





Triipfy: 
metabuscador
de agentes de viaje.

Triipfy: superagente



- **Antes** [de Triipfy]


El problema:

Coste de oportunidad por excesiva localización en mercados cautivos geográficamente.





Un viaje a la Ciudad de la Luz: París.

- 
- **Después** [de Triipfy]

París para los
más exigentes:
Gastronomía,
Naturaleza, Arte y
Lujo.

 triipfy



Descubre París
a través de las
palabras de sus
grandes
escritores. Sólo
para
bibliófilos.



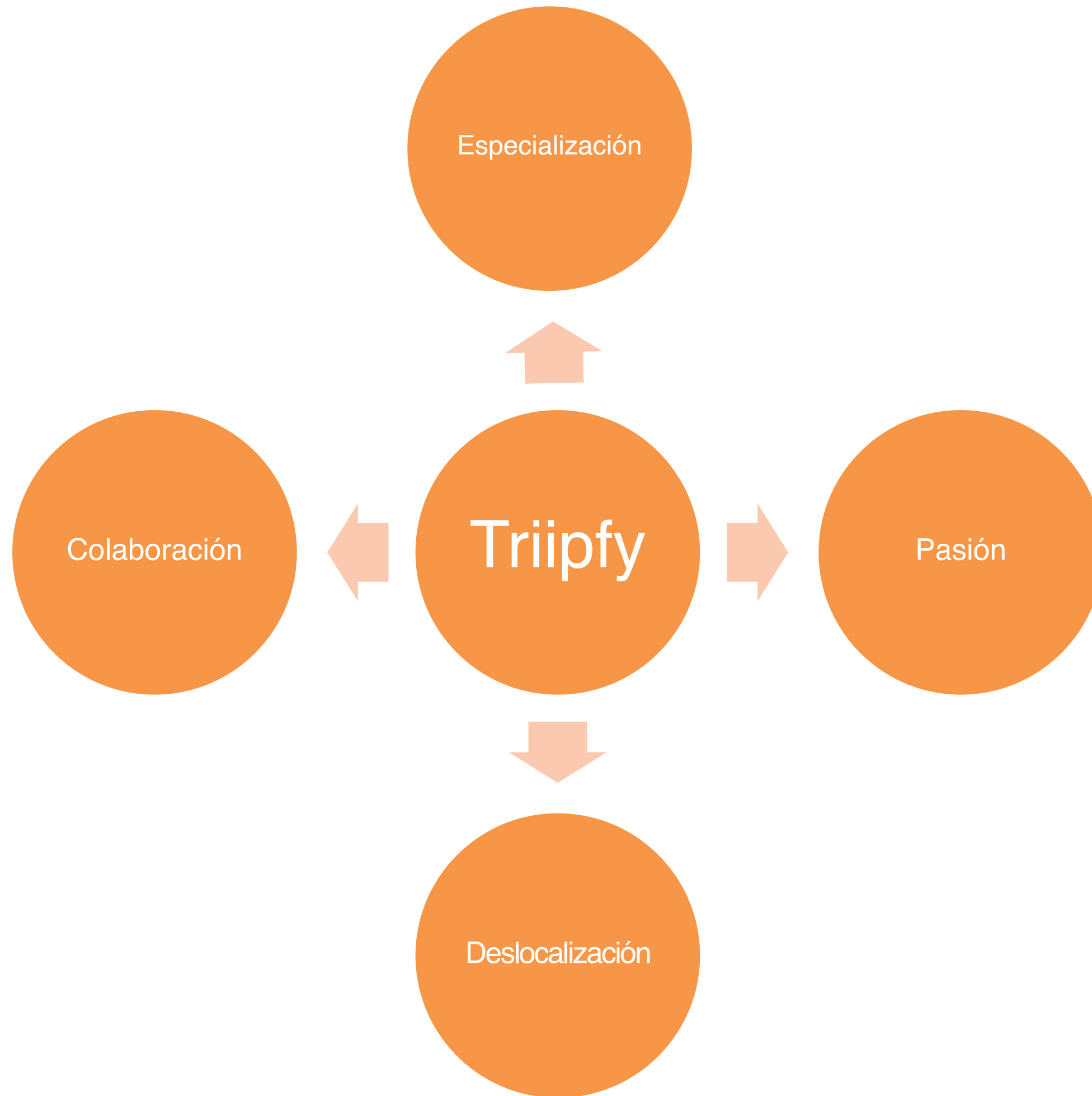
Revive la Revolución Francesa: un viaje educativo a París.





¡Explora **París** con
energía! Aventura y
deporte para
jóvenes viajeros.





71%

de los consumidores
estarían dispuestos a
pagar más por
productos
personalizados
(McKinsey)*

Nonpersonalized communications pose a business risk in a low-loyalty environment.

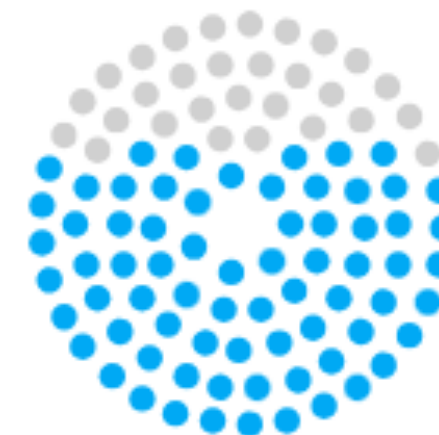
Loyalty is up for grabs...

...and consumers expect personalization from the brands and businesses they choose.



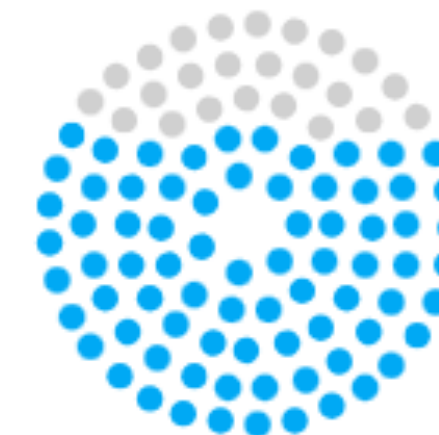
75%

of consumers tried a new shopping behavior during the pandemic¹



71%

of consumers expect personalization²



76%

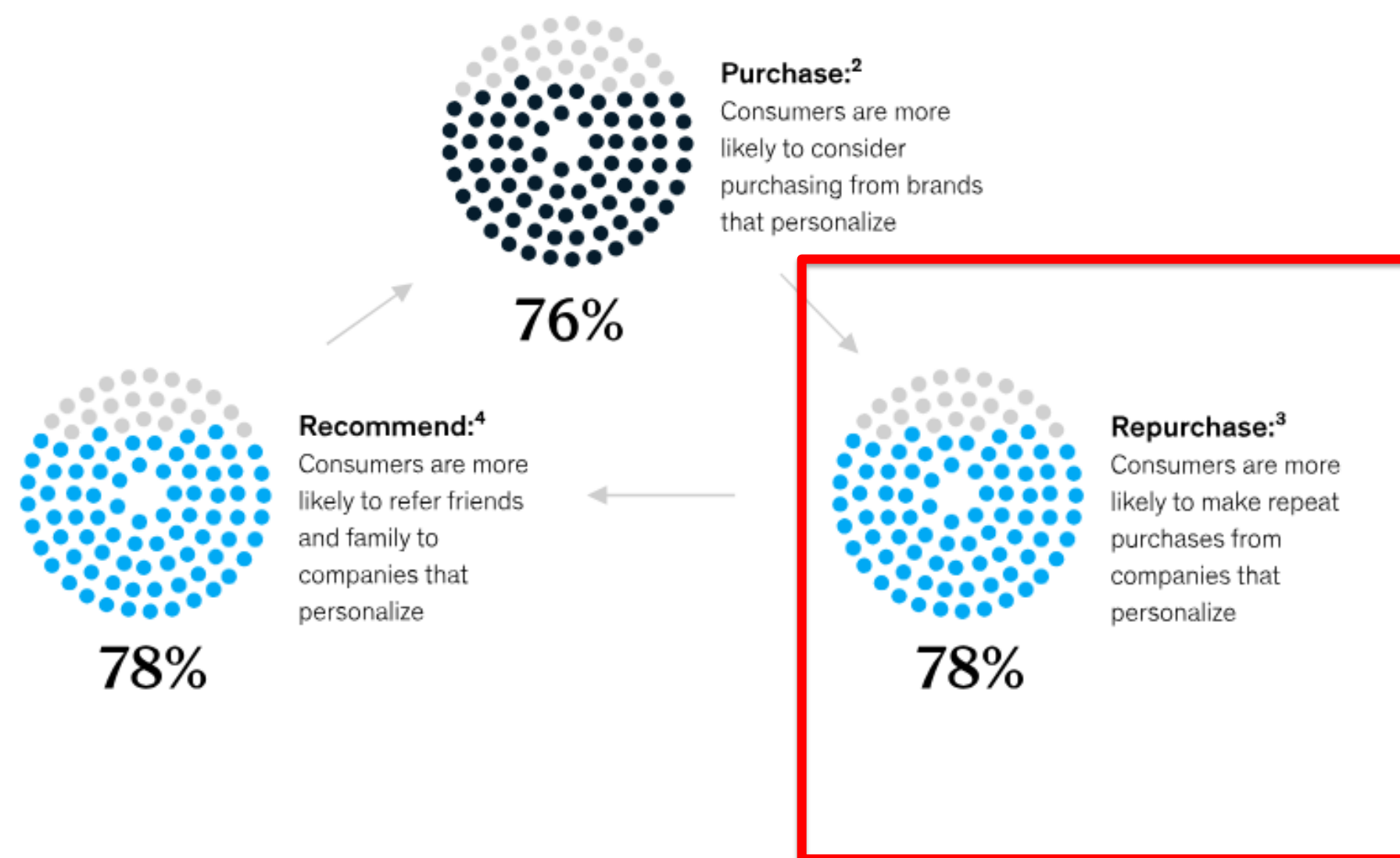
of consumers get frustrated when they don't find it²

*McKinsey: The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying. Nov 2021

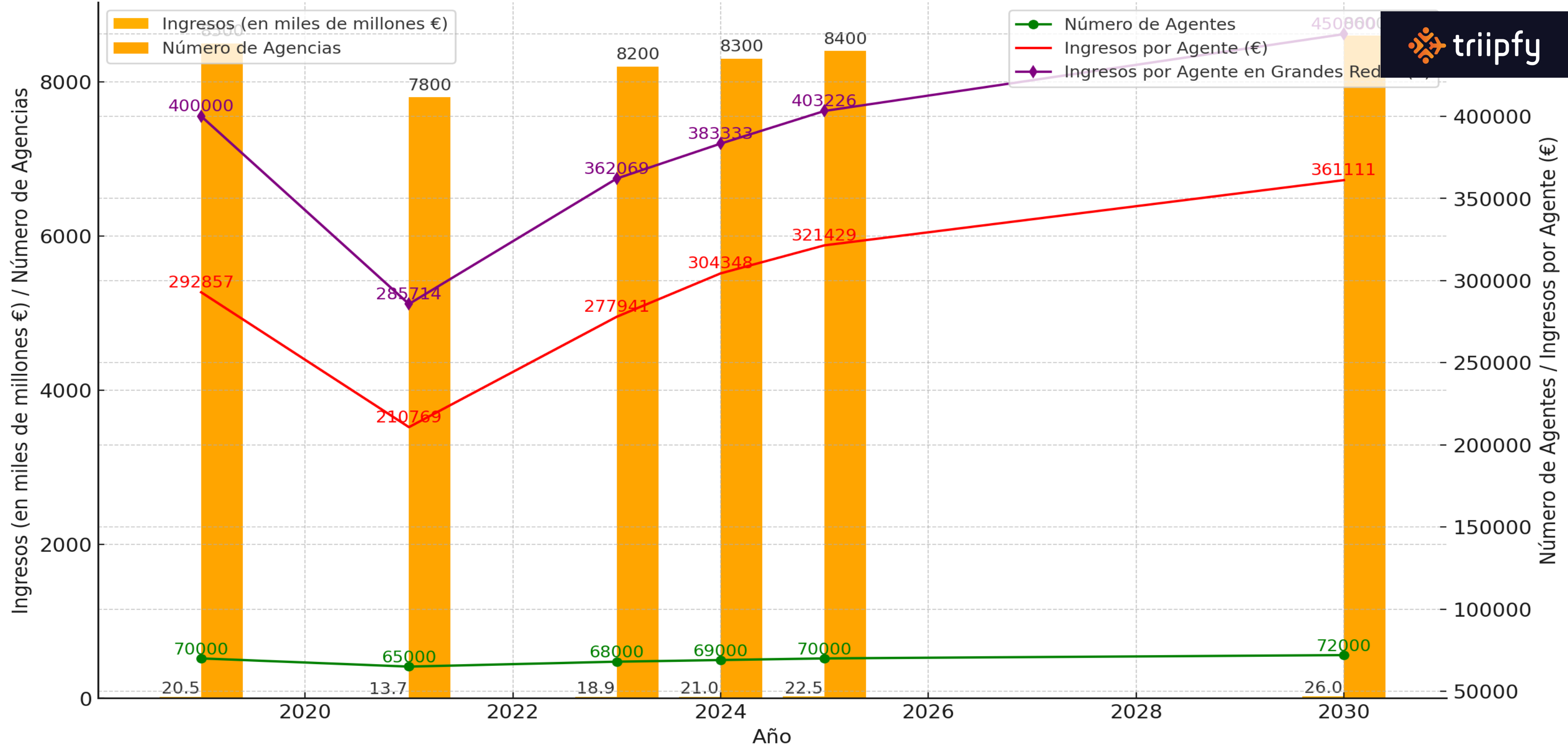
78%

de los consumidores
repetirían la compra de
un producto
personalizado a la
misma empresa
(McKinsey)*

Likelihood to purchase, recommend, and repurchase depending on personalization, % of respondents¹

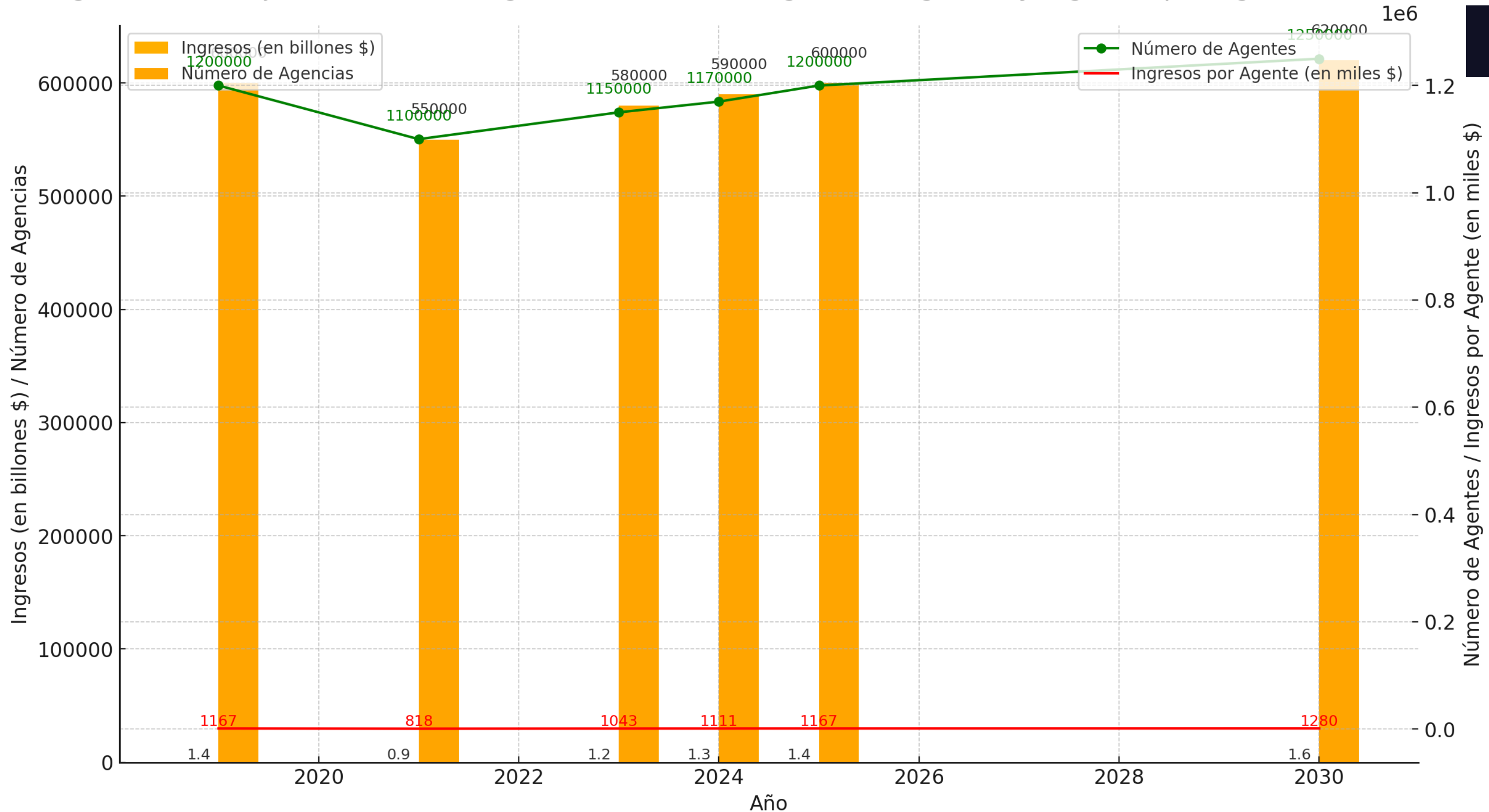


Agencias de Viaje en España: Ingresos, Número de Agencias, Agentes y Ingresos por Agente (2019-2030)



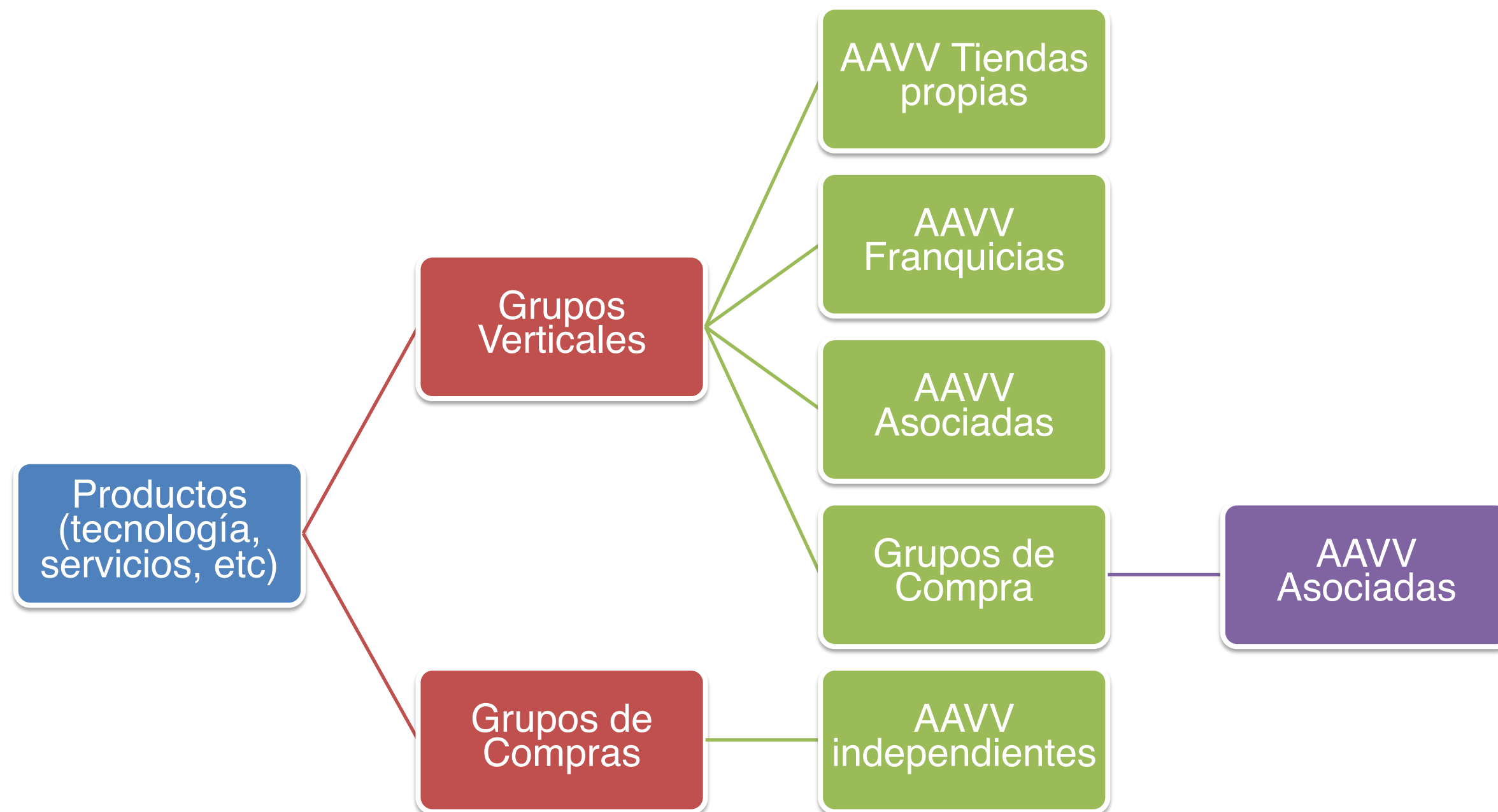
- **Fuentes de Información**:**
- **Instituto Nacional de Estadística (INE)****
 - **Exceltur****
 - **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España****
 - **World Travel & Tourism Council (WTTC)****
 - **Euromonitor International****
 - **Informes y artículos de consultoras especializadas como Deloitte, PwC y McKinsey****
 - **Asociaciones y federaciones del sector turístico****

Agencias de Viaje en el Mundo: Ingresos, Número de Agencias, Agentes y Ingresos por Agente (2019-2030)



****Fuentes de Información**:**
 1. ****World Travel & Tourism Council (WTTTC)****
 2. ****Euromonitor International****
 3. ****Statista****
 4. ****International Air Transport Association (IATA)****
 5. ****Deloitte, PwC, McKinsey****
 6. ****Global Travel & Tourism Industry Reports****

Distribución de los productos para agencias



Nombre Grupo de Gestión	Sede
Airmet	Madrid
Avasa travel Group	Barcelona
ByTour	Madrid
DIT Gestion	San Sebastian
Geomoon (Ávoris)	Palma De Mallorca
GRUPO GEA	Torremolinos
GEBTA (Guild of European Business Travel Agents)	Barcelona
Grupo Europa Viajes (GEV)	L'Hospitalet De Llobregat
Grupo Star Viajes	Madrid
Max Travel Group	Madrid
Nego	Alicante
Team Group Consultors Turistics	Barcelona
Travel Advisors Guild	Barcelona
Traveltool	Palma De Mallorca

Nombre	Enseñas
Ávoris Corporación Empresarial	Halcón Viajes, B travel, Viajes Ecuador, Muchoviaje, Tubillete.com, Catai, Racc Travel, BCD Travel, BCO Congresos, Geomoon, OpTeam, Travelplan, Jolidey, Special Tours, Le Plan&Touring Club, LeSki, Iberrail, Vivatours, Mundosenior, Turismo Social, Welcomebeds, Marsol, Travel.land, Nortravel, Iberojet, Welcome Incoming Services, PlanB, Iberobus
Grupo Viajes El Corte Inglés	Viajes El Corte Inglés, Logitravel, Tourmundial, Club de Vacaciones, Smy Travel, Traveltool
World 2 Meet	Azul Marino-Eroski Viajes, The Sphere, Flowo, Dakari, New Blue, Icarion, Club Marco Polo, Kannak, New Travellers Uppers, W2M Pro, World2Fly, Escape Home, Ho7els
Grupo Wamos	Nautalia Viajes, Wamos Tours, Mapa Tours, Pegatur, Mapaplus, Wamos Circuitos, Wamos Air
Grupo Julià	Julià Travel, Julià Tours, This is Med, City Sailing, Julià Tours & Tickets, City Tour Worldwide, Autocares Julià
Grupo IAG7 Viajes	IAG7 Viajes, Airmet, Viajes Mundirama, Central de Viajes, Click Viaja, 123 Vuela, Viajes Arizona, Corporate Travel Support, Cógelo al Vuelo, BST Events

Modelo de negocio



CARACTERÍSTICAS	FREEMIUM 0€	PROFESSIONAL 35 € MES	PREMIUM 99€ MES
Disponibilidad de uso de la herramienta SaaS de Triipfy	✓	✓	✓
Posibilidad de crear/publicar hasta 3 grupos de viajeros al año sin coste. 1 usuario por agencia	✓	✓	✓
Posibilidad de subir hasta 10 grupos de viajeros al año sin coste. Viajeros por grupo: Ilimitado.	✗	✓	✓
Chat de comunicación con todas las agencias Triipfy Hasta 3 usuarios por agencia	✗	✓	✓
Publicación de ofertas. Acceso a webinar	✗	✓	✓
Servicio de atención al cliente personalizado. Publicación ilimitada de Grupos	✗	✓	✓
7 € mes usuario adicional	✗	✗	✓
	✗	✗	✓

CONDICIONES DE USO:
 Crear/publicar grupos adicionales: 9,95 €
 6% de la cifra de negocio generada

CONDICIONES DE USO:
 5€ Subir un grupo
 4% De la cifra de negocio generada
 10 € mes usuario adicional

CONDICIONES DE USO:
 SIN COSTE subir grupos y 3% de la cifra de negocio generada.

(*) Un grupo está definido para una fecha de tiempo delimitada

Hoja de ruta y recursos necesarios



Q1 2024

Q2 2024

Q3 2024

Q4 2024

Q1 2025

Q2 2025

RONDAS DE INVERSIÓN

Ronda Pre-Semilla

250K€

DESARROLLO DE PRODUCTO

Acuerdo con Grupo GEA

Lanzamiento Triipfy Beta

Triipfy MVP

App iOS/Android

EXPANSIÓN

Expansión Nacional

Expansión Portugal y LATAM

Hoja de ruta y Recursos necesarios



Q3 2025

Q4 2025

Q1 2026

Q2 2026

Q3 2026

Q4 2026

RONDAS DE INVERSIÓN

Semilla

1M€

Ronda B2C

MARKETING DIGITAL

FASE DE LANZAMIENTO

FASE DE EXPANSIÓN B2C

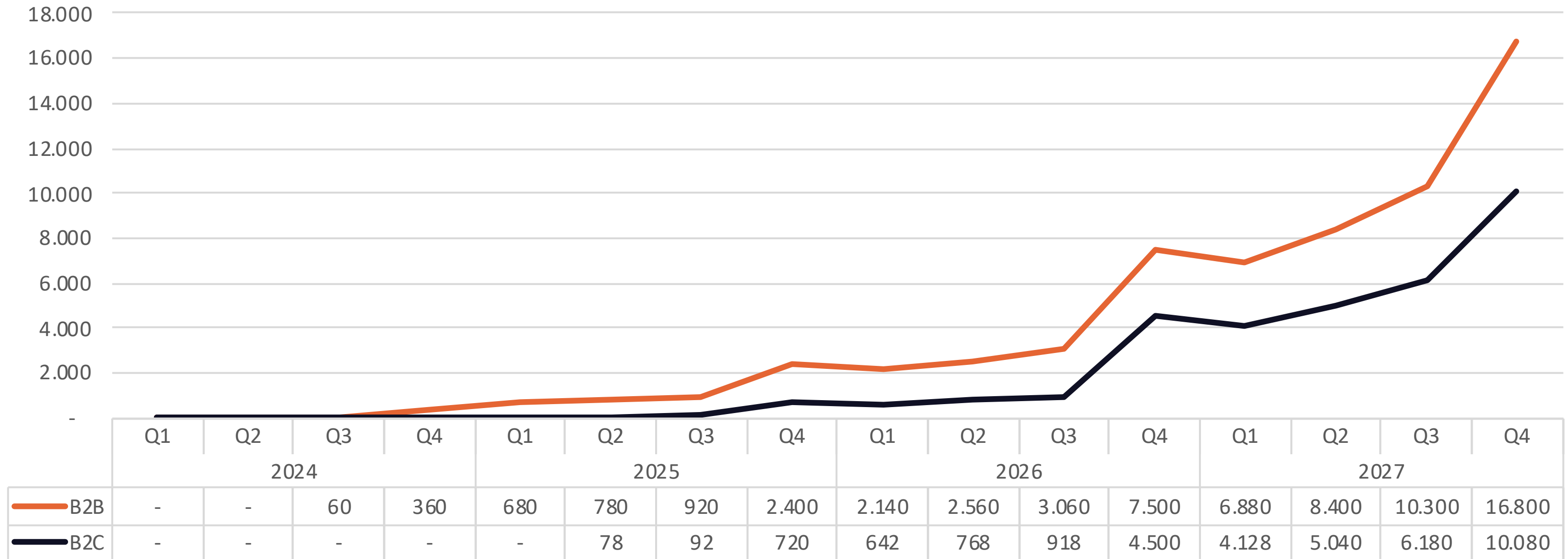
FASE CONSOLIDACIÓN

MARKETING DE AFILIACIÓN

FASE DE DIFUSIÓN

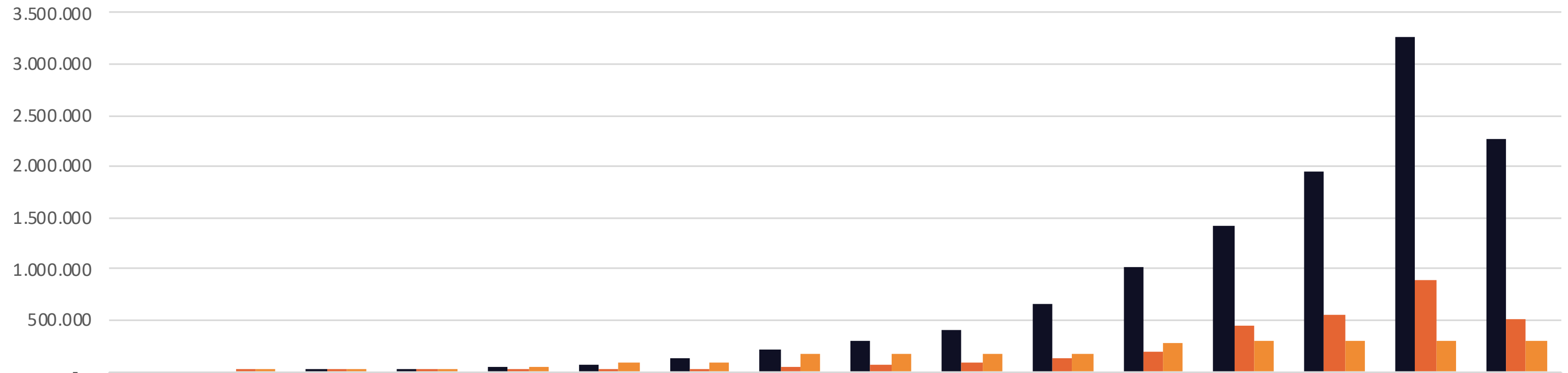
FASE DE EXPANSIÓN

Evolución Venta Viajes



	2024					2025					2026					2027				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Resume	Q1	Q2	Q3	Q4	Resume	Q1	Q2	Q3	Q4	Resume	Q1	Q2	Q3	Q4	Resume
KPIs Clientes																				
B2B																				
Agencias	-	101	104	110	110	116	126	146	172	172	205	244	292	355	355	435	533	653	800	800
Activas	-	-	10	14	14	19	25	29	43	43	51	61	73	107	107	131	160	196	240	240
Viajes Subidos	-	-	20	28	28	38	75	87	172	172	204	244	292	535	535	655	800	980	1.200	1.200
Viajes Vendidos	-	-	60	360	360	680	780	920	2.400	2.400	2.140	2.560	3.060	7.500	7.500	6.880	8.400	10.300	16.800	16.800
B2C																				
Triipers	-	-	-	-	-	-	78	92	720	720	642	768	918	4.500	4.500	4.128	5.040	6.180	10.080	10.080
P&L																				
Importe cifra negocios	-	-	1.800,00	21.600,00	23.400,00	52.200,00	74.640,00	129.600,00	216.480,00	472.920,00	295.200,00	396.060,00	649.440,00	1.011.840,00	2.352.540,00	1.421.040,00	1.951.140,00	3.264.300,00	2.269.200,00	8.905.680,00
% Incremento						58,62%	30,06%	42,41%	40,13%	1921,03%	26,67%	25,47%	39,02%	35,82%	397,45%	28,80%	27,17%	40,23%	-43,85%	278,56%
B2B	-	-	1.800,00	21.600,00	23.400,00	52.200,00	61.200,00	96.000,00	105.600,00	315.000,00	144.000,00	193.200,00	316.800,00	326.400,00	980.400,00	458.400,00	629.400,00	1.053.000,00	732.000,00	2.872.800,00
B2C	-	-	-	-	-	-	13.440,00	33.600,00	110.880,00	157.920,00	151.200,00	202.860,00	332.640,00	685.440,00	1.372.140,00	962.640,00	1.321.740,00	2.211.300,00	1.537.200,00	6.032.880,00
MARGEN BRUTO	-	-	1.800,00	21.600,00	23.400,00	52.200,00	74.640,00	129.600,00	216.480,00	472.920,00	295.200,00	396.060,00	649.440,00	1.011.840,00	2.352.540,00	1.421.040,00	1.951.140,00	3.264.300,00	2.269.200,00	8.905.680,00
Costes de estructura	-	(500,10)	(1.901,25)	(2.703,24)	(5.104,59)	(4.203,42)	(12.263,66)	(17.389,74)	(38.913,09)	(72.769,91)	(65.603,40)	(84.166,29)	(120.202,62)	(181.439,55)	(451.411,86)	(448.609,70)	(545.641,32)	(895.082,79)	(512.108,61)	(2.401.442,42)
% s./ ventas	0,00%	0,00%	-105,62%	-12,52%	-21,81%	-8,05%	-16,43%	-13,42%	-17,98%	-15,39%	-22,22%	-21,25%	-18,51%	-17,93%	-19,19%	-31,57%	-27,97%	-27,42%	-22,57%	-26,97%
Marketing	-	-	-	-	-	(1.500,00)	(4.655,00)	(7.325,00)	(18.016,80)	(31.496,80)	(44.542,80)	(54.087,60)	(90.082,80)	(143.713,80)	(332.427,00)	(402.798,00)	(495.718,80)	(844.896,00)	(462.102,00)	(2.205.514,80)
Servidores	-	(400,10)	(1.601,25)	(2.403,24)	(4.404,59)	(2.403,42)	(2.808,66)	(3.014,74)	(3.646,29)	(11.873,11)	(3.660,60)	(3.678,69)	(3.719,82)	(3.825,75)	(14.884,86)	(3.911,70)	(4.022,52)	(4.286,79)	(4.106,61)	(16.327,62)
Administración	-	(100,00)	(300,00)	(300,00)	(700,00)	(300,00)	(2.800,00)	(4.050,00)	(8.250,00)	(15.400,00)	(8.400,00)	(8.400,00)	(8.400,00)	(15.900,00)	(41.100,00)	(15.900,00)	(15.900,00)	(15.900,00)	(15.900,00)	(63.600,00)
Otros gastos	-	-	-	-	-	-	(2.000,00)	(3.000,00)	(9.000,00)	(14.000,00)	(9.000,00)	(18.000,00)	(18.000,00)	(18.000,00)	(63.000,00)	(26.000,00)	(30.000,00)	(30.000,00)	(30.000,00)	(116.000,00)
Personal	-	(3.750,00)	(17.125,00)	(28.875,00)	(49.750,00)	(46.875,00)	(76.375,00)	(91.125,00)	(161.250,00)	(375.625,00)	(161.250,00)	(161.250,00)	(161.250,00)	(271.500,00)	(755.250,00)	(301.875,00)	(301.875,00)	(301.875,00)	(301.875,00)	(1.207.500,00)
% s./ ventas	0,00%	0,00%	-951,39%	-133,68%	-212,61%	-89,80%	-102,32%	-70,31%	-74,49%	-79,43%	-54,62%	-40,71%	-24,83%	-26,83%	-32,10%	-21,24%	-15,47%	-9,25%	-13,30%	-13,56%
Administración	-	-	(1.875,00)	(5.625,00)	(7.500,00)	(5.625,00)	(22.625,00)	(31.125,00)	(63.375,00)	(122.750,00)	(63.375,00)	(63.375,00)	(63.375,00)	(131.250,00)	(321.375,00)	(131.250,00)	(131.250,00)	(131.250,00)	(131.250,00)	(525.000,00)
Marketing	-	(3.750,00)	(11.500,00)	(12.000,00)	(27.250,00)	(23.250,00)	(28.250,00)	(30.750,00)	(60.375,00)	(142.625,00)	(60.375,00)	(60.375,00)	(60.375,00)	(99.000,00)	(280.125,00)	(111.000,00)	(111.000,00)	(111.000,00)	(111.000,00)	(444.000,00)
Tecnología	-	-	(3.750,00)	(11.250,00)	(15.000,00)	(18.000,00)	(25.500,00)	(29.250,00)	(37.500,00)	(110.250,00)	(37.500,00)	(37.500,00)	(37.500,00)	(41.250,00)	(153.750,00)	(59.625,00)	(59.625,00)	(59.625,00)	(59.625,00)	(238.500,00)
EBITDA	-	(4.250,10)	(17.226,25)	(9.978,24)	(31.454,59)	1.121,58	(13.998,66)	21.085,26	16.316,91	24.525,09	68.346,60	150.643,71	367.987,38	558.900,45	1.145.878,14	670.555,30	1.103.623,68	2.067.342,21	1.455.216,39	5.296.737,58
% s./ ventas	0,00%	0,00%	-957,01%	-46,20%	-134,42%	2,15%	-18,75%	16,27%	7,54%	5,19%	23,15%	38,04%	56,66%	55,24%	48,71%	47,19%	56,56%	63,33%	64,13%	59,48%
Amortización	-	-	(290,00)	(1.703,33)	(1.993,33)	(4.073,33)	(5.400,00)	(5.480,00)	(6.080,00)	(21.033,33)	(6.080,00)	(6.080,00)	(6.080,00)	(6.800,00)	(25.040,00)	(7.040,00)	(7.040,00)	(7.040,00)	(7.040,00)	(28.160,00)
EBIT	-	(4.250,10)	(17.516,25)	(11.681,57)	(33.447,92)	(2.951,75)	(19.398,66)	15.605,26	10.236,91	3.491,76	62.266,60	144.563,71	361.907,38	552.100,45	1.120.838,14	663.515,30	1.096.583,68	2.060.302,21	1.448.176,39	5.268.577,58
% s./ ventas	0,00%	0,00%	-973,12%	-54,08%	-142,94%	-5,65%	-25,99%	12,04%	4,73%	0,74%	21,09%	36,50%	55,73%	54,56%	47,64%	46,69%	56,20%	63,12%	63,82%	59,16%
Intereses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RESULTADO NETO	-	(4.250,10)	(17.516,25)	(11.681,57)	(33.447,92)	(2.951,75)	(19.398,66)	15.605,26	10.236,91	3.491,76	62.266,60	144.563,71	361.907,38	552.100,45	1.120.838,14	663.515,30	1.096.583,68	2.060.302,21	1.448.176,39	5.268.577,58
% s./ ventas	0,00%	0,00%	-973,12%	-54,08%	-142,94%	-5,65%	-25,99%	12,04%	4,73%	0,74%	21,09%	36,50%	55,73%	54,56%	47,64%	46,69%	56,20%	63,12%	63,82%	59,16%
CAPEX																				
Outsourcing Tech	-	-	(18.150,00)	(60.500,00)	(78.650,00)	(42.350,00)	-	-	-	(42.350,00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EPI's	-	-	(2.904,00)	-	(2.904,00)	(2.904,00)	(5.808,00)	-	(14.520,00)	(23.232,00)	-	-	-	(17.424,00)	(17.424,00)	(5.808,00)	-	-	-	(5.808,00)

Principales KPI's



	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
	2024				2025				2026				2027			
■ Importe cifra negocios	-	-	1.800	21.600	52.200	74.640	129.600	216.480	295.200	396.060	649.440	1.011.840	1.421.040	1.951.140	3.264.300	2.269.200
■ Costes de estructura	-	500	1.901	2.703	4.203	12.264	17.390	38.913	65.603	84.166	120.203	181.440	448.610	545.641	895.083	512.109
■ Personal	-	3.750	17.125	28.875	46.875	76.375	91.125	161.250	161.250	161.250	161.250	271.500	301.875	301.875	301.875	301.875

Equipo directivo



Antonio Lamadrid

CEO

+35 años de experiencia: CEO en empresa Agroalimentaria, CEO en Franquicia de **Marketing Digital**, Dirección Comercial y Marketing en empresas líderes en España. Emprendedor, comunicador y consultor de RRHH habiendo trabajado para más de 300 empresas en los últimos 17 años.



Fernando Martos

CTO

+15 años de experiencia en el sector IT en puestos en empresas como Accenture, Aeron Bank, Admiral Group o Europe Pantent Organization.
Experto en Big Data, gran conocedor del sector turístico.



Ricardo Martínez de Dios

Founder

+20 años de experiencia en el sector ocupando puestos directivos en empresas como **Halcón Viajes o Globalia**.
Experto en gestión de equipos, gran conocedor del sector turístico especializado en la personalización de viajes.



Agustín Román

Dirección Comercial

+20 años de experiencia en la industria Traveltech con puestos de responsabilidad en Amadeus, Forwardkeys y Lleego,
Experto en ventas, desarrollo de negocio y transformación digital para el sector de las agencias de viaje

Asesores



Francisco Espinosa

Cofundador & inversor CEO & fundador INNVENTUUR

Francisco es el fundador y CEO de INNVENTUUR, así como fundador y presidente de Uppery Club. Además, es un inversor serial, teniendo más de 30 startups en su cartera y participando en el Consejo Asesor de más de 20 empresas. Es miembro de Málaga Business Angels, Marbella Tech Angels y Global Super Angels.



Marco Scaglione

Business Angel

+10 años de experiencia como Co-Fundador de startups en Italia, responsable del desarrollo de negocio consumo de Lenovo por el mercado de Rusia-EECA. Políglota, inversor en serie entre Europa y Asia, miembro del advisory board de empresas en España.



Marco Andresen

Global COO LENOVO IDG

Marco es el director de operaciones global de Lenovo IDG y uno de los nombres más conocidos en el mundo de la tecnología. Anteriormente fue Vicepresidente EMEA de Acer, además de haber trabajado para otras empresas en este campo de las Tecnologías de la Información como HP e IBM. Además, es asesor de algunas startups europeas y se graduó en Bocconi.

Aviso legal.



Este documento contiene información general sobre Triipfy S.L. La información contenida en este documento está incompleta y está sujeta a actualizaciones, revisión, verificación y enmienda. Este documento no constituye, ni forma parte de, ninguna oferta para invertir en Triipfy S.L., ni (o parte de él) ni el hecho de su distribución forman la base, ni se puede confiar en él, ni actuar como un incentivo para celebrar cualquier contrato o compromiso de cualquier tipo. Los destinatarios de este documento que estén considerando suscribirse a la Compañía deben recordar que dicha suscripción debe realizarse únicamente sobre la base de la información contenida en el documento de oferta formal relacionado con la compañía, que puede ser diferente de la información contenida en este documento.

Tenga en cuenta que su capital está en riesgo y su inversión puede bajar o subir de valor. La confianza en este documento con el fin de participar en cualquier actividad de inversión puede exponer a una persona a un riesgo significativo de perder todas las propiedades y otros activos invertidos.

