable	Muy desfavorable
Estambul	14657434	Turquía	Medio	Medio/Alto	Relativamente estable	Desfavorable	Negativa	Desfavorable	Desfavorable	Desfavorable
Kiev	907684	Ucrania	Muy alto	Muy alto	Inestable	Desfavorable	Negativa	Desfavorable	Desfavorable	Muy desfavorable

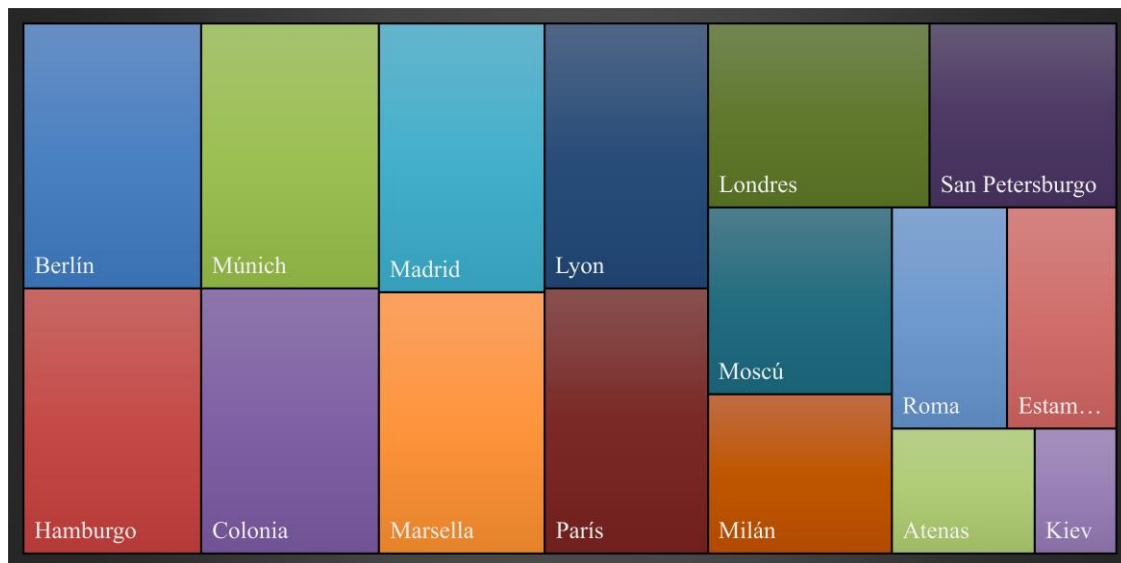
Las valoraciones de estos **parámetros** llevan asignadas un número que representa el atractivo del mercado (**los números más altos representan un mayor atractivo**). Los dos parámetros a los que hemos dado más valor son la **Prima de tamaño (0-10)** y el **mercado del carsharing (0-8)**, ya que son los más representativos del potencial de expansión en la ciudad. El **resto de parámetros** puntúa de **0 a 4**.

Obteniendo la puntuación total de cada ciudad, podemos establecer el orden de preferencia para nuestra estrategia de expansión internacional.

Ciudad	Habitantes	Prima de tamaño	Riesgo comercial	Riesgo Político	Situación Política	Economía Interna	Evolución	Cultura	Car Sharing	Idioma	Puntuación Total
Berlín	Alemania	8	4	4	4	4	2	1	8	2	37
Hamburgo	Alemania	8	4	4	4	4	2	1	8	2	37
Múnich	Alemania	8	4	4	4	4	2	1	8	2	37
Colonia	Alemania	8	4	4	4	4	2	1	8	2	37
Madrid	España	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
Marsella	Francia	4	4	4	4	4	2	1	8	3	34
Lyon	Francia	4	4	4	4	4	2	1	8	3	34
París	Francia	4	4	4	4	4	2	1	8	3	34
Londres	Reino Unido	8	1	4	2	0	0	2	3	1	32
San Petersburgo	Rusia	10	1	4	2	1	0	2	3	2	27
Moscú	Rusia	10	4	4	2	1	0	2	3	2	27
Milán	Italia	5	4	4	4	1	2	1	4	4	23
Roma	Italia	5	2	2	2	4	4	0	3	0	20
Estambul	Turquía	9	2	2	2	4	4	0	3	0	19
Atenas	Grecia	1	2	2	1	1	0	0	3	1	14
Kiev	Ucrania	3	0	1	0	1	0	0	3	0	8

La Expansión Internacional

Sumando las puntuaciones de cada una de las ciudades, podemos obtener un **resultado totalizado** que nos dará el **orden de preferencia para expandir nuestro negocio** y, en base a eso, hemos elaborado la siguiente hoja de ruta para desplegar nuestra expansión internacional.



La conclusión es clara: debemos expandirnos en **Francia y Alemania**. Francia es un **mercado seguro, abierto** y con una **fuerte cultura de carsharing**. Alemania es el **mayor mercado de carsharing de Europa** y que cuenta con mejores **previsiones de crecimiento**. La **legislación es favorable** y busca el **continuo crecimiento del mercado del carsharing**.

Berlín y París

Colonia y ciudades periféricas

Lyon y Marsella

Múnich y Hamburgo



2021

2022

2023

2024

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Segmentación

En nuestro plan de marketing pretendemos exponer la forma que vamos a ofrecer a nuestros clientes una propuesta de valor distinta y atractiva, definiendo los canales y la forma de relacionarnos con ellos.

Al ofrecer un servicio como el nuestro, interactuamos directamente con los clientes y por lo que dispondremos de información precisa de cada uno de ellos. Se ha considerado como potenciales clientes a todos los usuarios que puedan tener la necesidad de aparcar el vehículo en la vía pública. Las segmentaciones pueden ser infinitas, pero tras el "brainstorming" realizado se recopilan los posibles segmentos de "cliente objetivo" para buscar grupos homogéneos de clientes. Definimos el perfil de cada grupo para saber donde están y cómo llegar a ellos de forma efectiva.

Hemos elegido **Madrid como ciudad piloto** por ser **referencia europea en nuevas formas de movilidad**, hemos segmentando geográficamente el alcance del producto en su primera fase para testar el modelo. Tras Madrid y una vez iniciado todo el desarrollo tecnológico, podremos acometer la apertura de más ciudades. Después de Madrid, cualquier ciudad con estacionamiento regulado que cumpla una serie de características en cuanto a fuentes de información para nuestros usuarios, puede entrar dentro de nuestro plan de expansión.

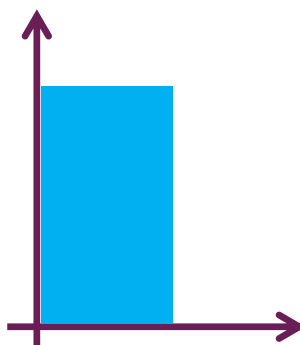
Madrid tiene una población de 3.182.000 habitantes, es la ciudad más poblada de España, y cuenta con 1.462.000 vehículos ligeros. Consideramos ese dato como el potencial número de usuarios que puedan tener necesidades de aparcamiento. Segmentaremos y segmentaremos analizando distritos, horarios, tipo de usuario, necesidades, etc.

Características Demográficas	
Edad	18 - 28
	29-40
	mayores 40
	más de 1M
Tamaño de ciudad	300k - 1M
	50k - 300k
	menos de 50k hab
Distritos	centro
	cercanos centro
	periferia
Horario	diurno
	nocturno
	mediodía
	periodos exentos de pago

Usos y comportamientos
usuarios veh. Particular
usuarios Carsharing
usuarios vehículo empresa
usuarios vehículo industrial
Actitud y necesidad
necesidad de aparcar lo antes posible y lo más cerca posible del destino final
amplitud en la plaza de aparcamiento
zona carga y descarga
obligación pago estacionamiento regulado
estacionamiento no regulado gratuito
personas con movilidad reducida
cargar el coche (eléctrico)

Ciudad de Madrid

Edad: 18 – 75 años



1.462.000
vehículos Madrid.
Potenciales
clientes.

Priorización: Atractivo y Encaje Competitivo

La ciudad de Madrid tiene 122.000 plazas verdes y 28.500 en zona azul, supone un total de 150.500 plazas reguladas para aparcar en la vía pública. También cuenta con 95.503 plazas en aparcamientos municipales para residentes y 18.501 en rotación. La cantidad no ha variado desde 2011.

El uso de las 'Apps' para pagar el parquímetro ha ido creciendo desde que comenzaron a dar servicio en 2014 de forma significativa. En 2015, el 20% de los usuarios ya las utilizaba y en 2017 el porcentaje subió al 40%, creemos que en cinco

años el uso del parquímetro tradicional será prácticamente residual.

La recaudación de Madrid en el año 2017 fue de 83 M de €, de los que 32 M de € se ingresaron a través de las App de smartphones.

Estimación en recaudación por comisiones para estas Apps considerando datos del año 2017:

Si suponemos que a esos 32M aplicamos una comisión de:

1ª hipótesis. comisión de servicio Apps del 10% → 3,2 M de €

2ª hipótesis. comisión de servicio Apps del 5% → 1,6 M de €

Otra variable podría ser si en lugar de un 40% de usuarios, hubiese sido el 100% a través de Apps, las comisiones hubiesen

sido las siguientes:

1ª hipótesis. comisión de servicio Apps del 10% → 8,3 M de €

2ª hipótesis. comisión de servicio Apps del 5% → 4,15 M de €

Esto solamente para la ciudad de Madrid, el modelo sería escalable y replicable a otras ciudades de forma ágil y rápida.

Por tanto, Nuestra propuesta es una aplicación para smartphones que a nuestros clientes les sirva de ayuda para encontrar aparcamientos libres en ciudades con servicio de estacionamiento regulado y con la que también puedan gestionar el ticket del parquímetro.

Para cualquier persona o empresa que use un vehículo para desplazarse por ciudades que tengan problemas de aparcamiento y servicio de estacionamiento regulado.

Porque existe un problema de aparcamiento en las ciudades y una demanda sin cubrir de potenciales clientes que con nuestra aplicación podrán encontrar aparcamiento de forma más rápida y eficiente, pudiendo además gestionar el ticket de los parquímetros de forma ágil y segura.

A un precio de 0€ por la descarga y uso de la aplicación. Los usuarios particulares pagarían una comisión del 10% del importe del ticket de estacionamiento en la zona regulada y las empresas que usen nuestra versión Business un pago mensual de 3€/usuario. De esta manera les ofrecemos una tarifa plana para que sus trabajadores ahorren tiempo y sanciones al no tener que volver al parquímetro a renovar el ticket con la que no tendrán que estar preocupados de los costes de las comisiones cada vez que estacionen y además se despreocuparán de la gestión y custodia de los tickets.

A nuestros clientes queremos ofrecerles **información de plazas de aparcamiento que se liberarán** gracias a:

- **Reservas de los usuarios de vehículos estacionados de carsharing** y dejan de estar disponibles en la aplicación.
- **Movimientos de vehículos estacionados de nuestros clientes** que quieran informar de su estacionamiento a otros usuarios de la aplicación.
- Horarios de estacionamiento libre de las **zonas reservas de espacio de las cargas y descargas** situadas en las calles.
- **Puntos de estacionamiento y recarga eléctrica** con posibilidad de informar de si están libres o no.
- Ofreceremos información de ubicaciones de **plazas de aparcamiento para usuarios de movilidad reducida**.
- Monitorización y recopilación de **datos referentes a patrones de comportamiento habituales de nuestros usuarios**.
- **Nuestra comunidad de usuarios informando en tiempo real** de la disponibilidad de aparcamiento de los lugares que transiten.

Idea, producto y posicionamiento competitivo

Tipo App	gestión parkímetros aparcamiento vía pública	Busqueda estacionamiento vía pública	Parkings low cost en ciudades	Información parkings
Capacidad de la empresa	Alta	Media	Media	Alta
Satisfacción cliente	3,4	4,2	4,7	3,8




Valor (en función de los clientes y sus necesidades actuales y futuras)



Encaje competitivo
Capacidades de la empresa
Orientación al cliente

ParkIntelligent se quiere posicionar como la única solución que ofrece información de las plazas de aparcamiento que se van a liberar en la vía pública con antelación suficiente para que cualquiera de nuestros usuarios tenga la posibilidad de aparcar en ella. Además, crearemos una red de usuarios conectados entre ellos para que puedan compartir cuando se van a marchar y liberar su estacionamiento.

Como **valores diferenciales** contaremos con el **desarrollo de tecnología** propia y con **la ayuda de nuestros clientes**, a los que incentivaremos para que ayuden a otros usuarios de nuestro servicio informando de la disponibilidad de aparcamientos donde hayan aparcado y ofreciendo su lugar minutos antes de marcharse de donde tengan el vehículo estacionado. El resto de competidores ofrecen servicios tradicionales a través de su aplicación móvil como gestión de tickets de parquímetro, información de plazas de parkings privados, probabilidad de que se pueda aparcar, pero una solución predictiva que agregue todos los servicios que se necesita para aparcar en la calle, no existe en el mercado.



Idea, producto y posicionamiento competitivo

Posicionamiento Competitivo

Queremos ser la satisfacción del deseo de ir a cualquier lugar de la ciudad, con la seguridad de que nuestros clientes encontrarán aparcamiento en un periodo de tiempo inferior a 5 minutos.

¿Es la oferta comercial SPACE? Sí que lo es, porque:

Es **Sostenible** ... nuestra solución refuerza la relación con el cliente a lo largo del tiempo, es única en el mercado y no puede ser imitada fácilmente por los competidores debido a esa red colaborativa. Esta red integra a nuestros usuarios en el proceso de ofrecer la plaza de aparcamiento que van a liberar a otros usuarios o de informar de la disponibilidad de aparcamientos en la zona donde haya podido estacionar.

Es **Progresiva**... empezáramos por Madrid, pero es escalable y replicable a otras ciudades similares en cuanto a las fuentes de información y estacionamiento regulado.

Es **Accionable**... hay que desarrollar la aplicación y la solución para poner en contacto esa red de usuarios dispuestos a informar, y también hay que monitorizar las reservas de los vehículos de carsharing, pero es viable. Conforme vayamos ganando masa crítica, podremos potenciar la gestión de la información y los datos para dar más seguridad a las predicciones o probabilidades de encontrar aparcamiento.

Es **Capaz de estimular**... según la encuesta realizada, un 86% de encuestados estaría dispuesto a usar una App que le facilite encontrar aparcamiento cuando se dispone a buscarlo.

Es **Evolutiva**... porque tiene trato directo con el cliente y somos capaces de ver lo que hace, lo que le gusta y sus puntos de dolor para hacer que nuestra App evolucione según sus necesidades y seguir aportándoles valor.

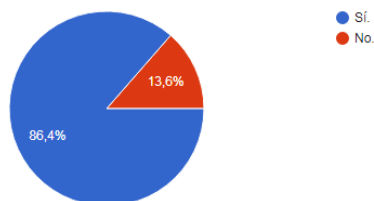
diferenciadores clave	única solución de aparcamiento capaz de avisar al usuario antes de que se libere una plaza de aparcamiento	comisión por gestión ticket parquímetro	disponible en App móvil para smartphone	Sentimiento de pertenencia a una comunidad que pretende ahorrar tiempo, dinero y mejorar el medio ambiente
	customizable	Suscripción empresas que necesiten control de gastos		
requisitos mínimos	fácil de usar y estupendo look and feel	información clara y transparente	365 días las 24h.	marca asociada a calidad y seguridad
Ofertas específicas por subsegmentos	puntos de recarga elect.	venta cruzada mediante promos y ofertas comerciales personalizadas al usuario		Comunicaciones específicas de variantes según preferencias geográficas o necesidades de uso
	aparcamiento personas mov reducida			
	Horarios cargas y descargas			
	geolocalización lugar de estacionamiento			
	oferta de servicio	estrategia y estructura de precios	enfoque de canal y de ventas	Mensajes de marca y comunicaciones

Precio

Para fijar los precios de nuestro producto, hemos usado la técnica de Gabor Granger y se ha lanzado una encuesta para preguntar a nuestros potenciales clientes cuanto estarían dispuestos a pagar por nuestra solución.

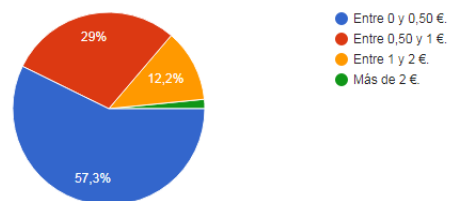
¿Estarías dispuesto a utilizar una APP a través del móvil mientras estás buscando aparcamiento?

258 respuestas



¿Cuanto estarías dispuesto a pagar para que te reserven una de estas plazas?

255 respuestas



También hemos estudiado las tarifas y comisiones que aplican otras aplicaciones que ofrecen gestión de tickets de estacionamiento en vía pública en la ciudad de Madrid.

	descargas	valoración	nº ciudades	precio (€)
telpark	más de 1 M	4,2	61	10% comisión
e-park	más de 500 mil	3,2	11	gratuita
el parking	más de 500 mil	4	90	10% comisión

Las **conclusiones** que sacamos de las encuestas y entrevistas realizadas son las siguientes:

- 90% de los encuestados no suele usar aplicaciones para aparcar, pero estarían dispuestos a hacerlo si efectivamente les ayuda o aporta valor.
- Los encuestados destacan que cuando principalmente tiene problemas para aparcar es cuando hacen salidas de ocio y también cuando intentan aparcar en zonas residenciales. El 91% destaca que sobretodo es en el centro de la ciudad es donde tienen más problemas.
- El 60% de los encuestados revela que tarda más de 10 minutos en aparcar y el 90,8% tiene problemas para aparcar varias veces al mes.
- El 41% de los encuestados está dispuesto a pagar porque alguien guarde un estacionamiento para poder aparcar.
- Los encuestados están dispuestos a pagar un recargo de hasta un 10% en el ticket de estacionamiento siempre que el servicio de calidad, seguro y fácil.

La propuesta de precio inicial sería la siguiente:

Versión Nomal en App store para cualquier usuario particular:

Descarga gratuita y uso gratuito. Solo cobramos **comisión del 10% del importe del ticket de estacionamiento** en zonas reguladas.

Versión Business para profesionales y empresas:

Descarga gratuita y **suscripción de 3 €/mes por usuario**.

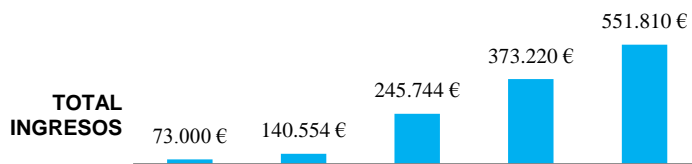
No aplicaríamos comisiones en su ticket de aparcamiento.

Economics

Para el **análisis de rentabilidad y objetivos anuales de Madrid** usamos datos de la Subdirección General de Estadísticas Sociales del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en la Comunidad de Madrid. Este organismo oficial dice que hay 157.000 empresas con una media de 12 trabajadores por empresa. Con estos datos hemos hecho una estimación conservadora de los posibles usuarios que podríamos llegar a tener en la versión Business que ofrecemos y los ingresos potenciales que podríamos obtener.

Las principales fuentes de ingresos y con lo que conseguiremos monetizar el servicio que ofrecemos será con las comisiones por gestión de ticket de aparcamiento y las suscripciones a nuestra versión Business. Para cuantificar de forma aproximada lo que podríamos llegar a ingresar por comisiones en la gestión de los tickets en zonas de estacionamiento regulado hemos considerado los ingresos que ha obtenido el ayuntamiento de Madrid en el año 2017 y hemos formulado varias hipótesis sobre la cuota de mercado que podríamos llegar a tener y esa posible cuota de mercado además de cuantos usuarios potenciales necesitaríamos tener para llegar a esa cuota. Las previsiones que obtenemos son las siguientes:

Ciudad de Madrid	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos Ayto. Madrid parquímetro por App	40.000.000 €	43.200.000 €	46.656.000 €	50.388.480 €	54.419.558 €
comisión a aplicar por gastos gestión 10%	4.000.000 €	4.320.000 €	4.665.600 €	5.038.848 €	5.441.956 €
cuota mercado ParkIntelligent	1,00%	1,80%	3,50%	5,50%	8,00%
Ingresos ParkIntelligent comisiones ticket parkimetro	40.000 €	77.760 €	163.296 €	277.137 €	435.356 €
Número de empresas en C. Madrid	157000	158570	160155,7	161757,257	163374,83
ratio trabajadores por empresa	12	12	12	12	12
total trabajadores	1.884.000	1.902.840	1.921.868	1.941.087	1.960.498
previsión suscripciones versión Business	0,05%	0,10%	0,13%	0,15%	0,18%
Nº de usuarios con suscripción Business	1000	1902	2498	2911	3528
Precio suscripción versión Business	33	33	33	33	33
Ingresos por suscripción versión Business	33.000 €	62.794 €	82.448 €	96.084 €	116.454 €
TOTAL INGRESOS	73.000 €	140.554 €	245.744 €	373.220 €	551.810 €



Para este nivel de ingresos, hemos estudiado la cantidad de **usuarios potenciales que necesitaríamos tener** para cada una de las versiones del producto y debemos ser capaces de tener un número de usuarios por año y unos ingresos por usuario que se exponen en la siguiente tabla :

Madrid									
año	usuarios activos	tasa uso mensual	usuarios activos reales	ticket medio x Cliente mes	comisión 10 %	nº veces mes	ingresos cliente mes	Ingresos totales/mes	Total año
1	4.040	60%	2.424	5,00	0,50	3,00	1,50	3.636	40.000
2	7.878	60%	4.727	5,00	0,50	3,00	1,50	7.090	78.000
3	16.464	60%	9.878	5,00	0,50	3,00	1,50	14.818	163.000
4	27.979	60%	16.787	5,00	0,50	3,00	1,50	25.181	277.000
5	50.000	60%	30.000	5,00	0,50	3,00	1,50	45.000	495.000

Mix de Canales

Estaremos en aquellos medios y canales donde llegar al máximo de potenciales clientes. Los recursos son limitados y los costes para llegar al mayor número de clientes son elevados por eso se hace muy necesario estudiar muy bien y poder

medir el efecto de todas las campañas que desarrollaremos para potenciar nuestra marca.

Será nuestra tarea definir donde y cuanto invertir para que la repercusión y retorno de la inversión sea el máximo posible.

Aplicación Móvil.

Es la herramienta con la que nuestros clientes disfrutarán el servicio que estamos ofreciendo, será clave.

Página web.

Se pretende tener página web para que cualquier usuario se pueda informar del servicio que se ofrece a través de la aplicación, informar de quienes somos y de los valores que tiene la compañía.

Servirá como guía de uso e información de los servicios que ofrecemos y también de contacto.

Publicidad.

Darnos a conocer y construir imagen de marca es vital para la viabilidad del proyecto. Iremos donde estén nuestros clientes a decirles que prueben nuestra solución y para ello haremos lo que haga falta dentro de nuestras posibilidades.

Mediante correo electrónico enviaremos notas de prensa a medios de comunicación, websites y blogs afines a nuestra actividad en la que ofreceremos información relevante que pueda interesar a los medios para que nos citen en sus informaciones. Estableceremos colaboraciones con otras empresas que no sean competencia directa para hacer acciones publicitarias conjuntas como por ejemplo compartir publicidad en nuestros websites.

Servicio Atención Clientes

La atención y soporte a nuestros clientes ante cualquier incidencia que puedan tener será crítico en nuestra estrategia.

Nos permitirá conocer y aprender de los fallos que puedan tener nuestros sistemas y además hablar directamente con nuestros clientes.

CANALES				
Canal	Rol	Experiencia Cliente	Implicaciones	Coste
Aplicación móvil	Uso del producto	Usabilidad de producto	Contacto con cliente	100.000
Redes Sociales	Despertar interés en clientes	Comunicación e información servicio	publicitarias	13.600
Página web	Informar del tipo de servicio	Informar del producto	informativa	2.000
publicidad	Generar Marca	Informativa	publicitaria	16.000
Customer Support	Soporte Incidencias	Solucionar incidencia y Fidelizar	Contacto directo con clientes en incidencias	25.000

Mix de Canales. Redes Sociales

Redes Sociales.

Si no comunicas, podemos decir que no existes, por eso es obligatorio que estemos en RRSS, el 85% de los internautas entre 16 y 65 años está en RRSS, esto supone unos 26M de personas solo en España. Debemos elegir muy bien en qué redes sociales estará presente ParkIntelligent, qué tipo de comunicación hará en cada red social y a quién. Tenemos muy claro que siempre estaremos allí donde estén nuestros clientes y según las segmentaciones que hemos hecho pensamos que esta será una de las formas más efectivas de comunicación con nuestros clientes.

Será uno de los principales canales de comunicación para informar de actualizaciones, novedades y promociones. Conseguiremos que la relación con el cliente sea más cercana y directa, permite un conocimiento de las necesidades que demandan y los productos que más gustan. Según el número de seguidores y su comportamiento nos puede dar idea del interés sobre el producto y posibles novedades que se quieran lanzar. Mayor eficacia que la publicidad convencional.

Facebook ADS es una plataforma de facebook que permite lanzar campañas de publicidad en **Instagram y Facebook** a la vez. De forma rápida y eficaz podemos hacer una campaña publicitaria y decidir quién verá nuestros anuncios en función de las variables que queramos y que pueden ser según comportamientos, localización, gustos o intereses u otros datos que consideremos importantes.

Estaremos en **LinkedIn** para comunicar el servicio **BUSINESS** a empresas y profesionales. Estar en esta Red Social nos permitirá establecer un público objetivo, segmentarlo, crear anuncios y lanzar campañas midiendo el impacto en tiempo real.

Para cada una de las diferentes ciudades que pretendemos lanzar nuestro servicio, se asignará un presupuesto para las acciones de marketing y publicidad a llevar a cabo. Ese presupuesto se irá gestionando a lo largo del año, a continuación se detalla el planning estándar realizado para cada ciudad.



Planning Presupuestario de Marketing

Cronograma presupuestario acciones Mk	2020				2021				2022				2023				2024			
	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4
campaña publicitaria radio	3000	3000					3000													
web corporativa																				
Publicaciones especializadas																				
Posicionamiento Google	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Ferias y congresos																				
RRSS	5000	4000	2000	2000	5000	4000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Eventos específicos																				
Promociones en Centros Comerciales/Ocio																				
anuncios en mobiliario urbano	10000				10000				10000				10000				10000			
total anual	19000	8000	3000	3000	16000	5000	6000	3000	13000	3000	3000	3000	13000	3000	3000	3000	13000	3000	3000	3000

Plan Comercial

Teniendo en cuenta el grado de madurez de nuestra propuesta, y para poner el foco en los diferentes segmentos de clientes según nos interese en esta fase tan temprana del negocio, necesitamos “usuarios conectores” y que puedan hacer de promotores de nuestra idea. Necesitamos que nuestros clientes, además de consumir el servicio que ofrecemos, también lo promuevan. Por tanto, iremos a por los que tengan mucha actividad y contactos en redes sociales. Usaremos esas redes sociales donde son activos y haremos campañas de promoción lo más personalizadas posible para que prueben nuestra App.

Los **objetivos comerciales** los fijamos en conseguir el siguiente número de usuarios en **la ciudad de Madrid**:

año	Objetivo total usuarios activos App	Objetivo usuarios particulares	Objetivo usuarios Business
2020	6000	4040	1960
2021	10000	7879	2121
2022	19000	16465	2535
2023	32000	27980	4020
2024	54000	50000	4000

Para conseguir estos usuarios y fidelizarlos, las acciones comerciales a llevar a cabo distinguirán entre particulares (B2C) y empresas (B2B).

Proceso de venta B2B para versión business. Según las segmentaciones realizadas identificamos empresas donde la **posibilidad de venta sea Alta**, para ello, la **Importancia del problema para el cliente debe ser Alta**.

Este tipo de empresas tienen personal que se desplaza habitualmente en vehículos propios o de empresa por zonas de estacionamiento regulado y continuamente tienen que estar sacando tickets de estacionamiento.

Usaremos una **estrategia de venta de marketing de entrada**.

El tipo de servicio ofertado, nuestra estructura organizativa y modelo de costes no permite tener una red comercial que visite a "puerta fría" a cada empresa. Generaremos contenidos en RRSS que expliquen muy bien los beneficios de tener en una App por la que pagas 3 €/mes y puedas gestionar todos los tickets de estacionamiento sin pasar por el parquímetro, ni pagar comisiones por gastos de gestión y además puedes estacionar el vehículo más rápido que usando otras Apps.

A empresas "early adopters" que puedan ser promotoras de nuestro servicio y que tienen varios vehículos por las calles de Madrid, aplicaremos las siguientes **promociones de captación** :

Empresas Tipo A: Entre 10 – 30 usuarios: 2 meses de prueba Gratis.

Empresas Tipo B: Entre 31 – 100 usuarios: 3 meses de prueba Gratis.

Empresas Tipo C: más de 100 usuarios: 6 meses Gratis.

Proceso de venta versión descarga libre para particulares.

Cada ciudad que abramos, hemos diseñado una estrategia publicitaria lo más agresiva posible dentro de nuestras posibilidades. La gente debe saber que hemos llegado y para eso tenemos que hacer el "máximo ruido posible" dentro de los recursos limitados que disponemos.

Basamos parte de nuestro éxito en el "boca a boca" y que nuestros clientes sean nuestros promotores de venta, por tanto deben entender la parte colaborativa de nuestra solución y ser activos informando al resto de usuarios de las plazas libres que detecten cuando aparquen y de su propio aparcamiento minutos antes de marcharse.

Para conseguir que la tasa de conversión de los usuarios que prueben gratis nuestra aplicación sea lo más alta posible y poder fidelizarlos, en las diferentes actualizaciones de nuestra App, pretendemos ir agregando servicios que aporten valor a nuestros clientes.

Experiencia Cliente

Queremos hacer de la **"experiencia cliente" es nuestra estrategia de negocio**. Sabemos que entre un 96 y un 91% de los clientes insatisfechos no reclama, este dato es significativo de los errores que pueden estar cometiendo la mayoría de nuestros competidores. Nuestro Objetivo es que el recuerdo de nuestra marca en la mente del cliente sea sinónimo de seguridad, fiabilidad y sencillez.

Para generar ese recuerdo y seamos capaces de crear ese vínculo que refuerce nuestra marca y la relación con los clientes,

nos centraremos en **tres pilares fundamentales**:

PERSONALIZACION. Cada actualización de nuestra App será más customizable y adaptada al gusto de cada cliente. Conforme tenga desarrollo el producto y vayamos conociendo más en profundidad a nuestros clientes iremos actualizando

las siguientes versiones de nuestra aplicación para que sea más personalizada según los gustos de cada cliente según las segmentaciones que vayan surgiendo.

TRANSPARENCIA. El precio, los clientes deben tener claro lo que les va a costar el servicio y la comisión que les aplicaremos.

SENCILLEZ. Vendemos información y ahorro de tiempo, con lo cual, la solución que ofrecemos es ser ágil, sencilla e intuitiva.

Tenemos nuestro propio **Sistema de Gestión de la Experiencia**, tiene cuatro fases en las que definimos procesos, protocolos y actuaciones desde la óptica del Cliente.

1ª FASE - ESCUCHAR A NUESTROS CLIENTES.

Analizaremos qué hacen los clientes, hablaremos con ellos y les escucharemos. Para ello organizaremos entrevistas semanales empleado-cliente y focus group en los que nuestros clientes probarán los MVP, evoluciones o mejoras de la aplicación y en las que escucharemos sus emociones y sensaciones. Objetivo:

- 4 entrevistas a clientes/mes.
- 1 focus group con al menos 7 clientes al mes.

2ª FASE - DISEÑO.

Medimos y relacionamos el concepto "Experiencia Cliente" con los indicadores de negocio claves. Nuestros KPIs serán:

- **Encuesta CES.** Será nuestro primer indicador para la mejora de la experiencia cliente. Debemos aprovechar el trato tan directo que tenemos con ellos y con estos cuestionarios rápidos donde a diferentes clientes les preguntamos por diferentes procesos de nuestra aplicación, mediremos el grado de esfuerzo en cada paso o proceso cuando usen nuestra App.
- **Ciclo de vida cliente.** Tiempo desde que realiza el primer gasto hasta que deja de estar activo.
- **Monetización por cliente.** € Ingresados/usuarios registrados.
- **Número de desacragas e índice de conversión.** Cantidad de usuarios que descargan la App, nº de los que se registran y % de los que conseguimos ingresos.
- **Frecuencia de uso.** Nº de veces que sacan ticket de estacionamiento al mes y nº de veces que son activos en la App.
- **Valoración del servicio en "App stores".** Valoración App stores y comentarios.

Con todos los resultados de estos indicadores haremos planes de acción enfocados a la mejora de la experiencia de nuestros clientes.

Experiencia Cliente. Implantación

FASE 3 - INVOLUCRAR.

Es responsabilidad de nuestra organización involucrar a todos sus integrantes, ya sean trabajadores, proveedores de servicios o subcontratas. Al la fase inicial estaremos los socios fundadores, colaboradores a tiempo parcial y subcontratas.

Comunicación Interna:

Estará orientada a fomentar e inculcar por quién y para qué trabajamos todos los días mediante:

- Reuniones Eficaces. Tras cada reunión que se convoque, se mandará un cuestionario con cinco preguntas tipo test a los asistentes para que evalúen la calidad y eficacia de la reunión y cómo afectará esa reunión a nuestros clientes. Los resultados se les hará llegar al convocante de la reunión y su inmediato superior.
- Comunicados Internos. Los comunicados internos donde se implanten normas o procesos tendrán que detallar de qué manera impactará o mejora la vida de nuestros clientes.
- Focus Group empleados. Mensualmente se irán haciendo "focus Group" con clientes pero será obligado que cada seis meses todos nuestros empleados y directivos hayan participado en uno de esos focus groups con clientes.

Estos focus group tienen como objetivo seguir cogiendo ideas de mejora y usabilidad para evolucionar y mejorar las actualizaciones de la aplicación así como detectar nuevos servicios que ofrecer de "cross selling"..

Comité de la Experiencia.

Por el tamaño de nuestra empresa, este comité estará formado por los socios fundadores y todos los empleados. Cuando la empresa crezca y tengamos bastantes más empleados se designarán representantes de todas las áreas que irán rotando con el fin de involucrar a toda la organización. Según los méritos que hagan en su desempeño se premiará a los mejores. Este comité analizará si las políticas aplicadas están funcionando en la organización y en nuestros clientes.

Embajadores CX

Nuestros trabajadores serán la voz de nuestro cliente ante la organización, al principio será fácil. Serán los responsables de, impulsar y comunicar las acciones que se pongan en marcha para mejorar la CX.

Para seleccionar a los embajadores se establecerán unos criterios según nuestro modelo de RRHH.

FASE 4 - ACTUAR.

La estrategia que no se implanta, no existe.

Para ello hemos hecho un cuadro de mando donde se definirán los kpis anteriormente descritos y los responsables de su cumplimiento. De esta manera controlaremos que la Experiencia Cliente forme parte de nuestra cultura de empresa.

KPI	reporting y seguimiento	Descripción/Objetivo/Cmentario	dpto Responsable
ciclo vida cliente	mensual	cuanto nos duran los clientes	Customer Support
ingresos x cliente	mensual	cuanto ingresamos por cliente y usuario	Customer eXperience
índice Conversión	mensual	cuanto tráfico generamos y de ese tráfico de cuantos usuarios obtenemos ingresos	Customer eXperience
Frecuencia de uso	mensual	cada cuanto usan nuestra app	Customer eXperience
encuesta CES	mensual	grado de esfuerzo de cada proceso o paso de nuestra app.	Customer eXperience

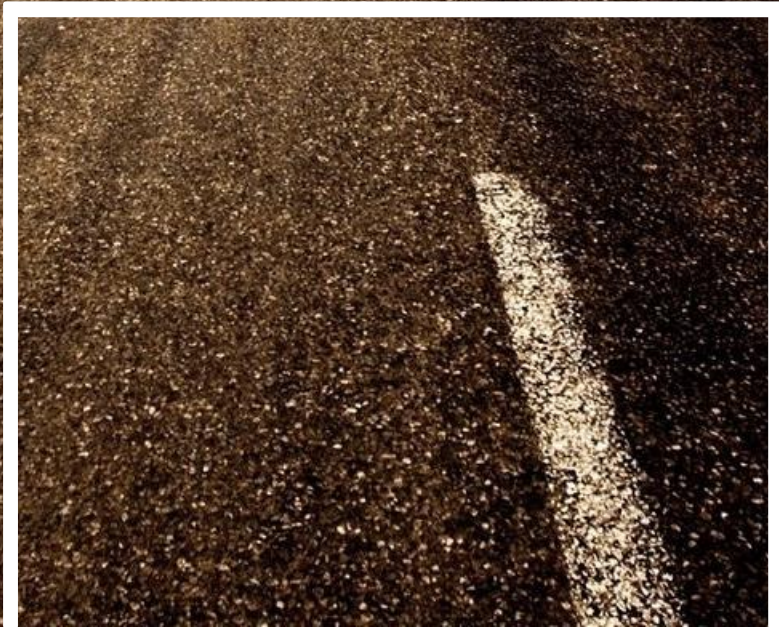
ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Estructura Organizativa

El equipo de PARKINTELLIGENT está formado por profesionales que confieren a la entidad un carácter multidisciplinar, lo que puede suponer a largo plazo una ventaja que permita el ahorro de costes y por consiguiente un aumento de los beneficios.

PARKINTELLIGENT cuenta en su equipo con dos Ingenieros Industriales, especializados en *supply chain* y en *compras*, con un Arquitecto Técnico con amplia experiencia en gestión de equipos y marketing, y por último con un abogado con experiencia en fiscalidad nacional e internacional y con formación adicional en derecho laboral y seguridad social.

A continuación se muestra un organigrama inicial que refleja como se han adaptado los departamentos a cada uno de los perfiles con los cuenta la empresa, así como los futuros empleados que formarán parte de ella, todo ello, sin perjuicio de posteriores modificaciones que puedan producirse, debido a los cambios del mercado y a las propias necesidades de PARKINTELLIGENT

Estructura Organizativa



Alberto Miñambres CEO / Director de Innovación & Tecnología

Ingeniero Industrial, con perfil analítico, cuenta con una mentalidad internacional debido en parte a su doble nacionalidad Franco-Española, con amplia experiencia en entornos industriales y cadena de suministro, ha dirigido equipos, siendo su especialidad las compras en entornos industriales internacionales. Sus funciones en PARKINTELLIGENT serán las siguientes:

- Mantener el conocimiento actual del panorama tecnológico.
- Responsabilizarse de la consolidación de la plataforma tecnológica y revisión de que se analice y monitorice las métricas de rendimiento de la tecnología.
- Iniciativa en liderazgo, innovación y creatividad.
- Supervisión de todo el diseño del sistema y cambios en la arquitectura del mismo.

Estructura Organizativa

José Miguel Del Álamo, Director de Marketing

Arquitecto Técnico, con perfil creativo y con gran capacidad para generar ideas. Cuenta con una amplia experiencia en expansión y desarrollo de negocio de más de 11 años, durante los que se ha convertido en un especialista del sector retail. Sus funciones en PARKINTELLIGENT serán las siguientes:



- Diseño e implementación del Plan de Marketing de la organización.
- Definición de las estrategias de marketing.
- Planificación, elaboración y gestión del presupuesto del departamento.
- Análisis de las acciones del departamento y evaluar y control de resultados.
- Dirección del departamento.

Luis María Portilla, Director de Operaciones

Ingeniero Industrial, con la creatividad y la búsqueda de soluciones como rasgos más característicos. Cuenta con una gran capacidad negociadora y de persuasión. Luis María está orientado a resolver conflictos, teniendo experiencia en entornos industriales internacionales y supply chain. Sus funciones y responsabilidades en PARKINTELLIGENT serán las siguientes:



- Establecer la estrategia de desarrollo.
- Gestión de recursos internos de los procesos y coordinación con los demás departamentos.
- Garantizar la viabilidad y sostenibilidad de los procesos internos. Conocimiento de la fuerza de ventas, la capacidad de cumplimiento de contratos, la conveniencia de las fechas de entrega y grado de dificultad de las tareas y la calidad.
- Integrar todos los procesos internos del negocio.

Guillermo Cañigral, Director Financiero, RRHH & Administración

Abogado con perfil financiero. Guillermo destaca por su capacidad para generar relaciones y de impulsar el trabajo cuando la situación lo requiere. Tiene más de 8 años de experiencia en despachos de perfil internacional, habiendo asesorado a grandes grupos internacionales a optimizar la carga fiscal derivada de sus operaciones. Sus funciones y responsabilidades en PARKINTELLIGENT serán las siguientes:



- Coordinar la contabilidad y las tareas administrativas y financieras.
- Previsión de pagos y cobros.
- Administrar informes financieros, carteras de inversión, contabilidad y el análisis financiero.
- Obtener financiación a través de bancos, proveedores, etc.
- Analizar la política de inversiones.
- Control de presupuesto
- Cumplimiento de obligaciones fiscales y formales.
- Controlar compras y costes.
- Reclutamiento y Selección.
- Formación para adaptarse al puesto de trabajo y formación continua para los miembros del equipo.
- Evaluación y satisfacción del entorno de trabajo teniendo en cuenta el ambiente y el estado de cada miembro de la organización.
- Administración de personal y coordinación con servicios externos de trámites como contratos, nóminas, etc.

Plantilla y descripción de puestos a contratar

La planificación de la plantilla debe permitir a PARKINTELLIGENT prever la evolución según las necesidades que requiera cada departamento para poder reaccionar de forma ágil y a menor coste ante los cambios que pudieran surgir en el mercado.

Igualmente, la planificación permitirá priorizar decisiones de contratación evaluando el coste, adecuando el candidato al puesto a cubrir y motivando al personal, a la vez que se disminuye la incertidumbre por la previsión de acontecimientos.

Una vez analizadas las necesidades de la empresa, se ha previsto la contratación de un Técnico Comercial, el cual dependerá directamente del Departamento de Marketing y Ventas, y de un Administrativo quien dependerá del Departamento Financiero RRHH & Administración.

Técnico Comercial

Funciones

- Prospección de nuevos clientes y mantenimiento de cartera de la empresa.
- Establecer relaciones con los clientes y búsqueda de nuevos.
- Análisis de necesidades.
- Búsqueda de oportunidades de venta realizando ofertas basadas en las soluciones de la empresa.
- Seguimiento de nuevas oportunidades.
- Mantenimiento y fidelización de la cartera de clientes actual.

Formación

- FP o Grado con conexión directa con el tipo de servicios a los que se dedica la empresa. Recibirá formación interna y específica.
- Idioma inglés (Nivel B1) y buen dominio de informática e internet.

Experiencia y Competencias

- Experiencia mínima de 2 años en idéntico trabajo y sector.
- Trabajo en equipo, dada la intensa relación que va a tener con el resto de departamentos de su empresa, especialmente con el Departamento Operaciones y con el Financiero RRHH & Administración.

Administrativo

Funciones

- Gestiones administrativas.
- Registros contables.
- Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.
- Gestión del archivo en soporte físico y digital.
- Actividades de apoyo administrativo del Departamento Financiero RRHH y Administración
- Gestiones administrativas de tesorería
- Manejo de aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

Plantilla, Descripción de puestos a contratar y Plan de Retribuciones

Formación

- FP Grado Medio
- Idioma inglés (Nivel B1) y buen dominio de informática e internet

Experiencia y Competencias

- Experiencia mínima de 2 años en idéntico trabajo y sector.
- Trabajo en equipo, dada la intensa relación que va a tener con el resto de departamentos de su empresa.

	2020	2021	2022	2023	2024
CEO /Director Innovación & Tecnología	1	1	1	1	1
Director de Marketing y Comercial	1	1	1	1	1
Director de Operaciones	1	1	1	1	1
Director Financiero Administración y RRHH	1	1	1	1	1
Comercial	0	0,5	1	1	1
Administrativo	0	0,5	1	1	1
TOTAL	4	5	6	6	6

Plan de Retribución

- La retribución o compensación se ha diseñado teniendo en cuenta los siguientes factores;
- Situación inicial de la empresa, en la que no se cuenta con recursos económicos suficientes.
- El cumplimiento de los objetivos marcados.
- La condición que ostentan dentro de la organización.
- Formación y conocimientos académicos
- Experiencia profesional.

	2020	2021	2022	2023	2024
CEO/Director General	30000	40000	50000	50.750	51.511
D.Marketing y Comercial	25000	28000	30000	30.450	30.907
Comercial	0	12500	25000	25.375	25.756
D. Operaciones	25000	28000	30000	30.450	30.907
D. Financiero Administracion & RRHH	25000	28000	30000	30.450	30.907
Administrativo	0	9000	18000	18.270	18.544

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



Introducción / Financiación

Introducción

El plan financiero de Parkintelligent está elaborado teniendo en cuenta el modelo de negocio basado en el cobro de una comisión por el uso del servicio de pago del estacionamiento así como el cobro de cuotas mensuales de las suscripciones business.

A través de esta sección, analizaremos:

- Estados financieros: Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Balance de Situación & Tesorería
- Flujos de caja del proyecto
- Ratios financieros

El escenario presentado está basado en datos realistas. Se puede calificar como conservador, es decir poco agresivo, para guardar cierta flexibilidad de manera a poder asumir situaciones imprevistas.

La constitución de la sociedad está prevista en el último trimestre de 2019 así como el desarrollo de la aplicación. No obstante, el comienzo de la actividad de Parkintelligent está previsto a principios de 2020, una vez la App desarrollada.

Financiación

En el siguiente cuadro, se exponen las aportaciones previstas para el inicio de la actividad:

	Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
ORIGEN						
Capital Socios Fundadores	160.000	0	0	0	0	0
Préstamo ENISA	0	120.000	0	0	0	0
Inversor Ronda 1	0	0	150.000	0	0	0
Inversor Ronda 2	0	0	0	100.000	0	0

El capital aportado por los 4 socios fundadores asciende a 160.000 €, del que se invertirá 50.000 € para desarrollar la App.

Por otra parte, se solicita un préstamo ENISA de 120.000 € a rembolsar en 5 años, con un año de carencia en la devolución del capital principal, cuyo tipo de interés es del 4,4%. Se activará al inicio de la actividad prevista a principios de 2020, una vez desarrollada la App.

En 2021, se necesitará una aportación de 150.000 € y, en 2022, una aportación adicional de 100.000 € que se cubrirán a través de inversores de capital riesgo.

Cuenta de Pérdidas & Ganancias

Cifra de negocio / Ventas

El inicio de la actividad está previsto en Madrid cuya proyección de ingresos de los 5 primeros años está explicada en la sección “8/ Plan de Marketing” de este documento.

A partir del segundo año, se contempla la internacionalización del proyecto proponiendo los servicios en varias ciudades de Francia y Alemania. El crecimiento se hará de forma gradual y controlada a un ritmo de 1 o 2 ciudades europeas por año.

Los ingresos están basados en el estudio realizado en la ciudad de Madrid ajustándolos según el número de habitantes de cada ciudad de destino.

	Habitantes	2020	2021	2022	2023	2024
Madrid	3.182.981	73.000	140.554	245.744	373.220	551.810
Berlin, Paris	5.725.000		131.300	252.804	442.002	671.284
Colonia (+ Düsseldorf + Essen + Bonn)	2.495.388			57.230	110.191	192.658
Lyon, Marsella	1.375.910				31.556	60.757
Munich, Hamburgo	3.237.000					74.239
INGRESOS TOTALES		73.000	271.854	555.779	956.969	1.550.748

Gastos de Personal

Los gastos de Personal están detallados en el apartado “9/ Plan de RRHH” de este documento.

“Marketing & Publicidad” (Gastos de Explotación)

De la misma forma que los ingresos, los gastos de “Marketing y Publicidad” se han calculado a partir del estudio realizado para Madrid y adaptándolos en función del número de habitantes de cada ciudad de destino.

	Habitantes	2020	2021	2022	2023	2024
Madrid	3.182.981	-33.000	-30.000	-22.000	-22.000	-22.000
Berlin, Paris	5.725.000		-59.355	-53.959	-39.570	-39.570
Colonia (+ Düsseldorf + Essen + Bonn)	2.495.388			-25.871	-23.519	-17.248
Lyon, Marsella	1.375.910				-14.265	-12.968
Munich, Hamburgo	3.237.000					-33.560
Gastos "Marketing & Publicidad"		-33.000	-89.355	-101.830	-99.354	-125.346

Cuenta de Pérdidas & Ganancias

“Gastos de Internacionalización” (Gastos de Explotación)

Para desarrollar la actividad fuera de Madrid, se ha optado por la contratación de los servicios externos de un Freelancer, promotor de expansión, en cada ciudad de destino. De esta forma, la dirección estratégica de la actividad de Parkintelligent se gestionará desde Madrid y su implementación se realizará de forma local.

Las ventajas de esta opción son múltiples. Primero, tratándose de profesionales locales tienen mayor conocimiento acerca del entorno y de los hábitos culturales. Por otra parte, la cercanía les da mayor agilidad en las relaciones laborales. Desde el punto de vista fiscal, el hecho de contratar servicios externos nos exime de ciertas tributaciones.

El coste anual de referencia considerado es 60.500 €/año en Alemania y 53.000 €/año en Francia basado en un estudio sobre el salario medio de referencia para una startup en crecimiento.

	Coste (€/año)	2020	2021	2022	2023	2024
Berlin	60.500		60.500	60.500	60.500	60.500
París	53.000		53.000	53.000	53.000	53.000
Colonia (+ Düsseldorf + Essen + Bonn)	60.500			60.500	60.500	60.500
Lyon	53.000				53.000	53.000
Marsella	53.000				53.000	53.000
Munich	60.500					60.500
Hamburgo	60.500					60.500
Gastos "Internacionalización"		0	-113.500	-174.000	-280.000	-401.000

“Viajes” (Gastos de Explotación)

Para coordinar la actividad en las distintas ciudades europeas y transmitir las líneas de trabajo estratégicas de Parkintelligent a los colaboradores in situ, se han considerado los siguientes desplazamientos a las distintas ciudades:

- 1er año de actividad: 2 viajes x 4 socios x 2.000 €/viaje
- Años siguientes: 1 viajes x 2 socios x 2.000 €/viaje

	2020	2021	2022	2023	2024
Berlin		8	2	2	2
París		8	2	2	2
Colonia (+ Düsseldorf + Essen + Bonn)			8	2	2
Lyon				8	2
Marsella				8	2
Munich					8
Hamburgo					8
Gastos "Viajes"		16	12	22	26
	-2.000	-32.000	-24.000	-44.000	-52.000

Por otra parte, se ha estimado un gasto de 2.000 € para el primer año de actividad en Madrid

Cuenta de Pérdidas & Ganancias

	2020	2021	2022	2023	2024
1. Importe neto de la cifra de negocios	73.000	271.854	555.779	956.969	1.550.748
4. Aprovisionamientos (Material de Oficina)	-1.000	-1.250	-1.500	-1.500	-1.500
6. Gastos de personal	-141.750	-193.275	-246.644	-249.429	-252.175
7. Otros gastos de explotación	-59.669	-259.744	-329.865	-456.595	-615.255
Co-Working	-9.600	-12.000	-14.400	-14.400	-14.400
Office 365 Premium	-504	-630	-756	-756	-756
Gestoría financiera	0	0	0	0	0
Gestoría laboral	-1.800	-1.800	-1.800	-1.800	-1.800
Seguro Crédito	-365	-1.359	-2.779	-4.785	-7.754
Viajes	-2.000	-32.000	-24.000	-44.000	-52.000
Customer Service Chatbox	-6.800	-2.300	-2.300	-2.300	-1.800
Nube AWS + Github	-3.600	-4.800	-6.000	-7.200	-8.400
Mantenimiento App & Web	-2.000	-2.000	-2.000	-2.000	-2.000
Marketing & Publicidad	-33.000	-89.355	-101.830	-99.354	-125.346
Gastos internacionalización	0	-113.500	-174.000	-280.000	-401.000
A.0) EBITDA	-129.419	-182.415	-22.230	249.445	681.818
8. Amortización del inmovilizado	-9.425	-11.026	-12.387	-13.720	-15.053
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	-138.844	-193.441	-34.617	235.725	666.765
13. Gastos financieros	0	-5.280	-5.280	-3.960	-2.640
A.2) RESULTADO FINANCIERO	0	-5.280	-5.280	-3.960	-2.640
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	-138.844	-198.721	-39.897	231.765	664.125
17. Impuestos sobre beneficios	0	0	0	0	-129.607
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO	-138.844	-198.721	-39.897	231.765	534.518
<i>Credito fiscal generado en ejercicio</i>	34.711	49.680	9.974	0	0
<i>Credito fiscal utilizado</i>	0	0	0	57.941	36.424
<i>Credito fiscal acumulado</i>	34.711	84.391	94.365	36.424	0
<i>Impuestos a pagar</i>	0	0	0	-57.941	-166.031
<i>Impuesto a ingresar</i>	0	0	0	0	-129.607
<i>Beneficio a reportar en Balance</i>	-104.133	-149.041	-29.923	173.824	498.093

Balance de Situación

	Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
A) ACTIVO NO CORRIENTE	52.956	81.242	129.236	134.962	71.301	27.823
I. Inmovilizado intangible	50.556	44.611	42.445	38.917	33.917	27.583
Aplicación informática App	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Amortización Aplicación informática App	0	-8.333	-16.667	-25.000	-33.333	-41.667
II. Inmovilizado material	2.400	1.920	2.400	1.680	960	240
Ordenadores	2.400	2.400	3.600	3.600	3.600	3.600
Amortizaciones	0	-480	-1.200	-1.920	-2.640	-3.360
VI. Activos por impuesto diferido	0	34.711	84.391	94.365	36.424	0
B) ACTIVO CORRIENTE	107.044	94.625	47.591	81.942	289.427	800.998
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	107.044	94.625	47.591	81.942	289.427	800.998
TOTAL ACTIVO	160.000	175.867	176.827	216.904	360.728	828.821

	Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
A) PATRIMONIO NETO	160.000	55.867	56.827	126.904	300.728	798.821
I. Capital	160.000	160.000	310.000	410.000	410.000	410.000
Socios Fundadores	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Inversores Ronda 1	0	0	150.000	150.000	150.000	150.000
Inversores Ronda 2	0	0	0	100.000	100.000	100.000
III. Reservas	0	0	0	0	0	17.382
V. Resultados de ejercicios anteriores	0	0	-104.133	-253.173	-283.096	-126.655
VII. Resultado del ejercicio	0	-104.133	-149.041	-29.923	173.824	498.093
B) PASIVO NO CORRIENTE	0	120.000	120.000	90.000	60.000	30.000
II. Deudas a largo plazo (Préstamo ENISA)	0	120.000	120.000	90.000	60.000	30.000
C) PASIVO CORRIENTE	0	0	0	0	0	0
III. Deudas a corto plazo	0	0	0	0	0	0
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	160.000	175.867	176.827	216.904	360.728	828.821

Aplicación informática App

La inversión para el desarrollo de la App es de 50.000 €, que es el importe presupuestado por Abalit Technologies.

Desarrollo / Nuevas características App

Se ha considerado una inversión adicional de 8.000 € anuales para actualizaciones y desarrollo de nuevas características de la App.

Amortizaciones

Los equipos y material informáticos se amortizarán en 5 años y los desarrollos informáticos (App & Web) en 6 años, acorde a la legislación vigente

Tesorería

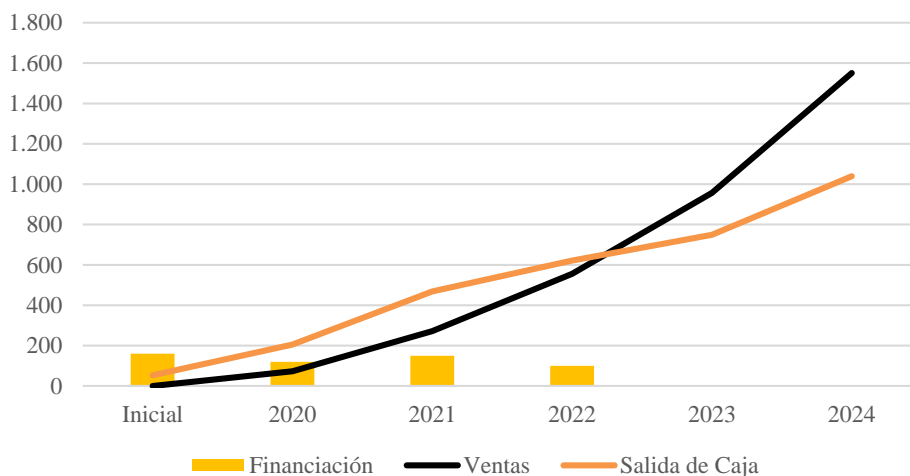
	Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
--	---------	------	------	------	------	------

ENTRADA DE CAJA	160.000	193.000	421.854	655.779	956.969	1.550.748
Ventas	0	73.000	271.854	555.779	956.969	1.550.748
Capital	160.000	0	150.000	100.000	0	0
Préstamo ENISA	0	120.000	0	0	0	0

SALIDA DE CAJA	52.956	205.419	468.888	621.428	749.484	1.039.177
Inmovilizado intangible	52.956	3.000	9.339	8.139	8.000	8.000
Aprovisionamientos (Material de Oficina)	0	1.000	1.250	1.500	1.500	1.500
Gastos de personal	0	141.750	193.275	246.644	249.429	252.175
Gastos de explotación	0	59.669	259.744	329.865	456.595	615.255
=> Marketing & Publicidad	0	33.000	89.355	101.830	99.354	125.346
=> Gastos internacionalización	0	0	113.500	174.000	280.000	401.000
=> Viajes	0	2.000	32.000	24.000	44.000	52.000
Devolución Principal Préstamo ENISA	0	0	0	30.000	30.000	30.000
Gastos financieros	0	0	5.280	5.280	3.960	2.640
Impuestos	0	0	0	0	0	129.607

TESORERÍA	107.044	-12.419	-47.034	34.351	207.485	511.571
TESORERÍA ACUMULADA	107.044	94.625	47.591	81.942	289.427	800.998

Evolución Flujos de Caja (en k€)



Análisis de la Inversión

	Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
EBIT		-138.844	-193.441	-34.617	235.725	666.765
(-) Impuestos sobre EBIT		34.711	48.360	8.654	-58.931	-166.691
NOPAT		-104.133	-145.081	-25.963	176.794	500.073
(+) Amortizaciones		9.425	11.026	12.387	13.720	15.053
(-) Inversión	-52.956	-3.000	-9.339	-8.139	-8.000	-8.000
(-) Incremento Capital de Trabajo		0	0	0	0	0
Flujo de Caja Libre (FCL)		-97.708	-143.394	-21.715	182.514	507.127

Valor Terminal o Residual (RV)

Total FCLs	-52.956	-97.708	-143.394	-21.715	182.514	507.127
VAN (Negocio)		186.271				
TIR (Proyecto)		26,1%				

Para calcular el rendimiento de la inversión, se ha calculado el Coste del capital (K_e) y el Coste Medio Ponderado del Capital ($Wacc$). Estos son los valores resultantes:

- $K_e = 17,5 \%$ ($R_f = 2,0\%$, $Beta = 1,5$, $(R_m - R_f) = 7,0\%$, $Pr(s) = 3,0\%$ & $Pr(i) = 2,0\%$)
- $Wacc = 12,0 \%$

VAN & TIR considerando Valor Terminal = 0

El Valor Actual Neto (VAN) del negocio es **186.271 €**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es **26,1 %**

VAN considerando Valor Terminal = 6.135 k€

El valor terminal considerado es la media del valor calculado por múltiplos (10 veces Ebitda según valores del sector) y del valor calculado por tasa de crecimiento perpetuo (g considerado del 2,5 %)

El Valor Actual Neto (VAN) del negocio es **3.662 k€**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es **123,1 %**

En ambos casos:

- $VAN > 0$
- $TIR > Wacc$

Estos valores confirman la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

Ratios Financieros

	2020	2021	2022	2023	2024
--	------	------	------	------	------

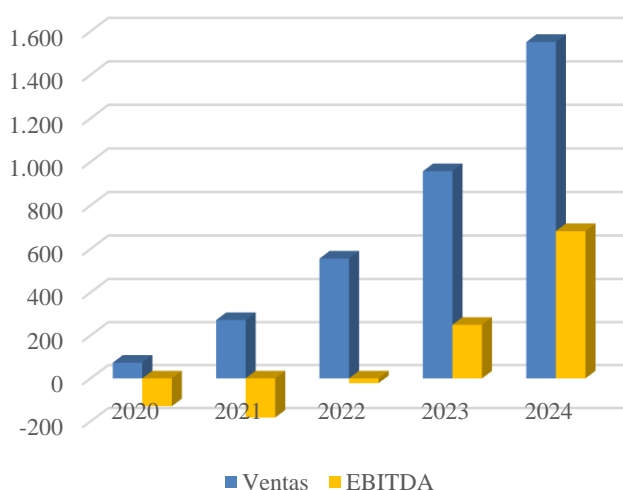
Ventas	73.000	271.854	555.779	956.969	1.550.748
<i>Crecimiento Ventas</i>		272%	104%	72%	62%
EBITDA	-129.419	-182.415	-22.230	249.445	681.818
<i>EBITDA/Ventas</i>	-177%	-67%	-4%	26%	44%
Resultado de explotación (EBIT)	-138.844	-193.441	-34.617	235.725	666.765
<i>EBIT/Ventas</i>	-190%	-71%	-6%	25%	43%
Resultado antes Impuestos (EBT)	-138.844	-198.721	-39.897	231.765	664.125
<i>EBT/Ventas</i>	-190%	-73%	-7%	24%	43%
Resultado del Ejercicio (Bº Neto)	-138.844	-198.721	-39.897	231.765	534.518
<i>Margen Neto</i>	-190%	-73%	-7%	24%	34%

ROI (Return of Investment)	-79%	-109%	-16%	65%	80%
ROE (Return of Equity)	-249%	-350%	-31%	77%	67%

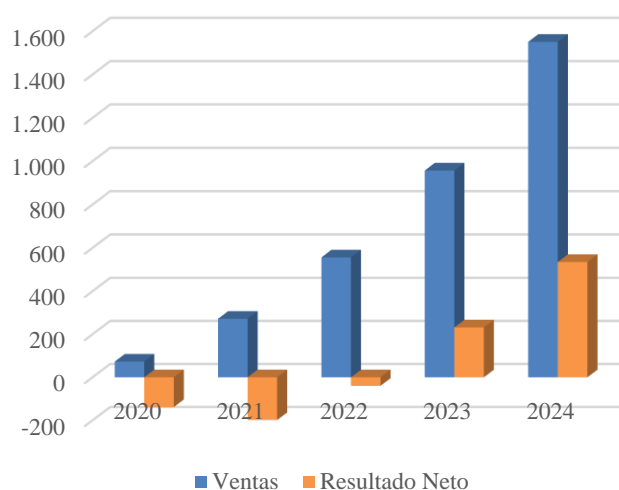
Rotación Activo (Ventas / Activo)	0,4	1,5	2,6	2,7	1,9
Rotación Activo Fijo (Ventas / Act. Fijo)	0,9	2,1	4,1	13,4	55,7
Rotación Activo Circul. (Ventas / Act. Circ.)	0,8	5,7	6,8	3,3	1,9

Endeudamiento	68%	68%	41%	17%	4%
----------------------	-----	-----	-----	-----	----

Ventas / EBITBA (k€)



Ventas / Resultado Neto (k€)



- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



ParkIntelligent

Legislación

- Ordenanza Fscial del Servicio de Estacionamiento Regulado (SER) actualizaada a 31/12/2016.
- Resolución 304014 de 27-03-2018 en relación con el pago a través de Apps.
- Ley 40/2002, de 14 de noviembre. Ley reguladora del Contrato de Aparcamiento de Vehículos, modificada por Ley 44/2006, de 29 de diciembre, Ley de Mejora de Protección de Consumidores y Usuarios.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Modificado por la Ley 25/2009, de 22 de diciembre y Ley 29/2009, de 30 de diciembre.
- Ley 11/1998, de 9 julio, de Protección de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales

Informes

- *Hootsuite: “El ámbito digital en el 2018 y su situación mundial desde Argentina hasta Zambia”.*
- *Urban world: The economic power of cities (McKinsey Global Institute).*
- *La situación demográfica en el mundo 2014, elaborado por el departamento de asuntos económicos y sociales de las Naciones Unidas.*
- *CESCE: NOTA RIESGO PAIS _ BREXIT: En la recta final _ 20 febrero 2019.*
- *University of Twente: A few interesting statistics about Car sharing in Europe .*
- *Car Sharing in Europe, Bussines Models, National Variations and Upcoming Disruptions*

Fuentes oficiales

- Ajuntament de Barcelona, Encuesta de Serveis Municipais 2017
- Observatorio urbano de los barrios de Bilbao. VI Informe, febrero 2016
- Barómetro socioeconómico. Centro andaluz de prospectiva de Sevilla, enero 2018

ParkIntelligent

Web consultadas

- <https://www.madrid.es/portal/site/munimadrid>
- <https://elparking.com/>
- <https://www.telpark.com/>
- <https://www.e-park.es/es>
- <https://www.parkinglibre.com/>
- <https://easypark.es/>
- <https://es.statista.com/>
 - <https://www.statista.com/statistics/415263/car-sharing-users-in-europe-by-country/>
 - <https://www.statista.com/statistics/415636/car-sharing-number-of-users-worldwide/>
 - <https://www.statista.com/study/26818/car-sharing-in-europe-statista-dossier/>
- <http://www.ine.es>
- <https://www.mediatrends.es>
- <https://data.worldbank.org>
- <https://www.cesce.es>

Manuales de Usuario

- **Manual de usuario App e-park**
- **Manual de usuario App iParkMe**
- **Manual de usuario App Telpark**
- **Manual de usuario EIParking**
- **Manual de usuario App ParkingLibre**
- **Manual de usuario App EasyPark**

Normas técnicas

- **ISO 9241-113**

- 1. Entorno Económico y Demográfico**
- 2. Tendencias**
- 3. Marco Regulatorio, SER**
- 4. Análisis de la Competencia**
- 5. Modelo de Negocio**
- 6. Plan Estratégico**
- 7. Plan de Operaciones**
- 8. Plan de Marketing**
- 9. Plan de RRHH**
- 10. Plan Financiero**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

ParkIntelligent

ParkIntelligent



ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

Anexo 1

Parking Dashboard (EasyPark)

ParkIntelligent

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor



Number	City	Country	Smart Parking	Car Sharing Services	Traffic	Public Transport	Clean Energy	Smart Building	Waste Disposal	Environment Protection	Citizen Participation	Digitalization of Government	Urban Planning	Education	Business Ecosystem	4G LTE	Internet Speed	Wifi Hotspots	Smartphone Penetration	Living Standard	How the City is Becoming Smarter	Rank /Score
1	Copenhagen	Denmark	9.81	8.62	8.18	6.82	7.92	9.83	8.24	6.11	9.38	8.53	7.09	5.85	9.13	8.63	7.66	4.12	9.74	8.70	9.12	8.24
2	Singapore	Singapore	7.30	6.63	4.20	10.00	2.26	8.44	7.62	7.15	10.00	5.47	7.82	5.12	8.62	8.71	7.75	6.63	7.55	8.18	9.30	7.83
3	Stockholm	Sweden	7.49	5.93	6.71	6.54	8.44	6.88	8.94	8.79	9.29	10.00	7.62	7.66	9.57	8.37	9.22	6.28	8.69	7.32	8.20	7.82
4	Zurich	Switzerland	7.80	7.75	4.98	9.83	8.62	10.00	10.00	8.70	2.07	8.10	9.03	9.02	9.74	4.69	4.38	5.59	7.55	10.00	9.00	7.75
5	Boston	United States	8.01	8.70	7.71	7.21	3.60	5.15	4.26	6.56	5.30	6.97	5.12	10.00	10.00	6.06	9.39	6.80	9.17	8.22	9.30	7.70
6	Tokyo	Japan	9.57	7.13	7.66	8.79	3.86	8.36	8.24	4.25	6.60	6.28	3.59	7.71	7.19	6.37	6.50	9.57	8.61	7.21	8.60	7.59
7	San Francisco	United States	9.05	9.05	5.08	3.43	3.60	5.15	4.26	6.38	6.23	6.59	5.44	5.67	9.91	7.91	10.00	9.05	9.17	9.01	9.10	7.55
8	Amsterdam	Netherlands	7.95	7.06	8.36	7.06	2.47	7.32	7.79	3.86	9.02	9.83	5.94	7.84	8.82	8.40	6.63	5.33	6.85	9.01	8.20	7.54
9	Geneva	Switzerland	8.06	4.98	6.11	6.97	8.62	10.00	10.00	9.13	1.80	8.36	8.59	9.14	8.96	8.11	8.79	3.94	7.55	9.80	8.10	7.53
10	Melbourne	Australia	7.97	7.14	4.55	8.72	2.90	6.29	5.15	2.90	9.82	5.38	9.24	9.31	6.02	10.00	7.84	6.72	9.30	8.01	7.30	7.51
11	Vancouver	Canada	9.74	10.00	3.08	8.96	9.05	2.64	3.29	2.99	4.83	7.66	9.38	8.44	8.44	9.23	8.27	7.49	7.89	8.15	7.10	7.47
12	Sydney	Australia	7.23	8.79	3.08	7.48	2.90	4.29	5.15	2.50	9.55	4.12	9.03	9.05	6.63	9.83	7.58	7.23	9.30	8.10	8.20	7.43
13	Berlin	Germany	6.92	9.74	4.38	7.84	6.88	7.31	9.82	3.34	7.33	5.85	6.12	7.99	8.88	2.71	3.16	8.88	5.02	8.93	7.90	7.39
14	Hamburg	Germany	6.02	8.14	4.23	9.05	6.88	9.02	9.82	3.42	5.90	5.41	5.41	7.32	7.32	4.09	5.07	4.29	5.02	9.60	9.10	7.36
15	Gothenburg	Sweden	6.88	6.18	8.79	1.95	8.44	6.88	8.94	9.39	8.57	9.74	8.24	7.58	7.49	7.69	8.53	2.64	8.69	7.58	8.50	7.23
16	Montreal	Canada	9.83	7.84	6.11	8.96	9.05	5.64	3.29	2.30	3.67	7.32	4.44	8.62	7.84	7.86	6.71	6.11	7.89	8.41	7.90	7.22
17	London	United Kingdom	8.48	9.48	2.73	7.66	5.24	8.10	6.12	6.07	4.65	3.00	5.94	7.91	9.05	4.34	5.24	9.83	6.68	7.63	2.20	7.18
18	Tel Aviv	Israel	8.95	7.02	3.08	6.88	1.17	9.39	7.88	5.85	6.39	7.92	6.71	7.03	8.79	5.03	6.60	7.14	8.95	6.88	8.10	7.15
19	Paris	France	7.20	9.01	3.34	5.76	4.46	7.14	6.38	6.45	4.92	8.90	4.44	7.27	8.18	7.26	8.18	9.50	8.10	7.80	7.30	7.14
20	Toronto	Canada	9.39	6.97	5.41	9.65	9.05	2.64	3.29	1.87	5.54	3.08	6.47	8.88	8.01	9.49	8.70	8.53	5.89	7.24	7.20	7.14
21	Seoul	South Korea	5.12	8.53	5.41	6.54	2.69	6.19	7.00	2.04	5.72	7.51	3.24	7.40	8.41	8.80	8.44	9.74	9.91	6.72	8.90	7.13
22	Luxembourg	Luxembourg	4.20	3.77	8.01	6.88	3.68	7.40	6.56	2.73	9.73	6.11	9.74	3.60	7.40	9.57	9.48	3.16	10.00	9.05	8.90	7.10
23	Helsinki	Finland	8.53	5.85	8.70	7.40	7.23	7.41	6.82	5.33	5.28	9.48	10.00	4.55	6.80	5.11	4.63	8.00	8.40	7.63	7.90	7.02
24	New York	United States	7.13	9.65	3.86	3.61	3.60	5.15	4.26	6.26	2.78	7.58	2.68	9.48	9.31	6.74	9.83	9.91	8.17	7.79	8.00	6.99
25	München (Munich)	Germany	4.35	8.88	5.41	8.62	6.88	9.31	9.82	3.51	6.88	5.15	5.41	9.39	8.36	2.80	3.42	4.12	5.02	8.11	8.01	6.99
26	Düsseldorf	Germany	5.71	6.45	7.92	8.53	6.88	9.31	9.82	4.29	7.24	2.30	5.06	7.06	6.45	4.26	5.41	3.60	5.02	8.97	8.05	6.98
27	Västerås	Sweden	7.73	3.08	9.83	5.41	8.44	6.88	8.94	9.83	8.84	8.79	7.62	5.76	7.66	7.77	8.88	1.69	8.69	6.37	7.40	6.95
28	Washington, DC	United States	8.27	9.83	6.11	2.13	3.60	5.15	4.26	2.47	4.03	8.96	3.38	9.57	9.83	5.29	8.96	8.70	8.17	7.13	8.20	6.91
29	Bayreuth	Germany	6.02	2.82	9.74	8.79	6.88	9.31	9.82	4.98	6.88	7.23	9.74	6.88	5.33	4.46	3.90	3.17	6.02	8.36	7.90	6.87
30	Hannover	Germany	6.12	2.64	7.23	8.01	6.88	9.31	9.82	6.46	6.35	7.75	7.88	6.97	5.15	4.77	6.11	2.56	5.02	8.44	8.10	6.87
31	Köln (Cologne)	Germany	6.15	7.66	4.20	7.92	6.88	9.31	9.82	3.77	7.24	4.46	5.24	8.01	7.14	3.66	4.46	2.99	5.02	7.89	7.50	6.84
32	Vienna	Austria	7.06	8.01	4.98	9.57	9.31	9.48	7.18	5.24	8.04	4.89	7.62	5.07	9.88	5.97	4.20	7.32	2.83	7.40	6.10	6.84
33	Frankfurt am Main	Germany	4.94	7.40	6.71	7.14	6.88	9.31	9.82	3.94	7.68	2.99	4.44	8.18	6.97	3.14	4.03	5.07	7.02	7.14	7.90	6.74
34	Oslo	Norway	6.01	5.59	5.41	6.28	9.91	5.93	7.53	4.89	7.86	6.37	8.24	4.46	5.93	6.83	3.68	4.20	6.33	8.88	9.10	6.73
35	Philadelphia	United States	8.79	7.32	8.18	4.63	3.60	5.15	4.26	1.78	3.41	6.45	4.71	9.13	9.22	6.31	9.57	5.15	8.17	7.74	7.50	6.72
36	Chicago	United States	8.53	7.49	7.66	2.13	3.60	5.15	4.26	3.61	3.94	5.33	3.12	9.65	9.48	5.89	9.31	8.79	8.17	8.30	7.00	6.69
37	Dubai	United Arab Emirates	5.24	5.76	8.11	6.82	2.33	8.78	5.76	9.31	1.09	5.98	8.35	6.35	5.55	6.86	7.87	6.59	9.48	7.80	8.20	6.65
38	Trondheim	Norway	6.76	4.63	9.31	5.07	9.91	5.93	7.53	5.59	7.50	8.70	10.00	4.81	4.03	9.31	6.37	1.09	6.33	8.62	7.70	6.65
39	Helsingborg	Sweden	5.42	3.42	10.00	5.41	8.44	6.88	8.94	9.91	8.66	9.91	7.88	5.93	7.92	6.40	6.54	1.87	8.69	6.37	7.40	6.64
40	Ottawa	Canada	7.92	5.24	6.71	7.75	9.05	2.64	3.29	2.64	6.61	6.71	6.12	7.75	7.06	9.40	8.36	3.25	5.89	7.06	7.50	6.63
41	Perth	Australia	5.59	1.52	7.14	9.39	2.90	4.29	5.15	4.35	9.11	2.13	8.59	8.10	3.86	9.74	7.32	3.42	9.30	8.53	7.80	6.61
42	Dublin	Ireland	8.10	6.71	2.04	5.85	4.81	8.18	5.24	3.60	5.37	1.09	7.62	6.19	8.70	4.97	6.59	6.54	7.45	7.75	7.90	6.59
43	Stavanger	Norway	7.93	4.72	8.96	5.07	9.91	5.93	7.53	5.76	6.97	8.44	9.74	3.86	3.68	7.43	4.98	1.52	6.33	9.65	7.50	6.58
44	Manama	Bahrain	5.80	2.38	7.63	3.34	2.34	8.21	6.53	4.21	3.32	6.80	8.50	7.01	8.35	7.43	9.09	7.82	8.86	7.01	8.90	6.50
45	Aarhus	Denmark	5.59	4.20	9.22	4.03	7.92	9.83	8.24	6.63	9.64	7.49	8.24	6.02	6.88	8.46	7.23	2.30	9.74	7.84	4.50	6.49
46	Los Angeles	United States	9.31	6.80	1.78	1.00	3.60	5.15	4.26	1.43	3.23	5.07	2.59	9.74	9.48	6.49	9.65	9.48	8.17	7.48	7.90	6.47
47	Stuttgart	Germany	4.70	7.92	4.20	3.25	6.88	9.31	9.82	4.20	7.59	3.68	10.00	6.63	6.54	2.89	3.77	3.08	5.02	8.71	8.05	6.40
48	Auckland	New Zealand	6.45	3.16	3.34	8.44	9.22	2.13	4.00	2.82	5.10	5.24	7.88	5.50	3.94	7.34	6.19	8.10	7.03	7.68	8.90	6.36
49	Bergen	Norway	6.28	4.55	9.48	1.09	9.91	5.93	7.53	5.50	7.50	8.18	9.38	4.29	3.34	9.74	8.62	1.35	6.33	9.31	6.70	6.35
50	Espoo	Finland	5.40	2.67	7.66	4.70	7.23	5.41	6.82	4.81	5.46	8.88	8.24	4.38	8.53	5.80	5.85	5.85	6.40	7.76	9.21	6.35
51	Madrid	Spain	6.71	6.19	7.84	5.15	5.93	6.88	3.65	6.88	6.70	5.85	5.94	5.59	4.89	6.57	6.80	6.02	7.29	4.46	8.10	6.32

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

Anexo 2

Customer Journey Map

ParkIntelligent

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor



Fontanero autónomo desde hace tres años, sus metas son pagar todos sus gastos (hipoteca, gastos de su actividad, etc) y aprovechar el poco tiempo libre que dispone con su mujer e hija.

“*me encantaría poder tener más tiempo para mi mujer y mi hija, me estoy perdiendo su infancia por trabajar tantas horas, pero los gastos son muchos y hay que pagarlos...*”

♂ Male years

📍 Alcorcón

Married

Plumber

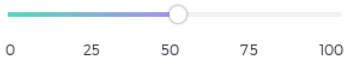
45000

Skills

Fontanero



Gestor de su empresa



atención al cliente



Gestión del tiempo



Estudió Formación Profesional fontanería y electricidad.

Ha trabajado en varias empresas donde siempre le han valorado pero le obligaban a estar disponible fines de semana/festivos y viajar fuera de Madrid. Por eso decidió hacerse autónomo, para ser su propio jefe.

Le encanta la tecnología, todo lo que sean ordenadores y smartphones.

Motivaciones

1. Su familia. Pasar más tiempo con ellas es objetivo principal.
2. Sus clientes. Sabe que depende de ellos para llegar a final de mes. Es una persona muy cumplida.
3. Ser mejor profesional cada día
4. Las nuevas tecnologías le apasionan. Lo prueba todo, Cualquier nuevo servicio o aplicación no duda en descargarla y "jugar" con ella.
5. Hacer deporte y relacionarse con la gente

Frustraciones

1. el tráfico. No lo soporta. Considera que es tiempo improductivo y perdido pero no le queda más remedio.
2. Buscar donde aparcar. Además le genera sanciones de estacionamiento por pasar de tiempo en zonas de carga/descarga o zonas reguladas
3. la cantidad de impuestos y pagos a los que hace frente.
4. La inestabilidad de ser autónomo y no saber el mes que viene si ganará dinero suficiente para cubrir gastos

Aficiones y gustos. Aficionado al Real Madrid, le gustan todos los deportes. Le gusta pasear en bici con su hija. También le gustan las nuevas tecnologías e internet. Se ha aficionado a la cocina a partir de ver Masterchef junior.

Technology



Browsers



	FASE PREVIA USO APLICACIÓN		USO DE LA APP		USO DE LA APP		USO DE LA APP		SALIR	
	de camino al lugar de trabajo	llegada al lugar de trabajo	búsqueda de aparcamiento	sacar boleto parkímetro	boleto renovar	finalizar aparcamiento y marcha...				
User goals	Ir a la hora punta al Barrio de Salamanca (Madrid) para hacer un trabajo en una vivienda de un cliente.	no molestar a su cliente llegando a la hora acordada con él.	encontrar donde aparcar a través de la aplicación	Pagar el ticket de aparcamiento de forma rápida y segura.	alargar una hora más el tiempo de estacionamiento	marcharse lo antes posible a otro lugar una vez finalizado el trabajo a su cliente				
Think & feel	“ Voy a encontrar mucho tráfico para entrar a Madrid y ya voy justo de tiempo ”	“ Madre mía como está de coches el barrio, a ver dónde aparco ya voy tarde ”	“ ayer me descargue esta aplicación para gestionar los tickets de estacionamiento ... y me dijo que ayuda a encontrar un lugar, voy a probarla ”	“ Voy tarde y tengo que gestionar el ticket del parkímetro. No puedo perder más tiempo ”	“ menos mal que me ha avisado la aplicación de que tenía que renovar el ticket ”	“ me está esperando otro cliente, me tengo que marchar rápidamente si no quiero llegar tarde otra vez ”				
User expectations	llegar puntual a la hora comprometida con el cliente	aparcar rápidamente y lo más cerca posible de la vivienda de su cliente	saber cómo funciona y comprobar si realmente le ayudará a encontrar un aparcamiento	no perder mucho tiempo con la gestión del ticket	gestionar sin perder mucho tiempo la renovación del ticket de aparcamiento	pagar lo justo por el tiempo que realmente ha estado estacionado, y no perder tiempo				
Process and channels										
Process	Luis se dirige a trabajar, esta vez en el centro de Madrid, coge su vehículo, y piensa en el tráfico que se va a encontrar y la dificultad para aparcar en la zona a la que se dirige. Efectivamente se encuentra el tráfico de todas las mañanas. Hora punta para acceder a Madrid.	Da vueltas a la manzana con el coche durante 15 minutos. Lleva más de 1 hora y cuarto de tiempo perdido en total esta mañana en su vehículo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abre la aplicación y selecciona buscar aparcamiento. 2. Pasados unos segundos, vuelve a aparecer el mismo mapa indicando que no ha habido suerte, que lo siga intentando 3. Piensa que la aplicación es un timo, pero le da una oportunidad y vuelve a pulsar "búsqueda" 4. Pasados unos segundos notifica que hay un vehículo que se va a marchar en la calle de lado. Le avisa la app que otro usuario que ha compartido que se marcha en breve. 5. Llega a esa ubicación que se le ha notificado, se detiene y espera. A los dos minutos llega una persona que lo abre su vehículo para marcharse y liberar esa plaza de aparcamiento. 6. consigue aparcar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. selecciona opción "ticket" 2. Aparece en la pantalla la ubicación del vehículo para seleccionarla y confirmar. 3. Selecciona y confirma ubicación. 4. Después, aparece matrícula de su vehículo y solo tiene que seleccionar el tiempo que va a estar en el lugar. 5. Pulsa ok, le aparece el ticket en pantalla y confirma. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Se encuentra la pregunta ¿renovar el boleto SI o NO? 2. Selecciona SI, selecciona cuanto tiempo más quiere estar. Pulsa ok y confirma 3. Si selecciona NO, no la app le preguntaría si quiere informar a otros usuarios que se va a marchar en el tiempo que queda de ticket y si quiere informar a otros usuarios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entra en la aplicación y pulsa "finalizar estacionamiento" 2. la aplicación automáticamente, según la hora que es y el tiempo que realmente ha estado aparcado genera un nuevo ticket con la hora de inicio / finalización y el importe real a pagar. 3. acepta y confirma 4. La aplicación le permite informar a otros usuarios que abandonan el lugar donde estaba aparcado para que otros usuarios puedan saberlo y aparcar en ese sitio. 5. nuestro cliente pulsa aceptar y compartir 				
sensaciones										
Problems	Es hora punta y hay mucho tráfico. Va muy justo de tiempo y esto le provoca ansiedad y estrés.	no hay sitios libres donde aparcar cerca de la vivienda de su cliente	Se tiene que parar para estar pendiente de la aplicación o ir mirando en la pantalla del móvil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. No me siento tranquilo que el vigilante de la zona ORA no le vaya a multar. 2. le preocupa acordarse de renovar el ticket si está más tiempo 	Que no funcione la app por cualquier problema, ni se quede sin batería o cobertura en el móvil nuestro cliente	que se olvide y no comparta la disponibilidad de su estacionamiento con otros usuarios				
Ideas / Opportunities	informarle de las incidencias relevantes en el tráfico en radio de 10 km, que le puedan afectar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Notifique los aparcamientos privados que puedan tener libres en la zona u otras alternativas. 2. posibilidad de cooperar con aparcamientos privados o negocios con parking para ofrecer en horas valle a este tipo de usuarios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar proceso de voz para no mirar la pantalla del smartphone. 2. usuario tiene que confirmar que es copiloto en caso que detectemos que se está moviendo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. que se pueda configurar alertas para que avisen al cliente con la antelación que deseen cuando se les vaya a acabar el tiempo de estacionamiento. 2. ofrecer gestión gratuita de reclamación por multas en caso de sanción errónea. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que desde otro dispositivo de forma sencilla, metiendo la matrícula del vehículo renoven el ticket 2. "Atención al cliente" fundamental el tiempo de respuesta. 3. llamando desde cualquier teléfono puede hacer la gestión identificándose 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivar y fomentar que los usuarios compartan los estacionamientos que vayan a liberar con promociones a productos que nos puedan generar "cross selling". 2. Notificar al usuario según la configuración de alertas que quiera tener 				

Anexo 3

Encuesta

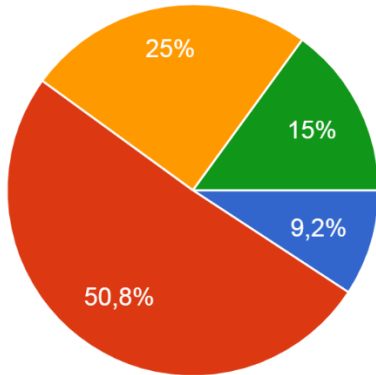
ParkIntelligent

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

¿Tienes problemas habitualmente para encontrar aparcamiento?

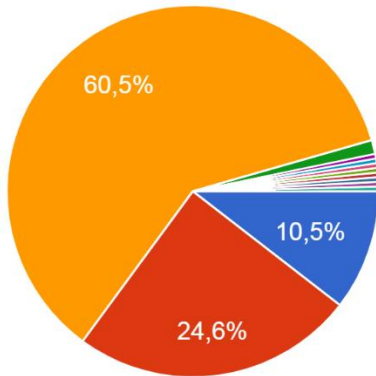
260 respuestas



- Nunca.
- De vez en cuando. Unas cuantas veces al mes.
- A menudo. Varias veces a la semana.
- Siempre que conduzco.

¿En qué situaciones tiene problemas para encontrar aparcamiento?

248 respuestas

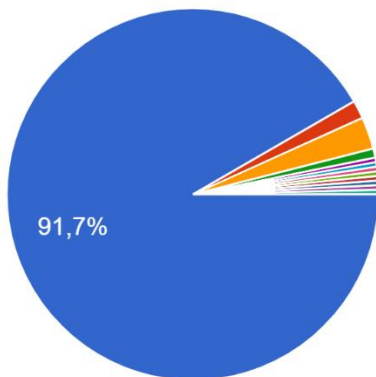


- Reparto mercancía / Visitas Provee...
- Estacionamiento residencial.
- Salidas Ocio.
- Trabajo
- Cuando voy a una ciudad
- Para ir a trabajar
- Aparcar en el trabajo
- Nunca

▲ 1/2 ▼

¿En qué zonas?

252 respuestas

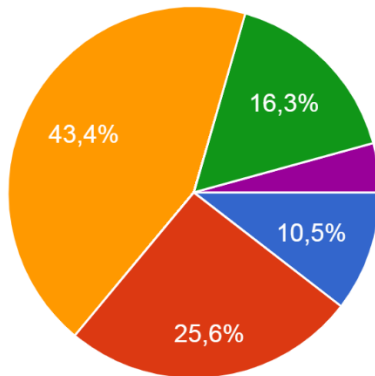


- Centro Ciudad.
- Polígonos Industriales.
- Hospitales.
- Universidades.
- En cualquier ciudad o pueblo
- Afuera
- Centro Ciudad y Hospitales
- Molenbeek

▲ 1/2 ▼

¿Cuánto tiempo inviertes para encontrar aparcamiento?

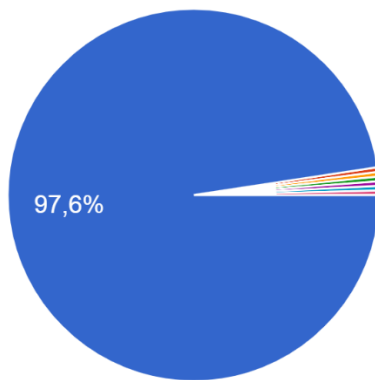
258 respuestas



- Nada, tengo plaza reservada y/o siempre hay sitios libres en mi zona.
- Menos de 10 min.
- Entre 10 y 20 min.
- Entre 20 y 30 min.
- Más de 30 min.

¿Utilizas o has utilizado aplicaciones móviles para encontrar plaza de aparcamiento?

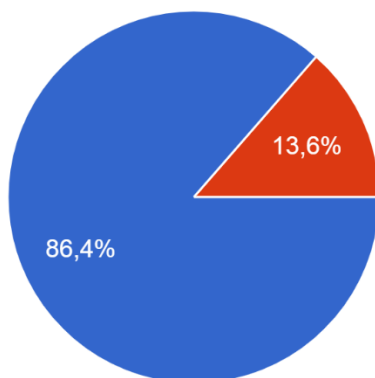
251 respuestas



- No.
- Maps, aparcaments públics.
- Telpark
- epark
- TELPARK
- EIParking
- waze, google maps

¿Estarías dispuesto a utilizar una APP a través del móvil mientras estás buscando aparcamiento?

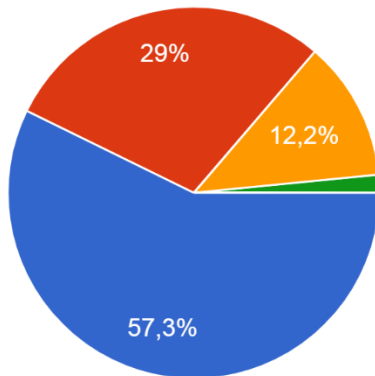
258 respuestas



- Sí.
- No.

¿Cuanto estarías dispuesto a pagar para que te reserven una de estas plazas?

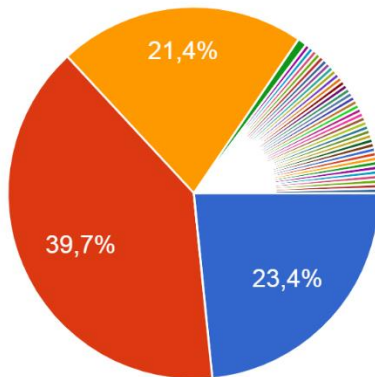
255 respuestas



- Entre 0 y 0,50 €.
- Entre 0,50 y 1 €.
- Entre 1 y 2 €.
- Más de 2 €.

¿Qué nombre te gustaría para esta APP?

252 respuestas



- SharingPark.
- ParkIntelligent.
- GorrillaPark.
- EasyPark
- Parkaholic
- Aparcaya
- Aparcarmena
- FindParking

▲ 1/6 ▼

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor

Anexo 4

APP User Experience

ParkIntelligent

ParkIntelligent

Mejora la vida del conductor