

IDEA

TactilePay es un sistema de pago mediante la huella dactilar a través de un lector biométrico.

Ofrecemos la mejor experiencia de pago a personas y empresas a través de sistemas digitales innovadores, promoviendo un entorno sin efectivo ni tarjeta. Proporcionamos un monedero que siempre esté contigo, con el que disfrutar de cada momento sin tener que llevar la cartera.

Se trata de la forma de pago más ecológica, cómoda, rápida y segura. Elimina los objetos, disfruta de todo sin llevar nada.

El segmento de clientes diferencia entre empresas y usuarios:

Nuestras actividades claves se basan en facilitar a las empresas uno o varios datafonos que permiten cobrar a sus clientes mediante la huella dactilar, agilizando el proceso de cobro y proporcionando estadísticas de consumo, programas de fidelización y ahorro en recursos.

Los usuarios obtendrán de forma gratuita todos los beneficios intrínsecos de pagar con el dedo al registrar sus datos en nuestra App móvil TactilePay. Esta App sirve de canal directo entre las empresas y sus clientes, ofertando dichas empresas descuentos exclusivos y segmentados. Otra funcionalidad serían los tiques online.

En conclusión, nuestro servicio se basa en proporcionar e instalar un TPV (datafono) que permite transformar los dedos de las personas en su monedero virtual; dar una formación e información adicional sobre el uso correcto del producto y un servicio de soporte técnico y atención al cliente adecuado. Conectamos así a personas y empresas a través de programas de descuentos incrementando la fidelización a la vez que evitamos el uso de objetos contaminantes.

EQUIPO

Oscar Gimenez Bonet: es el CTO de la empresa. Lleva más de 13 años trabajando con tecnología biométrica, es fundador de la empresa DAEMEZ SOLUCIONES S.L., partner principal de TactilePay. Ha acompañado este proyecto desde sus inicios demostrando una gran experiencia y conocimiento en computación en la nube, SaaS y desarrollo de software.

Fernando López Zorrilla: estudiante en EUSA, actualmente ejerce a la perfección su labor de desarrollador del software y web y administrando la base de datos. Con mucha ilusión y ganas de aprender lo máximo posible, Fernando muestra una actitud proactiva cada día tocando todos los palos de la empresa y empapándose de todo el conocimiento posible.

Carolina López Burbano: Ingeniero Técnico en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos, especializado en Rigging y Character FX. Premio de Excelencia Académica por la Universidad CEU Cardenal Herrera. Cuenta con una amplia experiencia laboral en diseño gráfico e industrial. En la actualidad es la encargada del diseño del producto en TactilePay.

Álvaro Sánchez-Haro Montero: diseñador multimedia ilusionado con las nuevas tecnologías, destaca por su creatividad y la aportación de conocimientos adquiridos en cursos de diseño de interfaces multimedia y de motion graphics. Es el encargado del diseño de la aplicación comercial y contenido multimedia dirigido a los diferentes targets de la empresa.

Astor Díaz Delgado: apasionado de la comunicación lleva más de una década entre prensa, fotografía y eventos culturales. Experimentado en la Comunicación corporativa y Social Media, ha trabajado en más de 100 festivales a través de La Musicoteca o Hipsterian Circus (CEO de ambas). Actualmente ejerce como director de comunicaciones en TactilePay.

Patricia Sánchez Elices: cofundadora de TactilePay es el motor de la empresa. Su formación en Psicología le hace ser una excelente gestora de actitudes y capacidades del equipo. Premio a la mujer líder en el concurso de ideas de negocio YUZZ del banco Santander, supervisa y motiva cada día logrando sacar la máxima productividad propiciando un ambiente relajado y divertido.

Andrei Emanuel Parv: cofundador y CEO de TactilePay disfruta de amplios conocimientos en el mundo de la administración de empresas gracias a su trayectoria formativa. Con un gran carisma, ha asistido a varios cursos de hablar en público con eficacia y junto a la cofundadora han participado en multitud de experiencias de emprendimiento en diferentes partes del mundo: como el Wanted (espacio RES en Sevilla), Parque Tecnológico de Cancún (México), el Yuzz Santander y actualmente en El AOF (iniciativa de Telefónica y la Junta de Andalucía).

MODELO DE NEGOCIO

Nuestro mercado objetivo está dividido en dos fases o tipos.

Por un lado, tenemos los entornos puntuales (eventos) o habituales (parques de atracciones) que dispongan de caja única y que funcionen mediante un sistema de prepago o a crédito. Sustituimos cualquier tipo de abono físico, por la huella personal e intransferible ahorrando tiempo, dinero y aumentando la sencillez de la gestión.

Estos serán nuestros primeros clientes: algunos ejemplos son los festivales de música, camping, hoteles, cruceros, ferias, congresos o parques de atracciones.

En una segunda fase penetraremos en el sector de las Discotecas y Salas de fiesta y el sector del Retail ofreciendo la huella dactilar como alternativa directa de la tarjeta bancaria. En este sentido uno de los pilares de nuestro proyecto son las entidades o plataformas de pago. Actualmente estamos cerrando un partnership con Comercia Global Payments, una fusión entre La Caixa y Global Payments, para integrarnos con su plataforma de pago Addon Payments. También estamos en contacto con PayTPV, la plataforma de pago del banco Sabadell y por nuestra cuenta estamos trabajando para cumplir en pocos meses con el Estándar de Seguridad de Datos para la Industria de Tarjeta de Pago o PCI DSS.

Nuestros primeros clientes utilizan sistemas menos eficientes, inseguros, caros y contaminantes, como pueden ser las pulseras NFC/RFID o los tokens (monedas propias de cada festival). Cada vez más empresas del sector optan por las pulseras de pago, dados los beneficios que proporcionan con respecto a los tokens; dos ejemplos claros de éxito son las empresas IDASFEST o EasyGoBrand que están teniendo un crecimiento exponencial dedicándose a proveer el pago por pulsera.

Nuestro sistema ofrece la misma propuesta de valor incrementando la seguridad, rapidez de registro, comodidad del usuario, reduciendo la contaminación y proporcionando además un gran ahorro al festival, ya que las pulseras tienen un coste mínimo que ronda los 30 céntimos. En un festival mediano de 50 mil personas, nuestro sistema de pago ahorra como mínimo 15 mil euros.

Nuestro modelo de ingresos se basa en el alquiler de los TPV incluyendo instalación, formación, seguro y soporte. Evidentemente el precio varía según el grado de estrés al que se someten los TPV; podemos medir dicho nivel de estrés según los usuarios registrados o transacciones realizadas en un periodo determinado o acotado de tiempo.

PLAN DE COMUNICACIÓN

Distinguiendo entre empresas y usuarios finales, y teniendo en cuenta que el mercado descrito en la primera fase (festivales, campings, hoteles de lujo y demás) está segmentado en grandes cadenas empresariales que dominan la mayor cuota de mercado, tenemos planteada una comercialización basada en captar a grandes empresas del sector, manteniendo una buena imagen para ampliar cada vez más esta red de contactos.

En el momento actual, es de esta forma como estamos moviendo nuestro producto sin necesidad de una fuerza de ventas, aunque no descartamos dicha opción para la segunda fase de expansión.

La captación de usuarios la hacemos a través de nuestros clientes y con programas de incentivos. Por ejemplo, en los festivales sería el método de pago obligatorio y en Isla Mágica estamos negociando un 10% de descuento en todos los productos al pagar con TactilePay. Además, realizaremos campañas a través de redes sociales ofreciendo descuentos o incluso saldos iniciales al descargar la app y pagar por primera vez.

Una vez cumplamos las PCI DSS, podremos instalar en la web de nuestros clientes el pago por TactilePay, con lo que los usuarios comprarían las entradas y recargarían saldo en su dedo antes del evento, incrementando las ventas prepagadas.

VIABILIDAD

Si echamos una mirada al pasado para observar cómo han evolucionado los métodos de pago desde el trueque hasta el pago por NFC, es lógico pensar en la biometría como el siguiente eslabón en la cadena de los métodos de pago. En TactilePay el pago biométrico es ya una realidad. Imagina desprenderte de cualquier objeto para pagar.

El mercado se muestra prometedor en este sentido. Se pronostica que la industria global de pagos tendrá un valor 2 trillones de dólares en 2020. El fraude y la verificación inadecuada presentan desafíos para las empresas y amenazas para los consumidores. Por eso se prevé que la verificación de identidad crezca a 20 mil millones de dólares para 2022. Además, un estudio de la CEOE publicado en 2019 revela que España es la primera potencia mundial en el sector del ocio nocturno contando con 20 mil millones de euros de facturación y 25 mil empresas.

Traduciendo a euros algunos de los nichos mencionados estamos hablando de las siguientes cifras de negocio en 2018 en el mercado nacional:

- 360 millones de euros en 890 festivales
- 430 millones de euros en 175 Campings de Lujo
- 5.250 millones de euros en 43 Hoteles de Lujo
- 614 millones de euros en 254 parques de atracciones y temáticos
- 1.743 millones de euros en 3443 Discotecas y Salas de fiesta.

Hemos comenzado ya la primera fase de penetración implantando nuestro sistema en la Feria de Abril eliminando los talonarios de tiques y gestionando más de 100.000€ en transacciones. También hemos iniciado conversaciones con el parque de atracciones Isla Mágica para sustituir las pulseras del parque por nuestro método de pago. Además, como prueba del gran éxito en la Feria de Sevilla, hemos sido contratados como sistema de pago oficial en las casetas del Catering Fernando Jiménez. Vislumbramos un largo camino por delante y ya hemos comenzado a andarlo.

Contamos con una visión joven y multidisciplinar, que se gana la experiencia a base de partnariados con grandes empresas del sector. Tenemos la ilusión de llevar lejos una idea con la que vamos a dejar huella.