



Somos la revolución del e-commerce deportivo.

Athlepic es una app móvil con la que los usuarios podrán comprar e informarse sobre todos los productos deportivos que ven en las redes sociales.



El problema

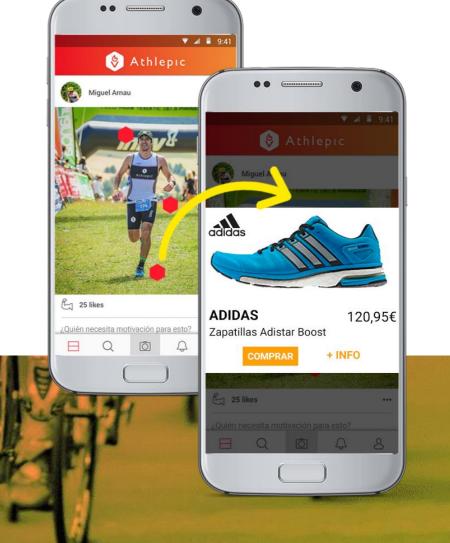
Cuando el usuario ve un producto en las rrrss y le gusta, no hay manera de obtener más información sobre él. Ni siquiera pueden comprarlo de una forma directa. Tiene que preguntar al que ha subido la foto, salir de la red social, abrir otras apps, usar google para buscar, leer la ficha técnica, opiniones, comparar precios...





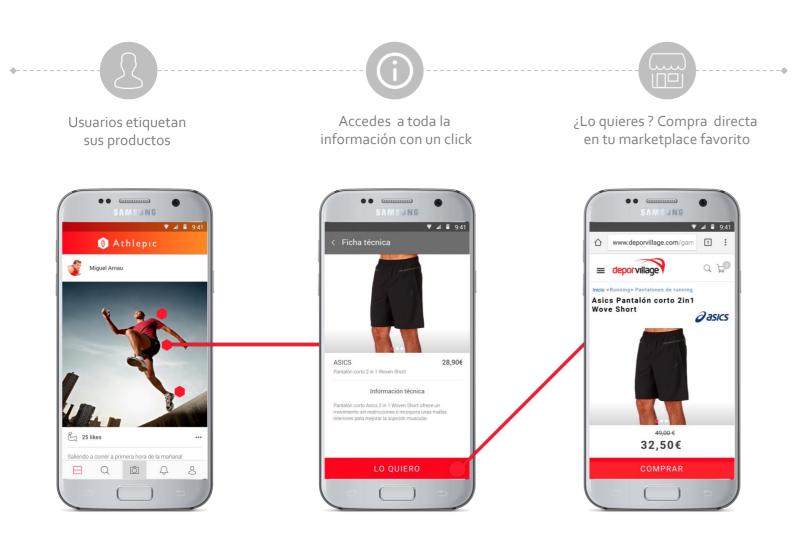
Solución

Con Athlepic, haces click sobre el producto en la misma foto en que lo ves y accedes a **toda la información**: Marca, modelo, precio, ficha técnica, opiniones de usuarios, comparador de precios, e incluso **compra**. De forma **inmediata**.



Cómo funciona

Athlepic es un **generador de leads**. Conectamos a las tiendas y marcas directamente con usuarios interesados





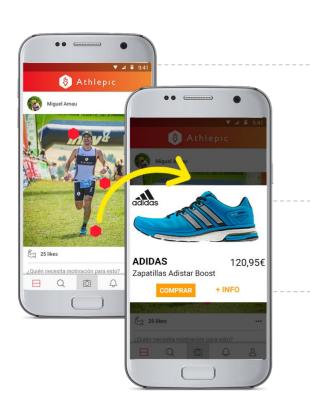


B2C — Tiene 2 productos — B2B



Producto B2C

Los usuarios pueden comprar los productos deportivos que ven en las redes sociales



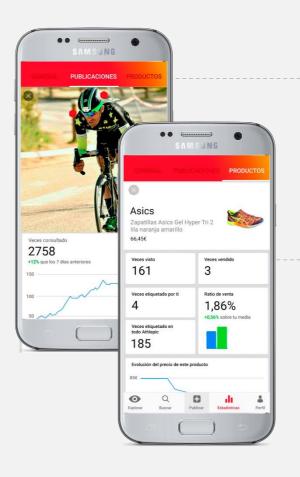
Influencers: Ganan dinero a través de sus fotos

Marcas y tiendas: Aumentan sus ventas online

Usuarios: Compran al mejor precio y de forma cómoda

Producto B2B

Gracias al "Big Data" obtenemos estadísticas relevantes para las marcas respecto a sus productos e influencers



Influencers: mejoran su rendimiento y conocen mejor a sus fans. Consiguen mejores patrocinios

Marcas y tiendas: Conocen el ROI real de sus influencers. Descubren el impacto de sus productos en las redes sociales

Cómo Monetiza (B2C)



Comisión: Por cada venta de producto conseguida, Athlepic se queda con un porcentaje del PVP



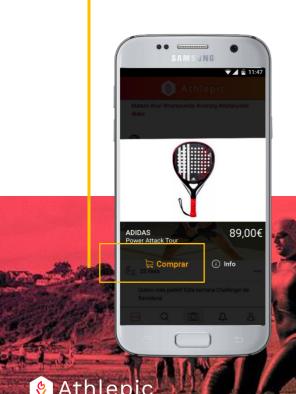
Posicionamiento esponsorizado:

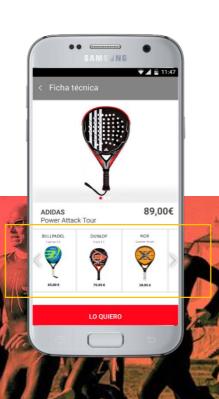
En el comparador de la app, las empresas pueden lanzar campañas de marketing con el objetivo de que sus productos aparezcan sobre los de su competencia

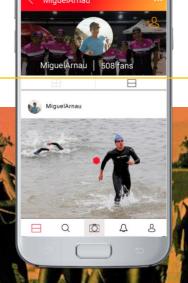


Remarketing hipertargetizado:

Las marcas conectan con los usuarios gracias a las notificaciones push altamente targetizadas, mediante campañas de marketing pagadas







Cómo Monetiza (B2B)

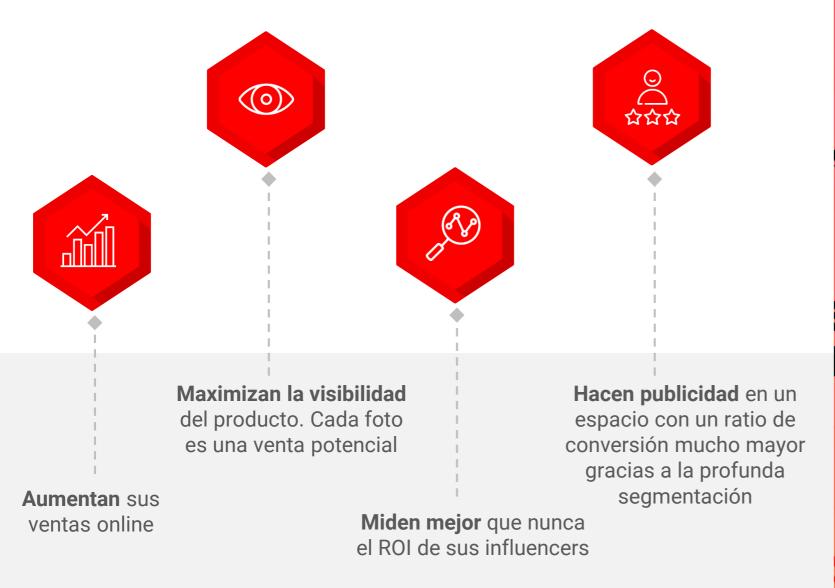


Suscripcion mensual.

Las marcas y tiendas pagan mensualmente por acceder a las métricas de sus productos e influencers en tiempo real

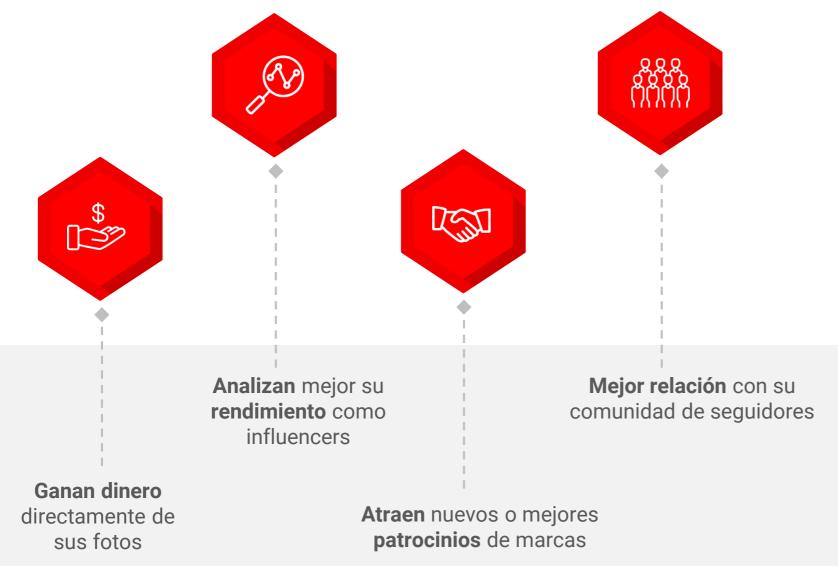


Beneficios para las Marcas y Tiendas



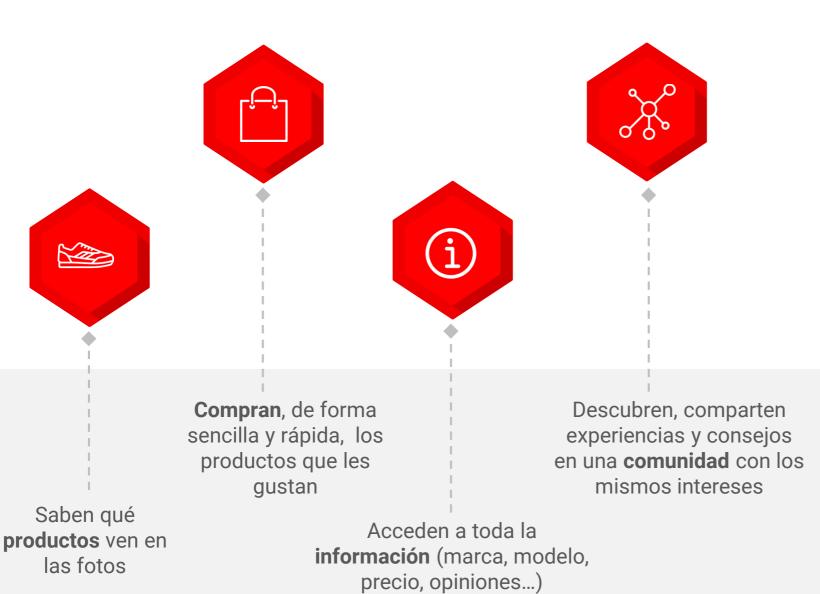


Beneficios para los Influencers



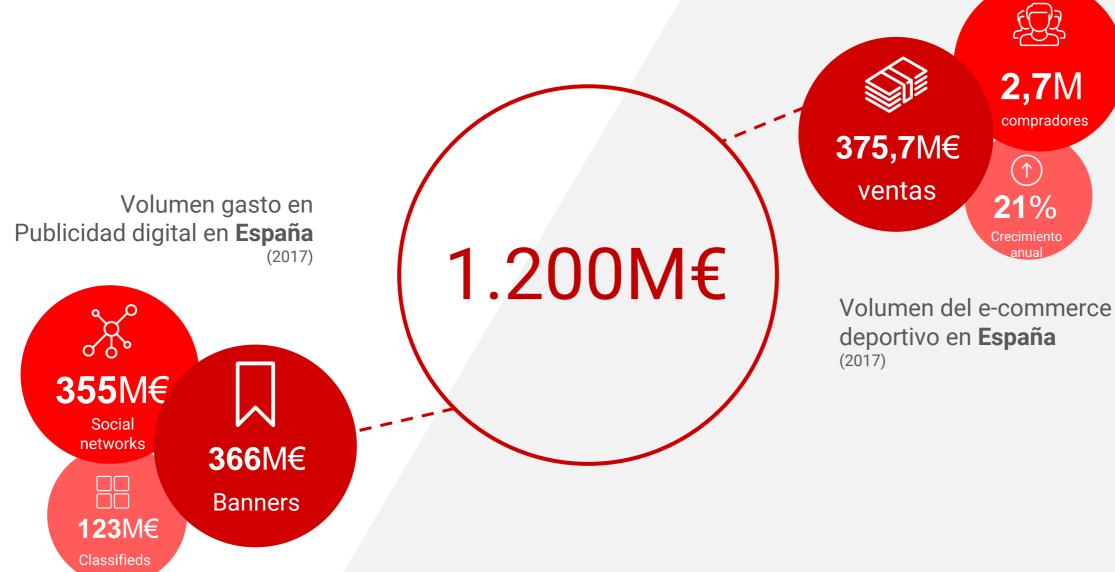


Beneficios para los **Usuarios**



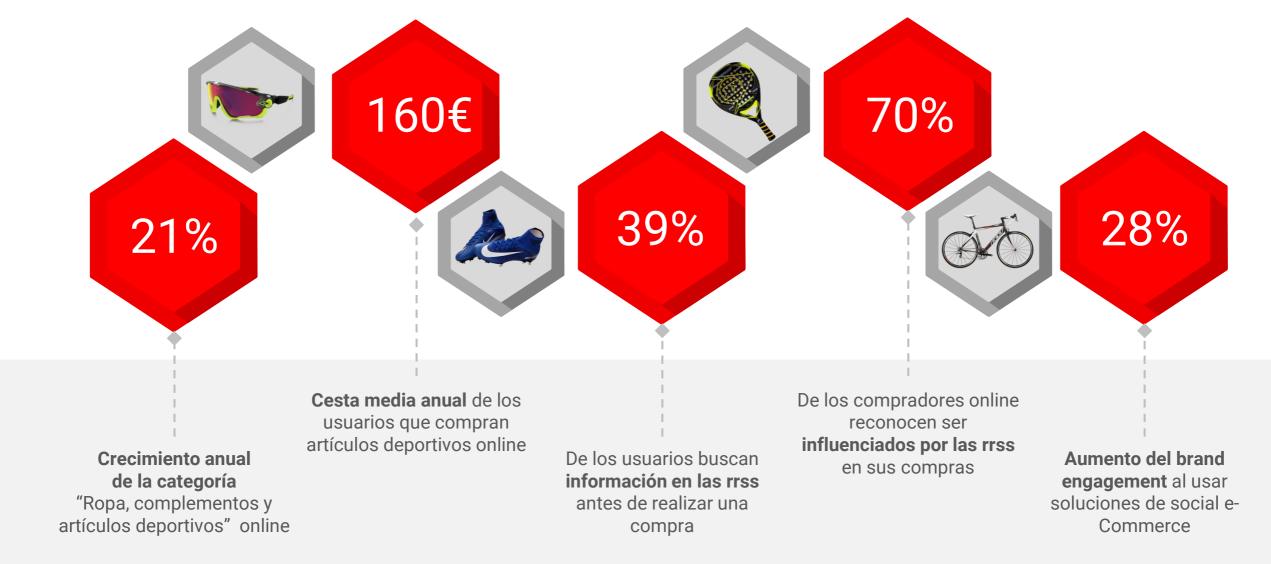


El Mercado **España**





El Mercado **España**





El Mercado Europa

Volumen gasto en Publicidad digital en **Europa**

(Portugal, Italia, Francia y España 2017)



5.600M€



Volumen del e-commerce deportivo en **Europa** (Portugal, Italia, Francia y España, 2017)



El Mercado Latam

Volumen gasto en Publicidad digital en **Latam** (México, Argentina y Brasil, 2017)



3.900M€



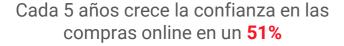
Volumen del e-commerce deportivo en **Latam** (México, Argentina y Brasil, 2017)



Y en el futuro...

El continuo crecimiento del mercado y de la categoría representa una **oportunidad única** para el desarrollo de un **social m-Commerce especializado en deporte**







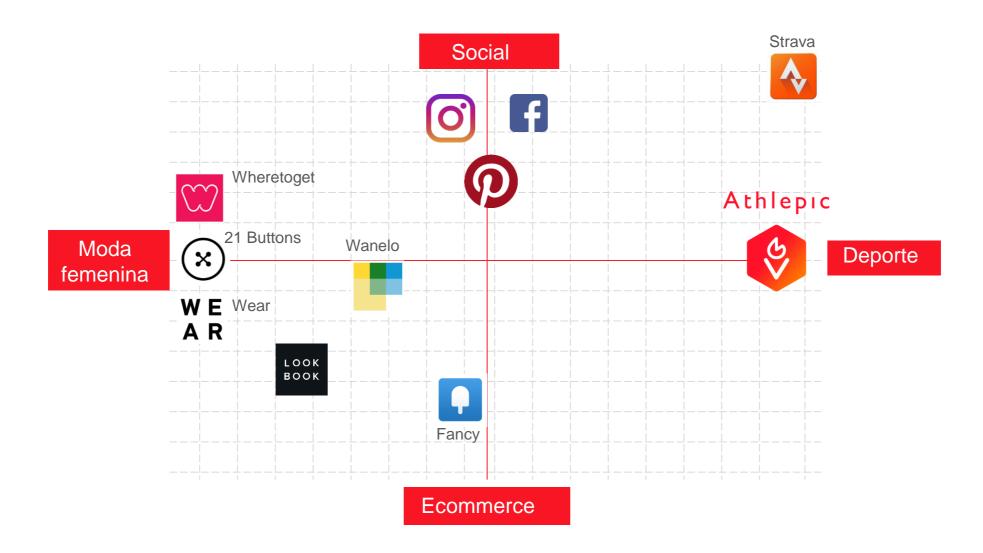
El Crecimiento interanual del volumen de negocio del comercio electrónico en España es del 20%



Los usuarios de rrss compran un **12%** más que la media de usuarios de internet.



Posicionamiento en el mercado (competencia)





Ventajas de Athlepic





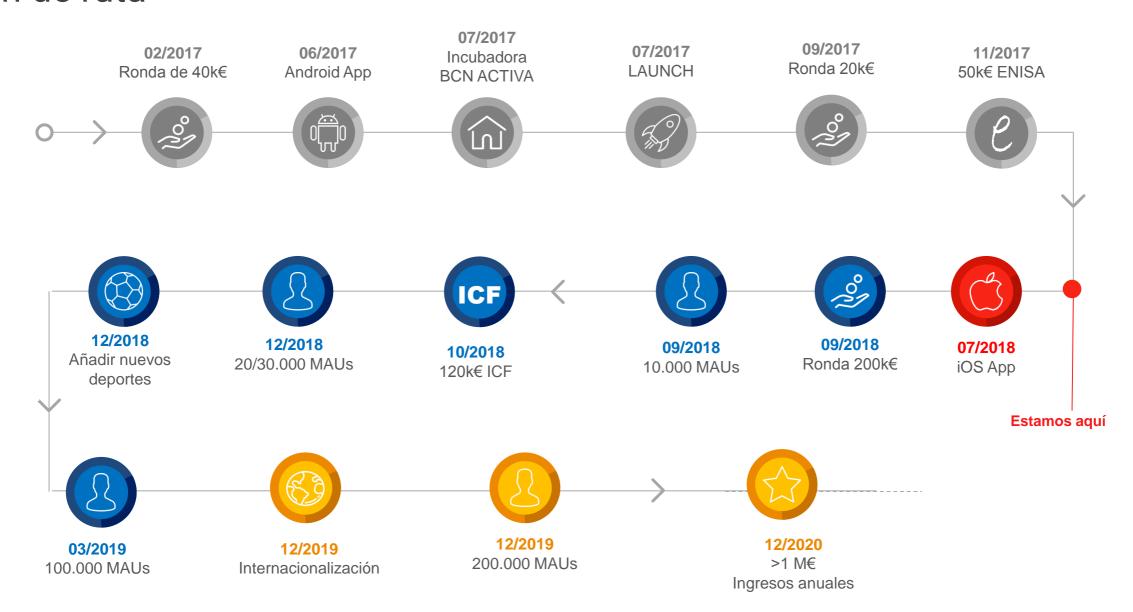
Plan de ruta













Hitos logrados



- App de Android en el mercado
- 2 110.000€ totales de financiación
- Equipo de 8 personas y creciendo
- 4 ENISA conseguido
- Apariciones orgánicas en medios
- incubación en Barcelona Activa
- 7 Primeros acuerdos con marcas
- Presencia en el MWC 2018
- Gran equipo de influencers
- App de iOS en construcción











Guille Marcet | CEO

Especialista en derecho de internet y nuevas tecnologías. Consultor legal para Startups



CREMADES & CALVO-SOTELO

Roger Padrós | CMO

Mkt Manager de Siker Sports. Fundador de Moove Sports Club. Network con marcas y deportistas de élite.





Mario Chueca | CTO

CTO en Zyncfro, Assentia, TVWAN Iberia, BTI group. Experto en método Agile





Clientes





















Pablo Bosch | Comunicación

Comunicación especializada en deporte. Social Media Manager.



COMPRES PORT Run on Clouds.



Olivier Jacob | Advisor

Remarcada experiencia en startups. International Business Developer e Investor







Proyecciones financieras

RESULTADOS

Pérdidas y Ganancias	30/12/2019	30/12/2020	30/12/2021
Ventas	68.501	553.254	1.842.687
Trabajos realizados por la empresa para su activo (I+D)	10.000	30.000	36.000
Gastos de personal	(63.257)	(366.605)	(440.765)
Otros gastos de explotación	(82.520)	(160.122)	(495.790)
Amortización del inmovilizado	(4.527)	(5.840)	(6.405)
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	(71.803)	50.687	935.727
Gastos financieros	(2.241)	(6.615)	(6.099)
B) RESULTADO FINANCIERO	(2.241)	(6.615)	(6.099)
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	(74.045)	44.072	929.628
Impuesto sobre beneficios	11.107	(6.611)	(215.926)
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	(62.938)	37.461	713.702

PAYBACK		RATIO MENSUAL DE SALIDA DE CAJA				
AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 ✓		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		
	Anual	178.848	605.230	1.424.264		
	V	BURN-RATE	14.904	50.436	118.689	



Athlepic en su test real de mercado



1.800 Marcas



1,3 min sesión media



1.000.000 Productos



7 ventas (por valor de 1.130€)



450 Publicaciones



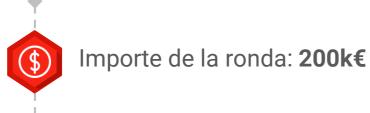
0,5€ CPI



200 Leads

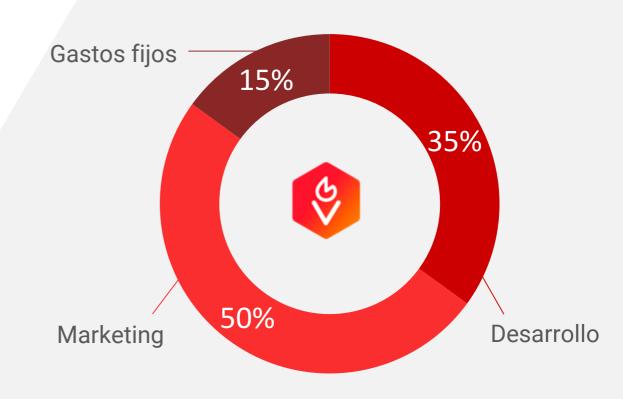
Para que Athlepic sea más fuerte...

Realizamos una ronda de financiación



Valoración premoney: **1M€**

Distribución de los recursos







Hace una semana, pudimos cómo los medios de comunicación del marketing online, se hiceron eco sobre la segunda edición del

parte de nuestra vida diaria ¿Quién imagina hoy un mundo sin un Smartphone conectado a internet

De todos es sabido que Internet y la conectividad hace tiempo que llegaron para quedarse, para ser

Expansión

MERCADOS AHORRO EMPRESAS ECONOMÍA EXPANSIÓN&EMPLEO JURÍDICO TECNOLOGÍA OPINIÓN DIRECTIVOS ECONOMÍA DIGITAL

SPORTRAINING

LAVANGUARDIA | Deportes



Athlepicesuna mezcla entre red

social y comercio

electrónico

Al Minuto Internacional Política

NUFVOS ACTIVOS

deportistas

NICHO DE MERCADO

LA 'START UP' CON SEDE EN BARCELONA, ULTIMA UNA RED SOCIAL ESPECIALIZADA EN DEPORTES OUE TAMBIÉN FUNCIONARÁ COMO UN COMPARADOR DE TIENDAS ONLINE DE MODA DEPORTIVA.

Athlepic aúna la red social con la tienda de deportes

Eric Galián, Barcelona

Athlepic no es una red social al uso ni un marketplace de material deportivo, sino que mezcla los dos conceptos. El proyecto ideado por el emprendedor Guillermo Marcet será lanzado el próximo 14 de julio, después de varios meses de desarrollo. Se trata de una red social inspirada en Instagram y de temática deportiva.

La clave de Athlepic es que los usuarios pueden etiquetar



Athlepic se lanza al mercado del 'e-

La start up española sigue los pasos de 21 buttons y

sale al mercado con el objetivo de enlazar

commerce' al conectar marcas y

productos y atletas.

40.000 eurosy está en plena

ronda para captar 50.000 euros de inversores v business angels. Además ha solicitado un préstamo a Enisa de 75.000 euros.

SOCIOS: El proyecto cuenta con seis socios: Guillermo

ATHLEPIC INTRODUCE EL SOCIAL E-COMMERCE **EN EL DEPORTE**

NOTICIAS / 2 AGOSTO 2017 / O COMENTARIOS



Claves del negocio O Sin medios hablan de Athlepic



Marcet, un dels emprenedors que van participar en el Dia de l'Emprenedor de l'Esport. INDESORT

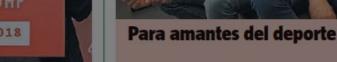




Cinc 'start-ups' per repensar l'esport

tan ajudant a millorar el oportunitats, i l'esport, per la pas- els futbolistes poden entrenar certs rendiment dels atletes, sió que arrossega, pot canviar co- aspectes relacionats amb el futbol que ara disposen de mol-munitats, ja que té una gran capaci-cognitiu, és a dir, amb la presa de de-

"Vivim en un món de reptes i ride realitat virtual a través del qual



Athlepic pone al alcance los artículos de los líderes deportivos Guillermo Marcet vio una fotografía de Kilian Jornet en las redes sociales y quiso comprar sus zapatillas técnicas. "Intenté localizar qué zapatillas eran y después compararlas, pero el proceso fue tan complicado que al final desistí", explica. Fruto de esta experiencia lanzó, junto a cinco socios más, la app Athelip en octubre del 2017. "Somos un e-commerce disfrazado de red social en la que los influencers suben las fotos y etiquetan los compra el producto de su idolo, los influencers y Athlepic se hacen con una comisión por cada venta y las marcas venden más sin hacer nada". Athlepic ha supuesto una inversión inicial de 110.000 euros, y están cerrando una ronda de 200.000 euros.

artículos", explica Marcet. "Es un win-win: el consumidor

+34 697 289 216 gmarcet@athlepic.com

le ha valido a Wisar

s. El último ha sido el

in Hack-D-Gap, otor-

1 la reciente edición

7N, en el Mobile World

ss de Barcelona, Hack-

premios y reconoci-

鵔 Athlepic

www.athlepic.com



