Book2Go

'The app food-lovers were waiting for'

PEDRO COSTILLA | IGNACIO GAITE | CARLOS RODRÍGUEZ | MANFRED SCHLOTTERHAUSEN

RESUMEN EJECUTIVO. EOI.

1. ¿Qué es Book2Go?

Se trata de una Start-Up cuya plataforma (app y web) ofrece un innovador servicio de gestión de reservas en los restaurantes adaptado a las nuevas condiciones establecidas por el Covid-19 y cuyo fin es impulsar de nuevo y digitalizar el sector de la restauración. Los 3 pilares en los que se apoyan las numerosas funcionalidades del servicio ofrecido son: Experiencia del cliente, digitalización de los restaurantes y, por último, la aplicación de *Big Data* durante todo el proceso, en beneficio tanto de los consumidores como de los dueños de los restaurantes en términos financieros.

2. ¿Qué problema hemos detectado?

Nuestro modelo de negocio busca mejorar la experiencia de los comensales que acuden a consumir a los restaurantes de la Comunidad de Madrid. Este aspecto adquiere más relevancia aún en la situación actual, tras la pandemia del Covid-19, en el que el consumidor se ha vuelto más exigente con el servicio que recibe y en el que encuentra los siguientes puntos de mejora:

- *Falta de digitalización en gran parte del sector.*
- *Poder personalizar su reserva.*
- *Falta de agilidad en la tramitación de pagos de comensales.*
- *Temor al contacto con el personal por el Covid-19.*

3. ¿En qué consiste el proyecto?

La propuesta de valor que ofrecemos a nuestros clientes se basa en un servicio de gestión de reservas ágil, digital y seguro, cuyas principales funcionalidades son las siguientes:

1) Reservas personalizadas 360º

Posibilidad de visualizar el interior del restaurante (salones y terrazas) a través de imágenes 360º con la intención de otorgar al cliente la capacidad de decidir qué mesa del restaurante se adapta más a sus necesidades y, de esta forma, personalizar al máximo su experiencia.

2) Pedir la comanda desde la App con opción a 'otra ronda'

Agilizamos el proceso de pedir y minimizamos el número de interacciones que se producen entre el camarero y los consumidores, clave en la actual situación del Covid-19. Los clientes pueden pedir la comida y la bebida desde la App, así como repetir ronda de lo consumido.

3) Cuenta final a tiempo real

El cliente está informado de lo que está siendo cargado en su cuenta en tiempo real con la intención de evitar malentendidos y malas experiencias en el pago.

4) Forma de pago

Agilizamos la realización del pago de un modo digital, tanto para el cliente como para el camarero. La experiencia del cliente ya no se verá afectada por los tiempos de espera ni por el exceso del contacto consumidor-camarero. Otro punto positivo de esta funcionalidad es la reducción del papel utilizado para los tickets finales, lo que supone un ahorro de costes para el restaurante, así como reducción de su impacto en el medio ambiente.

5) Dividir la cuenta

Relacionado con la funcionalidad anterior, ofrecemos a nuestros usuarios la posibilidad de dividir la cuenta final digitalmente entre los comensales, con la posibilidad de asignar de forma rápida los platos consumidos por cada cliente, con el objetivo de facilitar el pago al cliente y evitar tramitaciones o gestiones entre ellos tras el pago.

6) Historial de reservas

Nuestros consumidores pueden consultar en cualquier momento su historial de reservas (con quién acudió, qué consumieron, dónde se sentaron, etc.). Esta funcionalidad aporta valor al cliente, sobre todo al recomendar un sitio a un amigo. De este modo, el boca a boca y las recomendaciones transmiten una información mucho más fiable.

7) Opiniones fiables

Muchas plataformas de reserva de restaurantes muestran comentarios de usuarios que no han visitado ni consumido allí. Se llega a publicar información poco veraz e incluso nociva por parte de la competencia. En nuestra plataforma solo existen comentarios y opiniones exclusivamente de aquellas personas que realmente han visitado el lugar y consumido sus servicios, con la intención de obtener unos datos reales sobre su experiencia.

8) Calidad del dato para los empresarios de los restaurantes

Partiendo del portal de opiniones fiables, a los restauradores les gustaría saber al detalle qué platos son los más y menos gustados; lo cual ayuda a detectar problemas de ejecución en cocina o en el servicio del camarero. Conocer los platos más gustados facilita la labor de publicitarse y hacer promociones del restaurante.

9) Sistema de promociones personalizables

Proponemos un sistema de promociones personalizables, partiendo de los datos que nos ha proporcionado el cliente con su reserva y con los platos que ya ha pedido. El resultado es una campaña de marketing mucho más precisa y efectiva.

4. Validación de hipótesis

El proceso de validación ha sido realizado mediante la Metodología Lean Start-Up durante el mes de marzo, en plena pandemia por el Covid-19. Hemos realizado dos sprints en los que entrevistamos a un total de 165 consumidores y 22 dueños de restaurantes.

A continuación, se muestran las 4 hipótesis validadas que consideramos más importantes de cada uno de los Sprint realizados y que son los pilares fundamentales en los que hemos basado el desarrollo del modelo de negocio de Book2Go:

Sprint 1- Usuarios:

- Un 33,33% de los clientes prefieren elegir la mesa exacta en la que se van a sentar.
- 1/4 veces que van a un restaurante tienen algún tipo de mala experiencia con relación a la reserva, ticket final, tiempo de espera y pagos entre los asistentes.
- 3/5 personas desean ver la cuenta en tiempo real, pagar en menos de 1min y necesitan saber el historial de su cuenta.
- 4/5 personas escogerían una promoción de un restaurante si ésta fuera dirigida en base a un producto que el cliente ya ha consumido y le ha gustado.

Sprint 2 - Restaurantes:

- Los restaurantes consideran útiles las plataformas de gestión de reservas.
- Los restaurantes nos pagan al menos 1 euro por comensal que reserva a través de B2G.
- A los restaurantes les interesa conocer los datos de patrones de consumo y opiniones.

5. ¿Dónde está el negocio? ¿Cuáles son las fuentes de ingresos?

En el siguiente gráfico de proyección de ingresos de Book2Go mostramos el porcentaje de cada tipo. Cabe mencionar que estos porcentajes son los mismos para el primer (2020-2021) y segundo año (2021-2022), y que el total de ventas del de cada año es 361.140 € y 1.161.170 € respectivamente.

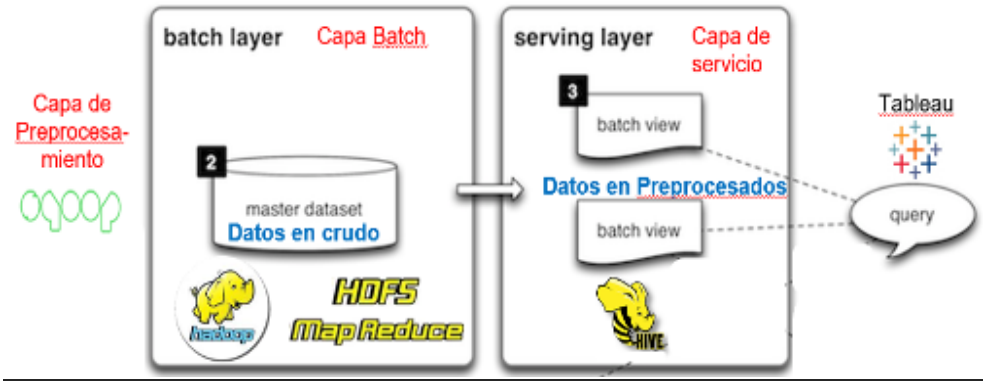
6. Público Objetivo

Nuestro mercado potencial está conformado por la población madrileña comprendida entre los 20 y los 50 años. Serán jóvenes profesionales y empresarios, digitalmente activos o nativos, que empleen con frecuencia los servicios de restauración y las nuevas tecnologías. Se trata de aproximadamente del 41% de la población de la Comunidad de Madrid, en torno a las 2.900.000 personas.

En cuanto a los restaurantes, nuestro mercado está compuesto por aquellos dispuestos a digitalizarse y que no operan con ningún otro gestor de reservas, y por aquellos que se encuentran descontentos con su plataforma de reservas actual.

7. Tecnología

Debido a la naturaleza de nuestro negocio, todos los datos ingestados tienen un ID asociado y se almacenan en bases de datos relacionales, cuyo lenguaje de consulta es estructurado (SQL). El procesamiento es en '*batch*' (soluciones Hadoop y HDFS Map Reduce), al ser el más apropiado al realizar tareas repetitivas sobre grandes conjuntos de información. El tratamiento y perfilado de los datos se realiza en la 'capa de servicio' (solución Hive), para después ser visualizados y analizados por 'Tableau'.



Por último, implantamos procesos de 'Data mining' para analizar e interpretar patrones desconocidos en la información recogida, mediante la cual resolveremos los problemas de los negocios. Los usos más habituales del Data mining que aplicamos a nuestro proyecto son: segmentación de clientes, realizar venta cruzada de productos a partir de sus patrones de uso, realizar predicciones de consumo que conlleve a una mejor gestión de la comida y del número de empleados necesarios, y la optimización en la gestión con los proveedores.

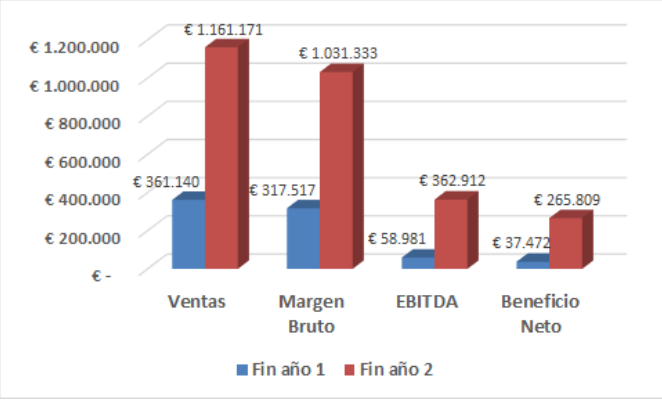
8. ¿Cómo nos van a conocer?

De acuerdo a las nuevas tendencias de consumo de la publicidad, Book2Go opta por centrar su plan de comunicación en el ámbito tecnológico. Nos centraremos principalmente en: Redes sociales, *Emailing*, *SEO/SEM*, *pop-ups* y *Banners*. Adicionalmente, como acciones offline, colocaremos códigos QR en las cartas de los restaurantes a modo de Trade Marketing y, durante los primeros meses, a través de 'Mupis' en las estaciones de metro que frecuentan nuestros clientes potenciales. Por último, la web y la app sirven como punto de encuentro con el cliente, tanto para obtener información, como para diseñar y obtener una vivienda; a través de las cuales extraemos conclusiones para perfeccionar nuestros servicios.

9. Datos financieros

Para desarrollar este proyecto es necesario disponer de los suficientes fondos durante los 2 primeros años. Para ello, hemos estimado que son necesarios 102.000 €. El equipo promotor realiza una aportación de 27.000 € (26%), aunque se necesita financiación por parte de inversores externos ('Business Angels') de 40.000 € (39%), así como financiación bancaria con 35.000 € (34%).

En el 9º mes de actividad del primer año de Book2Go se alcanza el umbral de rentabilidad al disponer de 117.982 comensales frecuentando los 63 restaurantes. Se debe tener en cuenta que esta previsión no indica que la cantidad de comensales siempre son usuarios de la App, sino que es el total de comensales que han visitado los restaurantes a partir de una serie de supuestos que hemos adoptado para estimar: la cantidad de comensales por reserva, así como la cantidad de días de la semana en donde hay reservas, número de reservas por día, la cantidad de restaurantes que hay en cada mes y la cantidad de semanas en el mes.

A continuación, se pueden observar los indicadores financieros clave, así como la evolución de Ventas, Margen Bruto, EBITDA y Beneficio Neto durante los dos primeros años.

	Cierre 1º Ejerc. 2020/2021	Cierre 2º Ejerc. 2021/2022
ROE	26,2%	43,6%
ROI	29,1%	47,3%
Tesorería	4,8	5,2
Endeudamiento	17,7%	18,6%
Capacidad de Devolver Deuda Financiera	NS	NS
Punto de Equilibrio	304.312,2 €	762.141,7 €
Coeficiente de Seguridad	1,19	1,52
Pay-Back	0,75 años