

RADARBAR

“NO TE QUEDES SIN SITIO”

Grupo:

**MARINA CALVO
JAVIER CARO
SANTIAGO DÍAZ
CARLOS VERGARA
ROCÍO VERGARA**

Tutor:

RAFAEL SANCHO



RadarBar

1. ¿Qué es RadarBar?

RadarBar es una Start-Up cuyo producto principal es una aplicación móvil de control de aforos en bares y restaurantes, pensada tanto para los encargados de bares y restaurantes como para sus potenciales clientes.

Gracias a RadarBar los clientes de bares y restaurantes pueden consultar qué establecimientos no tienen problemas de aforo en tiempo real, sin necesidad de recorrer largas distancias y acudir presencialmente en busca de un sitio disponible para el número de personas que deseen. Asimismo, los encargados de los restaurantes pueden conocer las métricas de sus clientes y publicitarse en la App en momentos con menos visitas para aumentar así su visibilidad. Teniendo también la posibilidad de gestionar sus reservas directamente a través de la App. RadarBar contribuirá de esta forma a la digitalización del sector hostelero.

El propósito de la App RadarBar es, por un lado, facilitar a los clientes de la hostelería una mejor experiencia, ahorrándoles tiempo y desplazamientos innecesarios. Y, por otro lado, RadarBar permite a los propietarios de bares y restaurantes optimizar su negocio gracias a su gestión eficiente de aforos y les brinda la posibilidad de publicitarse dentro de la aplicación.

Todo ello es posible gracias a la tecnología de sensorización de RadarBar, que permite realizar el conteo de personas que entran y salen de cada establecimiento de forma exacta en tiempo real. Esta tecnología se basa en inteligencia artificial y guarda en todo momento el anonimato de las personas que cuenta.

2. ¿Qué problema hemos detectado?

Con el fin del confinamiento por Covid-19 y el inicio de las restricciones, el aforo de los establecimientos se vio reducido. Encontrar un hueco en algunas ocasiones se hacía imposible, y más si la zona escogida para ello era el centro de la capital. Hoy en día, una vez eliminadas todas las restricciones derivadas de la pandemia, se observa que este problema persiste en la ciudad de Madrid. En zonas céntricas, con una alta concentración de habitantes, salir en días con gran afluencia y encontrar un sitio se presenta bastante complicado. Por no hablar de lo difícil que es para los habitantes de Madrid detectar un sitio donde tomar algo cuando salen en grupos de más de 4 personas.

Por ello, el equipo de RadarBar ha desarrollado una solución, un servicio que ayude a los comensales a encontrar sitio fácilmente ahorrando su tiempo y que también ayude a la publicidad de bares y restaurantes en momentos con menor número de visitas. Facilitando así los planes de última hora, y optimizando el movimiento de la población derivado del sector hostelero.

3. ¿En qué consiste el proyecto?

La propuesta de valor que ofrecemos a nuestros clientes se basa en un servicio digital donde potenciales clientes de bares y restaurantes pueden buscar sitio en distintos establecimientos

para el número de comensales deseado en tiempo real. Además, RadarBar contribuye a la optimización de dichos locales ya que facilita la gestión de sus reservas.

Las principales funcionalidades de la aplicación son las siguientes:

- **Compra por proximidad:** permite al usuario que se encuentra en búsqueda de un local donde poder acudir, coger su teléfono móvil y consultar los aforos de los locales próximos a él.
- **Gestión de reservas y consulta de información del establecimiento**
- **Optimización del espacio por parte de los restaurantes:** los encargados de cada establecimiento pueden aumentar su visibilidad dentro de la App, atrayendo de esta manera a potenciales clientes en momentos de menor ocupación.
- **Explotación de la información generada por los clientes de los restaurantes:** cada restaurante sabrá las métricas generadas por su clientela pudiendo tomar decisiones de negocio basadas en datos de gran exactitud.

4. Público objetivo

Nuestro público objetivo es toda persona digitalizada que use el teléfono móvil habitualmente y acuda de forma regular a bares y restaurantes, con una edad comprendida entre los 18 y los 70 años.

Cabe destacar que, al principio de la vida de la aplicación nos centraremos en el barrio de Chamberí de la ciudad de Madrid, un barrio con un gran ocio de restauración y con una considerable densidad de población donde el problema de aforo en los establecimientos es algo habitual.

5. Tecnología

La estructura tecnológica de RadarBar se basa en una arquitectura lambda en la cual se encuentran las siguientes tecnologías y productos:

- **Dispositivo de conteo de personas localizado en la puerta de los bares y restaurantes.** Este dispositivo, mediante una inteligencia artificial, controla el aforo del establecimiento y transmite los datos a la infraestructura cloud de Azure. Se ha elegido este modelo ya que no reconoce caras sino personas, de esta manera se evita el incumplimiento de GDPR.
- **Infraestructura cloud de Azure:** se ha elegido Azure como proveedor cloud debido a la integración entre las distintas tecnologías y productos que ofrece:
 - Event Hub Azure
 - Blob Storage
 - Databricks
 - PostgreSQL
 - PowerBI
 - Mapbox

6. ¿Cómo nos van a conocer?

Desde RadarBar queremos apostar por un servicio personalizado hacia nuestros clientes del sector de la restauración, por lo que llevaremos a cabo una captación más personal mediante una serie de comerciales que visitarán los establecimientos, respaldando nuestro discurso con datos y recalcando la importancia de la digitalización en el sector.

Por otro lado, la promoción de la App RadarBar se basará en el “boca a boca”, se publicitará la App por redes sociales (principalmente Instagram, tik tok, twitter y facebook) a través de un video publicitario que aparecerá en historias y publicaciones y, por último, se utilizará la publicidad en exteriores en el barrio de Chamberí y la publicidad programática.

7. Datos Financieros

Antes de lanzar este proyecto, el equipo estimó una cantidad aproximada de fondos para que el negocio saliera adelante. Por un lado, contamos con 30.000€ de fondos propios. Por otro lado, obtenemos una financiación de nuestros inversores, ‘Business Angels’, de otros 30.000€. Además, necesitamos un préstamo bancario de 40.000€. Las proporciones serían, por tanto, 30%-30%-40%.

Se debe señalar, ya en el segundo año, la evolución de la empresa. RadarBar habrá conseguido entonces una gran situación de liquidez, óptima, gracias a los flujos de caja que se conseguirán. Ratios como el ROI, o la rentabilidad financiera, indican que la empresa sería muy capaz de generar beneficio para sus accionistas. Además, el aumento del margen de seguridad demuestra la solidez y estabilidad de la empresa frente a cambios imprevistos. La gran inversión en marketing del primer año dará sus frutos en el segundo captando un mayor número de clientes.

A continuación, se reflejan las ratios calculadas, y la evolución de la empresa respecto a sus ventas, margen bruto, beneficio neto y EBITDA.

	Año 1	Año 2
ROE (Rentabilidad Financiera)	-61,6%	258,4%
ROI (Rentabilidad Económica)	-15,6%	57,5%
Tesorería (Prueba Ácida)	4,06	5,42
Endeudamiento	8,9	2,0
Capacidad de Devolución Deuda	-0,13	0,79
Punto de Equilibrio	223.031,2 €	505.775,6 €
Coficiente de Seguridad	0,95	1,28
Fondo de maniobra	65151,3	167020,0
Pay-Back	0,11 años	

Evolución de RadarBar

