

Resumen ejecutivo



SmartXperience

Marcos García Sánchez
Elena Pilo González
Julio Terrón Gutiérrez





INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos a nivel mundial. En España, es un sector de vital importancia para el desarrollo de nuestra economía, con una contribución superior al 12% sobre el PIB y concentrando el 10% del mercado de trabajo actual.

Hoy en día, se identifica un cambio de paradigma en el turismo que obedece a dos dimensiones definidas. Por una parte, el turista moderno es más sensible a las experiencias con un fuerte componente de personalización. Por la otra, está más interconectado y es más digital que nunca porque principalmente busca lo que necesita a través de canales *online*.

Este fenómeno ha dado lugar a una nueva economía digital más directa y enfocada al usuario. Sin embargo, el tejido productivo local de los destinos aún no está claramente alineado con esta propuesta lo que lastra sus oportunidades.

Para solucionarlo, es esencial que los negocios turísticos adapten sus canales de promoción y venta, apostando por la digitalización y ofreciendo servicios cada vez más personalizados, orientados a un turista mucho más activo en el proceso de reserva y compra.

Por otro lado, el desarrollo de las *SmartCities* y *SmartDestination* abre una nueva vía de optimización de los recursos de un destino, facilitando la visibilidad y el posicionamiento de los negocios locales y abriendo paso al desarrollo de soluciones tecnológicas que permitan aunar las necesidades de los negocios junto con las exigencias y expectativas de los turistas.

MODELO DE NEGOCIO

SmartXperience es un agregador de oferta de servicios turísticos complementarios que, desarrollada sobre una plataforma digital (web y aplicación móvil) basada en tecnología *cloud* y *machine learning*, proporciona propuestas y ofertas totalmente personalizadas en función del perfil y comportamiento de sus usuarios.

Esta solución tecnológica constituye un escaparate perfecto para los negocios locales permitiéndoles, además de personalizar su oferta de cara al turista, mejorar su posicionamiento y visibilidad. Esto se traduce en una mejora de la eficiencia de su estrategia comercial y de marketing ya que permite a los negocios a identificar y satisfacer a su público objetivo.

Desde el punto de vista del usuario, SmartXperience ofrece una oferta segmentada y personalizada, existiendo la posibilidad de comunicarse con el usuario final a través de notificaciones con información sobre planes, actividades y ofertas que completen y mejoren la experiencia en destino.

El modelo de monetización está basado en el canal B2B:



Cuota de adhesión



Paquete de marketing



Comisión por ventas

JUSTIFICACIÓN

En España, los turistas gastan un total de 137.000 millones de euros, de los que el 43.5% corresponde con el gasto en restauración, experiencias, actividades y compras complementarias al alojamiento y el transporte. Además, actualmente se contabilizan 1.228.650 negocios dedicados al comercio, hostelería y turismo.

Teniendo en cuenta de que la tecnología sobre la que se basa nuestro negocio supone una solución plug&play para integrar en cualquier SmartCity o SmartDestination, podemos reducir estos valores a unos 700.000 negocios, de los cuales, nuestro objetivo es captar el 3%.

Nuestro objetivo es alcanzar un ingreso medio por negocio de 150€ para el año 5, que nos daría un total de 3.150.000€ equivalente al 0.01% de los ingresos totales en servicios provenientes del turismo en dichas ciudades.

BENEFICIARIOS

SmartXperience es una solución tecnológica que elimina las fricciones del *customer journey* derivadas del desconocimiento mutuo que tienen negocios y usuarios.

Este desarrollo *ad hoc* permitirá mejorar la visibilidad y el posicionamiento de los negocios locales al aglutinar toda la oferta en una misma plataforma. Además, al actuar como canal de promoción y venta de servicios, aumentará la permeabilidad de los negocios locales en el mercado, mejorando los ingresos por la actividad turística de la zona.

Por otro lado, el turista podrá acceder a la información, que se ofrecerá segmentada acorde a sus gustos o comportamientos, mejorando su experiencia en destino.

OBJETIVO

SmartXperience nace con la responsabilidad de velar por garantizar el desarrollo sostenible de los destinos en los que se implante, entendiendo que el turismo es un potente dinamizador económico y catalizador del desarrollo local, pero que debe ser gestionado con responsabilidad.

El objetivo de este agregador es el de poner en valor la oferta turística complementaria local y facilitar la digitalización de estos negocios para mejorar la accesibilidad del turista a la información del destino, para que pueda disfrutar de experiencias diferenciales y auténticas.



COMPONENTES

SmartXperience es una plataforma digital *plug&play* sobre cualquier Smartcity o SmartDestination, lo que la hace fácilmente replicable y escalable y le permite aglutinar toda la oferta disponible del destino particular en una sola herramienta.

La plataforma está disponible como aplicación nativa Android/iOS y en formato web y consta de un entorno *cloud*, conectado con las bases de datos de las SmartCities.

El motor de búsqueda está basado en *machine learning* y es capaz de identificar los gustos de los turistas gracias a su comportamiento de usuario dentro de la plataforma y a los datos de su perfil.



Plataforma Web con
Front-end (perfil
negocio y usuario) y
Back-end



App móvil
(usuario)



SmartXperience



Repositorio
de datos
de
SmartCities.



Repositorio de
datos propio:
negocios y turistas



ESTRATEGIA

MISIÓN.

SmartXperience tiene por misión construir un puente digital entre los negocios y los turistas de los destinos en los que se implante. Esta herramienta ayudará a dar visibilidad a los negocios locales, fomentando el desarrollo económico y turístico de la zona de manera sostenible y ofreciendo soluciones personalizadas a los usuarios.

VISIÓN

SmartXperience tiene como visión ser aliado en el proceso de digitalización de los negocios locales, al entender que esta herramienta tecnológica puede ser palanca definitiva en el posicionamiento de los negocios y en la capacidad de poner en el mercado una oferta personalizada para los turistas.

VALORES.

SmartXperience se identifica con los valores de conectividad, eficiencia, empatía con el cliente, sostenibilidad, excelencia, anticipación y valor de la información, como pilares que fundamentan el modelo de negocio.

PLAN DE MARKETING

El plan de marketing servirá de palanca de entrada en el mercado. En este sentido, se establecerán tres fases por destino (expectativa, lanzamiento y post lanzamiento) y en cada una de ellas se incluirán acciones tanto *online* como *offline* para aproximar nuestros servicios al cliente objetivo (negocios locales) y usuario final (turistas).

Las acciones offline estarán más dirigidas a negocios, aunque la campaña en medios nacionales y mupis está pensada para usuarios. El resto de acciones online tienen el principal objetivo de mejorar el posicionamiento orgánico de la web y aumentar el número de descargas de la app.

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Offline: <ul style="list-style-type: none"> • Branding • Prensa y radio • Mupis Online: <ul style="list-style-type: none"> • RRSS • SEM • Retargeting • SEO • Emailing Inversión: 60.600€	Offline: <ul style="list-style-type: none"> • Prensa y radio Online: <ul style="list-style-type: none"> • RRSS • SEM • Retargeting • SEO • Emailing Inversión: 52.800€	Offline: <ul style="list-style-type: none"> • Prensa y radio • Mupis Online: <ul style="list-style-type: none"> • RRSS • SEM • Retargeting • SEO • Emailing Inversión: 107.400€	Offline: <ul style="list-style-type: none"> • Prensa y radio Online: <ul style="list-style-type: none"> • RRSS • SEM • Retargeting • SEO • Emailing Inversión: 64.200€	Offline: <ul style="list-style-type: none"> • Prensa y radio • Mupis Online: <ul style="list-style-type: none"> • RRSS • SEM • Retargeting • SEO • Emailing Inversión: 129.600€

Junto con el Plan de Marketing se ha trabajado una política de ventas resumida en los siguientes puntos:

- Adhesión agregador: 150€/año, con promociones para *early adopters*.
- Paquete de marketing: básico (250€/año), intermedio (500€/año), premium (1.000€/año), con promociones para *early adopters*.
- Comisión por intermediación: 5-3% sobre importe bruto negociable.

PLAN DE ACCIÓN OPERATIVA

El plan de acción está enfocado tanto a nivel operativo como de marketing y consta de las siguientes fases:

FASE 1:

Desarrollo e implantación de la aplicación, creación de las bases de datos, conexión e interacción con la información existente en las Smart Cities y Smart Destinations y testeo de la herramienta en fase de pruebas, orientada al uso por parte de los *early adopters*.

Una vez se alcance un nivel de madurez, confiabilidad y seguridad adecuado, se implementará ya de forma oficial en Málaga y Sevilla como programa piloto. Se lanzará la aplicación en las tiendas virtuales de *Android*, *Apple* y en la web en busca de alcanzar una masa crítica tanto de negocios como de usuarios/turistas.

FASE 2:

Desarrollo e implementación en nuevas ciudades, mejorando las funcionalidades de la plataforma existente y dotando de nueva información a la base de datos para el motor de búsqueda optimizado. También, se desarrollarán funciones de inteligencia artificial para la segmentación de clientes y el desarrollo de la lógica de control de ofertas y propuestas personalizadas.

FASE 3:

Implementación de forma masiva en el resto de ciudades, siguiendo el plan estratégico que será adaptable al desarrollo de nuevas Smart Cities o Smart Destinations y enfocado al cumplimiento de objetivos que se definen en el plan. Se realizará un fuerte desembolso en servidores y sistema de *machine learning* para lograr un encaje óptimo de oferta y demanda de experiencias.



PLAN FINANCIERO

Somos una empresa con una alta generación de caja que permite un rápido retorno de la inversión en el Año 3 y una alta rentabilidad económica situada en el 38,7% en el Año 5.

Los factores que permiten este magnífico desempeño son unos ingresos sostenidos gracias a la temprana incorporación de grandes plazas turísticas como Málaga, Sevilla o Barcelona, una baja inversión en activos físicos y una estructuración adecuada del gasto gracias a un elaborado plan de marketing, lanzamiento e implantación.

Todo ello se traduce en una rápida evolución del EBITDA y el Beneficio Neto que alcanzan 1.821.328€ y 1.272.919 € respectivamente y permite una destacada rentabilidad para el accionista ROE en torno a 2,02 euros por euro invertido.

Nuestra ágil plataforma de cobro y optimizadas relaciones con nuestros proveedores, nos permiten disfrutar de óptimas tasas de liquidez y solvencia cuyos valores se sitúan por encima de 1,5.

Estas cifras nos proporcionan la flexibilidad suficiente para recurrir a financiación extra a largo plazo y acometer futuros planes de expansión.

En conclusión, el proyecto de SmartXperience es viable, solvente y rentable desde diferentes puntos de vista; tiene una buena base de ventas y beneficio, una excelente eficiencia en su uso de activo y capital y una rápida recuperación de la inversión. Se trata por tanto de un proyecto con potencial, con la solidez y flexibilidad suficiente para dar pasos a escenarios más ambiciosos.

Cuenta de resultados	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024
Ventas	128.724	621.431	1.267.507	2.169.705	3.291.979
Gastos	249.425	517.630	980.670	1.207.830	1.470.651
EBITDA	-120.701	103.801	286.837	961.875	1.821.328
Beneficio neto	-133.948	58.967	182.061	661.826	1.272.919
Beneficio retenido	-133.948	58.967	114.160	289.807	509.168

Ratios	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024
Margen de ventas	-104,1%	9,5%	14,4%	30,5%	38,7%
Liquidez	6,01	2,89	1,74	1,41	1,49
Solvencia	2,33	2,36	2,01	1,75	1,75
ROE (Return of equity)	-0,45	0,36	0,81	1,95	2,02

CONCLUSIONES

FACTIBLE

- Contamos con una solución tecnológica *plug&play* de las plataformas de SmartCities y SmartDestination de las que obtenemos importantes sinergias.
- El desarrollo a nivel técnico es sencillo y las herramientas de segmentación se apoyan en *machine learning* y conexión móvil.

DESEABLE

- Las encuestas y entrevistas realizadas han validado las hipótesis del modelo; los negocios quieren y pueden ganar visibilidad online, reduciendo costes y mejorando sus resultados gracias a nuestra segmentación personalizada.
- Los usuarios han cambiado sus comportamientos y buscan experiencias únicas y genuinas en los destinos.
- Las Smart Cities buscan la sostenibilidad de las ciudades mediante el desarrollo de los negocios locales.

VIABLE

- Aprovechamos las redes de Smart Cities existentes que nos permite obtener claras sinergias.
- Los indicadores financieros demuestran la viabilidad con un VAN de 722.888,82 € (a 5 años y 19% WACC), un TIRM del 46,8%, un *payback* de 3,5 años y un ROE de 2,02.

ESCALABLE

- SmartXperience es una plataforma digital escalable, mediante un solución *plug and play* para integrar en cualquier Smart City en función del volumen de negocios captado y el tamaño de las bases de datos que se generen.
- La generación de caja que tenemos permite obtener los recursos necesarios para reinvertir en nuevas ciudades sin comprometer la viabilidad del negocio.



Email: hola@smartxperience.com

Móvil: (+34) 600 000 000

www.smartxperience.com