



## **MÁSTER EN BIG DATA AND BUSINESS ANALYTICS**

RESUMEN EJECUTIVO POR:

**ALBERTO FLORES PÉREZ**

**JOSÉ LUIS REQUENA TELLEZ**

**RAFAEL MARÍA VIZCAÍNO PRIMO**

**MARCOS EXPÓSITO SANTOS**

Tutor: Sergio San Martín De Santos

## 1. ¿QUÉ ES SABORIT?

SaborIt consiste en utilizar máquinas de vending, situadas en supermercados independientes o cadenas de supermercados pequeñas, con el fin de que el consumidor, a través de una aplicación móvil y un código QR, consiga un producto gratis de una marca concreta. Tras testear el producto, el consumidor deberá dar feed-back mediante una encuesta que estará disponible en la APP. De manera opcional, el consumidor también podrá adjuntar su ticket de compra a cambio de diferentes descuentos. Con los datos de cada registro en la aplicación, los tickets de compra y las encuestas, se realizarán estudios de mercado y recomendaciones tanto a los supermercados que nos ceden el espacio para poner las máquinas como a las marcas que nos darán los productos para promocionarlos. Con todo esto, se busca que ambos conozcan a sus clientes y con esa información, aumentar las ventas de manera considerable.

## 2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La misión, visión y valores de una empresa se tratan de lo que le da la identidad a la compañía. No se puede iniciar un negocio sin tener bien definidos estos tres conceptos, pues son los pilares básicos de una empresa.

### 2.1. Misión

El concepto de misión ayuda a responder el porqué de la existencia de SaborIt ¿Quiénes somos? ¿A qué nos dedicamos? ¿Qué hacemos? ¿Quién es nuestro público?

Nuestra misión es que tanto las marcas como los supermercados conozcan las necesidades que tienen sus clientes y con ello, consigan aumentar sus ventas de manera exponencial gracias a los estudios de mercado que se realizarán. Por otro lado, se busca mejorar la experiencia del consumidor al ir al supermercado, debido a que, obtendrán un producto gratis y otros beneficios que ofrece SaborIt.

### 2.2. Visión

Cuando hablamos de visión, hablamos de quienes queremos ser, como queremos que sea el futuro de la empresa, cuáles son nuestras verdaderas metas, si dispondremos de otras líneas de negocio, si nos dirigiremos a otro tipo de clientes.

Desde SaborIt tenemos el objetivo de convertirnos en una gran empresa de sampling haciéndonos un hueco entre las empresas referentes a nivel hispanohablante, posicionándonos como una amenaza real para ellas.

Se logrará a través de una aplicación y una máquina de vending, ambas, con una interfaz muy desarrollada, personalizada, interactiva y sobre todo fácil de usar, para que nuestros clientes pierdan esa sensación de frustración a la hora utilizar y configurar estas tecnologías.

### 2.3. Valores

Por último y no menos importante tenemos los valores, estos valores sirven para identificar los principios éticos o creencias de los cuales se basa la empresa.

Los valores de nuestra empresa son:

- Dar una buena imagen de profesionalidad y empresa segura a los usuarios, marca y supermercados.
- Fomentar un buen ambiente de trabajo, donde el trabajo en equipo sea un gran punto fuerte de nuestra empresa.
- Queremos destacar en calidad de los servicios prestados
- Y por último el feed-back con los clientes, que nos comenten como ha sido el servicio, cuál es su valoración. Esta parte es fundamental para crecer como empresa.

### 3. EQUIPO DE SABORIT

SaborIt los conforma un equipo multidisciplinar altamente cualificado, cohesionado y motivado. Todos ellos disponen de perfiles diferenciados pero complementarios entre ellos, disponen de formaciones en diversas áreas de la Ingeniería, Dirección y Administración de empresas (MBA), y Derecho, además de otras competencias y habilidades ligadas al trabajo en equipo y liderazgo.



José Luis Requena  
CEO



Alberto Flores  
COO



Marcos Expósito  
CFO



Rafael Vizcaíno  
CIO

### 4. NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

SaborIt distribuye muestras gratuitas a los consumidores mediante máquinas de vending interactivas localizadas en cadenas de supermercados pequeñas o supermercados independientes, y les pide feed-back mediante una aplicación móvil.

Descargando la app y utilizando la máquina de vending, se tendrá acceso a todas las funciones que estas ofrecen y que se comentarán más adelante.

### 5. ¿CÓMO FUNCIONA SABORIT?

Se trata de una aplicación disponible tanto para dispositivos Android como para IOs.

Una vez descargada la aplicación, el usuario deberá registrarse con su nombre, edad, código postal, sexo, nacionalidad... Después de esto, el usuario tendrá acceso a la aplicación de SaborIt, que contará con un escáner de código QR para conseguir el producto en las máquinas de vending, un escáner de imagen para adjuntar los tickets de compra, un historial de los productos que ha testeado y dado feed-back, un mapa para encontrar las máquinas de SaborIt, su nivel de usuario, es decir, según los productos que haya probado, las veces que lo haya compartido, tendrá más puntos o menos puntos para entrar en sorteos, etc.

A través de su móvil, deberá ir al supermercado, acercarse a la máquina y escanear el código QR para conseguir el producto gratis. Una vez lo haya testeado, dará feed-back en la aplicación. Como se ha comentado en varias ocasiones, la aplicación contará con un escáner de imagen, para que, de manera opcional, los usuarios adjunten su ticket de compra a cambio de descuentos.

## 6. ¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES?

El proyecto se dirige a dar servicio tanto a los supermercados independientes y pequeñas cadenas de supermercado, como a diferentes marcas del sector retail que quieran colaborar con SaborIt. Por otro lado, podemos decir que nuestro cliente más importante es el consumidor, ya que, sin ellos no podríamos ofrecer nada a las marcas y supermercados.

Por lo tanto, se trata de un colectivo de clientes receptivos y en sintonía con propuestas integradoras y encaminadas a mejorar su cuenta de resultados a través de nuestro proyecto.

## 7. ¿CÓMO ES LA SOLUCIÓN?

La solución está basada en la recopilación de datos internos y externos, estructurados y no estructurados, para su posterior tratamiento utilizando herramientas Big Data en Amazon Web Services. Como datos estructurados, tenemos las encuestas y los datos de registro de cada persona, y como datos no estructurados, tenemos los valores de los tickets de compra.

Inicialmente, los datos de registro junto con los de las encuestas, irán directamente a una base de datos relacional, desde la que realizaremos las consultas que queramos, para extraer los datos necesarios con los que realizar estudios de mercado a la marca que nos cede el producto.

Por otro lado, los mismos datos de registro irán a otra base de datos relacional diferente junto con los tickets de compra, sin embargo, estos últimos, al ser datos no estructurados deberán pasar por un proceso diferente antes de unirse con los otros en la base de datos relacional. Una vez que tenemos los datos necesarios, ya podremos realizar consultas, para finalmente confeccionar los estudios de mercado a los supermercados.

## 8. CIFRAS CLAVE

Para comentar las cifras clave, haremos uso de diferentes tablas que también se encuentran en la memoria:

|                   | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|-------------------|-------|-------|-------|
| Ratio de liquidez | 0,88  | 0,13  | 1,68  |

La ratio de liquidez, tiene como objetivo indicar si la empresa tiene capacidad suficiente para hacer frente a sus compromisos financieros en el corto plazo. Para poder alcanzar una situación óptima, este tiene que estar por debajo de 1.5, que como podemos observar, los tres años que hemos analizado se encuentran por debajo o en el caso del tercer año, casi por debajo.

Hemos decidido añadir el VAN y el TIR, ya que, consideramos que son los parámetros más importantes y con los que sabremos si el negocio es viable o no:

|     |             |
|-----|-------------|
| VAN | 89.278,58 € |
| TIR | 47,19%      |

Como podemos observar, “SaborIt” tiene un VAN positivo, lo que significa que los cobros y pagos futuros de la inversión, teniendo en cuenta la tasa de descuento elegida (5,206%), generará beneficios.

En cuanto al TIR, podemos ver que es mayor que la tasa de descuento, lo que significa que el proyecto de inversión es aceptable. Pues podemos ver que la tasa de rendimiento interno es superior a la tasa de rentabilidad mínima que se pide.