

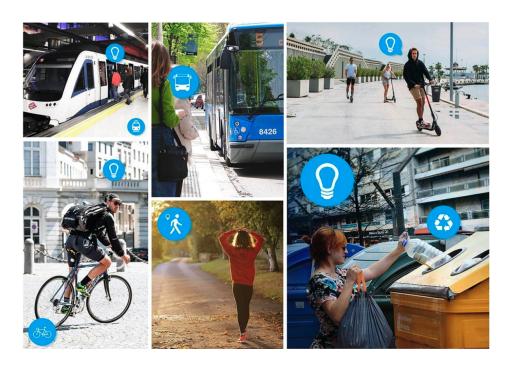
1. Presentación de la empresa

La contaminación atmosférica contribuye a la muerte prematura de 790.000 europeos cada año. Mientras muchos se sienten impotentes ante el cambio climático, Santi fundador de Liight decidió aprovechar su pasión por la tecnología, la naturaleza y el espíritu empresarial para luchar contra el cambio climático. Junto con su amigo Carlos aunaron fuerzas y compartieron sus valores, habilidades creativas y técnicas, así como su compromiso de trabajar duro han convertido a Liight en lo que es hoy.

Liight es una aplicación cuya misión es **incentivar a sus usuarios para que sean más sostenibles en su día a día** a través de la gamificación, los mecanismos de smart-city y la inteligencia artificial. Incentivamos la participación ciudadana, aprovechando el poder de las personas para impulsar la lucha contra el cambio climático.

Ayudamos a los usuarios a adoptar hábitos de vida más sostenibles mediante el despliegue de mecanismos de gamificación. Es por eso que los usuarios son recompensados con "Liights", una moneda virtual dentro de la aplicación que se relaciona con el CO₂ que lo usuarios ahorran cuando cuando caminan, van en bicicleta, usan el transporte público y reciclan.

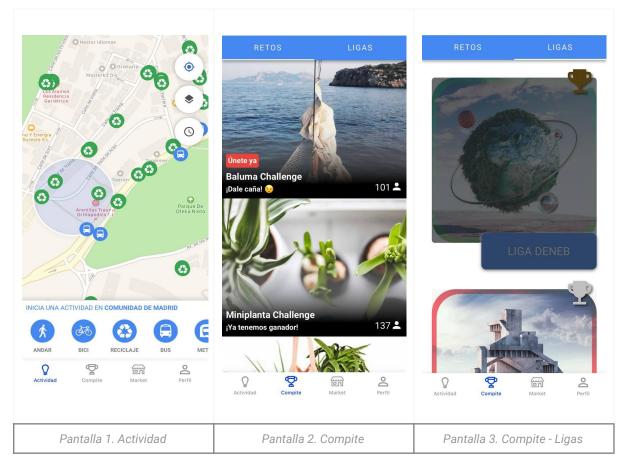
Nuestros usuarios se sienten motivados al intercambiar sus Liights por recompensas y premios relacionados con la moda y la alimentación sostenible, la movilidad ecológica y la vida en la ciudad, así como compitiendo en las clasificaciones de los retos y las ligas de nivelación. Esto, además de incentivar a las personas hace que el consumo sostenible sea más accesible para los usuarios y apoya a otros negocios sostenibles en sus esfuerzos medioambientales.





2. Descripción de la actividad, descripción del producto/ servicio ofrecido

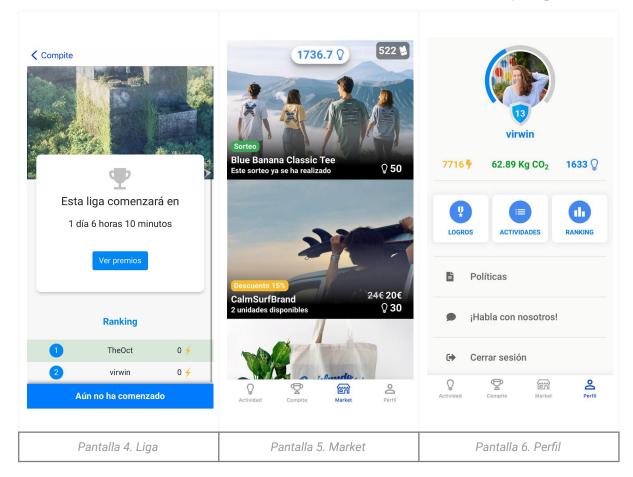
Liight es una aplicación que recompensa a los usuarios por sus actividades sostenibles, a través de una moneda virtual "Liight" que pueden intercambiar por recompensas y premios.



En la *Pantalla.1* vemos las actividades que pueden realizar los usuarios, que se dividen en dos grandes bloques: actividades de movilidad física (andar, correr o usar la bicicleta) y las actividades de movilidad sostenible (uso de autobuses, metro, cercanías) además de la actividad del reciclaje. Todas estas actividades suman puntos de cara a poder canjearlas por recompensas.

Los usuarios de la aplicación, tal y como se muestra en la *Pantalla.2*, pueden también competir en retos propuesto por nuestras marcas colaboradoras. En ellos podrán conseguir recompensas específicas. Dentro de este apartado, encontramos las "Ligas", *Pantalla.3*. En ellas *Pantalla.4*, los usuarios compiten contra aquellos usuarios que están a su mismo nivel, pudiendo ascender y conseguir mejores recompensas en ligas superiores solo con hacer un poco más de las actividades a las que están acostumbrados.





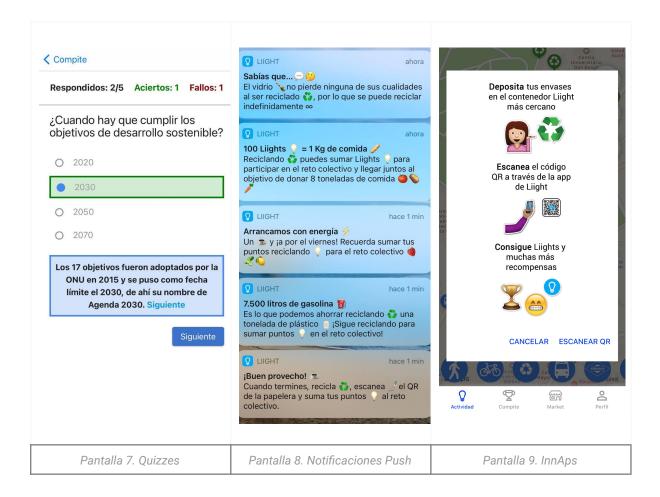
En el market, *Pantalla.5*, los usuarios podrán intercambiar sus "Liights" por recompensas y premios relacionados con la moda sostenible, complementos ecológicos y actividades de ocio en la ciudad.

Por último en la Pantalla.6 "Mi perfil"encontraremos un resumen de los Liights conseguidos, los kilogramos de CO_2 que llevamos ahorrados, sus logros y un registro de las actividades que hemos realizado así como nuestro puesto en el ranking con respecto a la comunidad de Liight.

Nuestra herramienta está basada en mecánicas de gamificación. Por ello le damos mucha importancia a la comunicación que hacemos con nuestros usuarios de cara a que sea atractiva e informativa. Utilizamos como recurso los Quizzes, *Pantalla.7*, como una forma de conocer algo nuevo y relacionado con el medioambiente sobre una marca, empresa o solo contenido didáctico; pero también como una forma de validar los aprendizajes que se hagan a través de la app. Cada pregunta además de validar si es correcta e incorrecta viene con un resumen de los puntos clave sobre la pregunta para afianzar el aprendizaje.

En cuanto a comunicaciones a través de la app, usamos tanto notificaciones push, *Pantalla.8* y *Pantalla.9*, cómo un método de mantener al usuario activo, guiarle y animar a que continúe con su actividad tanto dentro como fuera de la app.





La actividad realizada por Liight a través de su aplicación alinea los intereses y necesidades de cuatro segmentos para darles respuesta de manera recíproca. Por un lado, los ciudadanos (nuestros usuarios) tienen disponible una plataforma en la que pueden conseguir recompensas por realizar actividades sostenibles. Por otro lado, las marcas cuentan con un canal de promoción y venta en el que pueden ofrecer sus productos y servicios de forma hipersegmentada, mejorando, además, sus ratios de conversión y su imagen de marca en cuanto a sostenibilidad e impacto contra el cambio climático. Además, hemos desarrollado un paquete corporativo Liight para que las empresas reduzcan su CO₂, con evidencia de esta reducción. En cuanto al cuatro beneficiario, serían las propias ciudades a través de instituciones como Ayuntamientos, servicios de gestión, transporte, etc., logrando reducir la contaminación y, a la larga, optimizar también recursos y redes mediante los datos recogidos y tratados. En resumen, Liight es una solución que actúa como catalizador para acelerar el progreso en la acción por el clima a través de recompensas en vez de castigos.

Para dar respuesta a los 4 segmentos mencionados, actualmente, la actividad de Liight se realiza a través de dos modelos de negocio validados, que se presentan a continuación:

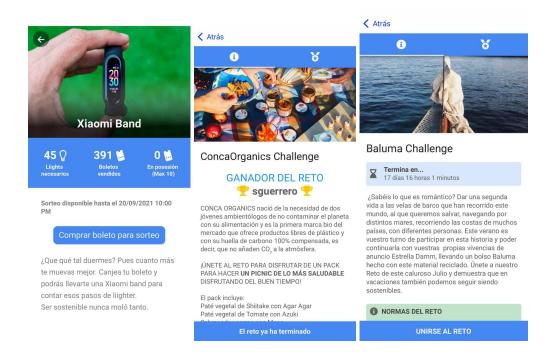


Modelo Community

El modelo Community está pensado para premiar a los habitantes de las ciudades con el objetivo de que adopten hábitos de movilidad sostenible y reciclaje.

A través de Liight Community incentivamos a los jóvenes a ser más sostenibles mediante el refuerzo positivo en forma de recompensas, la concienciación sobre el cambio climático, las marcas conscientes y los beneficios de la mejora de los hábitos.

A nivel estratégico, este modelo Community es el que nos parece más escalable y atractivo, sin embargo, es un modelo basado en branding, patrocinios, comisión por recompensa y data mining, por lo que se necesita un gran volumen de usuarios, lo que requiere una gran inversión inicial.

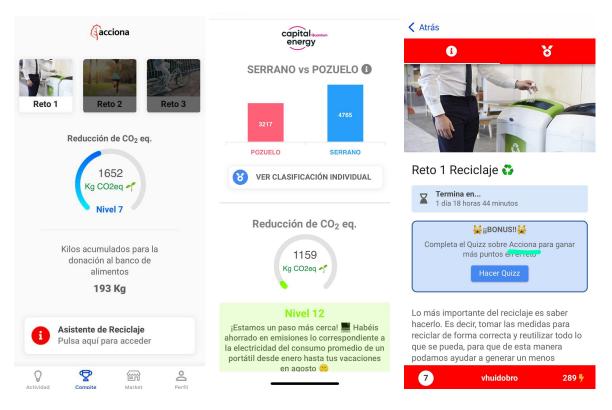


Por este motivo se desarrolló el modelo Corporate, que se presenta a continuación.



- Modelo Corporate

Este modelo B2B se desarrolló en 2019-2020 para monetizar a través de grandes cuentas que contratan el uso de Liight en sus empresas. El producto, ya validado, ayuda a las corporaciones a impulsar una green culture entre sus empleados: impulsando hábitos de movilidad sostenibles, el reciclaje, la reducción de plásticos en la oficina y concienciando a los empleados sobre los problemas de la contaminación. Esto se realiza a través de la gamificación y el team building, consiguiendo reforzar la cultura corporativa y creando beneficios más allá de la lucha contra el cambio climático en la empresa. Adicionalmente, con este modelo generamos informes en línea con la Ley sobre Información no Financiera y Diversidad (EINF).



Tal y como se observa en las imágenes superiores, los corporate pueden disfrutar de la aplicación de Liight personalizada. Se pueden personalizar los retos, quizzes, los objetivos de reducción de CO_2 que consigan los empleados y las recompensas obtenidas por los ganadores.

A través de este modelo Liight Corporate hemos facturado más de 200K€ durante el 2021 y confiamos en poder seguir escalando este modelo de negocio en lo que queda de año, con el objetivo de poder reinvertir los beneficios en impulsar el modelo Community, mencionado anteriormente.

A modo resumen, Liight tiene un claro modelo de negocio SAAS. Ofrecemos una aplicación para diferentes actores interesados en la lucha contra el cambio climático. Por eso, en la actualidad, nuestro enfoque principal es nuestro paquete corporativo con el objetivo de que nos ayude a conseguir nuestra meta final: crear una comunidad.

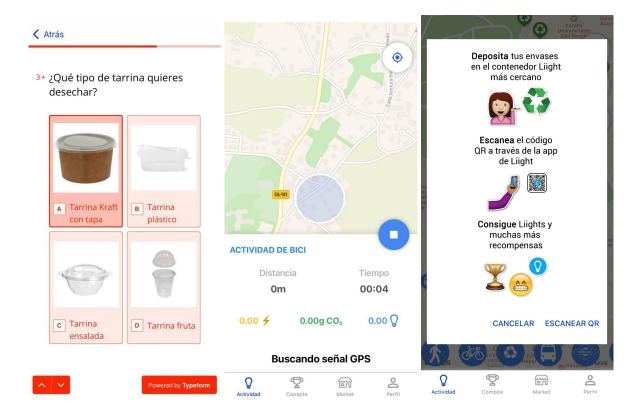


3. Carácter innovador del proyecto y uso de nuevas tecnologías

Liight App | TLR 8

La participación y el cambio de hábitos son extremadamente difíciles de conseguir a través de los métodos tradicionales de participación, pero son necesarios para la transición hacia un futuro verde. Liight considera necesario que el cambio cultural se vea como una oportunidad y una solución a este importante problema, en lugar de como algo negativo que hay que multar o castigar. Por este motivo, la innovación de Liight radica en la integración de mecanismos de gamificación para abordar el problema, premiando a los usuarios en vez de castigarlos.

Además del uso de la gamificación, la innovación de Liight radica también en la tecnología utilizada, a través de un algoritmo disruptivo que integra sistemas de Smart-City e inteligencia artificial. La sofisticación de los algoritmos de Liight y la adopción de la tecnología ha sido recompensada con una subvención NEOTEC a través de la solicitud de subvención del CDTI en 2019.

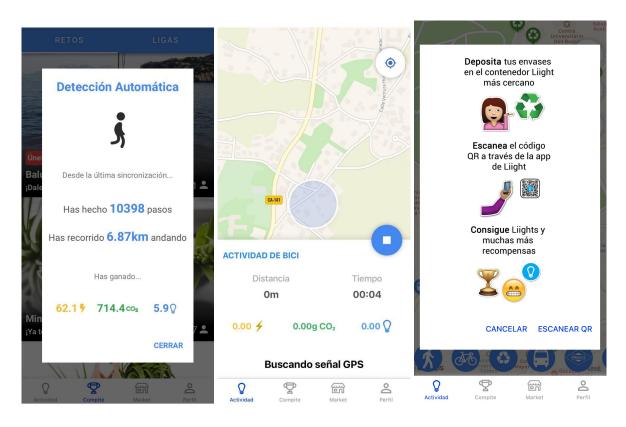


Liight utiliza webviews que nos permiten personalizar rápidamente las necesidades e intereses de los clientes y las comunidades en función de etiquetas y segmentación por geolocalización. Esta tecnología nos permite adaptar las actividades de la app en tiempo y forma a las necesidades de nuestros clientes, sin suponer una gran carga de trabajo para Liight. Hemos aprovechado al máximo esta funcionalidad con nuestros clientes del modelo



Corporate, cómo puede ser ACCIONA, empresa en la que están disfrutando de una experiencia personalizada con Liight, como se puede observar en las imágenes superiores.

En cuanto a los sistemas Smart-City, Liight adopta GTFS para validar que el usuario utiliza el modo de transporte sostenible que ha documentado en la app. También utilizamos los API de las Smart Cities para proporcionar a los usuarios información en tiempo real, como el tiempo que tarda el autobús en llegar a una estación concreta o cuántas bicicletas hay en una estación de uso público. Para agrupar de forma inteligente estos puntos de interés (estación de autobuses, estación de bicicletas, negocios locales...) y que sea el máximo de efectivo para el usuario utilizamos Machine Learning.



El uso de algoritmos, GTFS, APIs y webviews por parte de Liight le da la capacidad de validar nuestras métricas, las actividades de movilidad del usuario, detectar la actividad automáticamente y adaptar fácilmente la aplicación a las necesidades e intereses de los clientes y, por tanto, escalar.

Además, Liight mapea virtualmente los contenedores de reciclaje en todas las ciudades en las que opera para que los usuarios puedan encontrar sus puntos de reciclaje. Esta cartografía facilita el acto de reciclar haciéndolo más fácil y eficiente.

Todas estas herramientas proporcionan un servicio que mejora la experiencia del público y de los empleados de nuestra corporación en la adopción de hábitos sostenibles.

Por último, cabe mencionar que la fiabilidad de los métodos de recopilación y validación de datos de Liight significa que es un recurso muy valioso para muchos actores dentro del



ecosistema de las ciudades inteligentes. Liight tiene una gran posibilidad de ser una fuente de Big Data al recoger datos de hábitos de movilidad y preferencias de consumo de sus usuarios para poder entender el comportamiento de las personas y su progreso en la reducción de CO₂, lo que permitiría entender mejor cómo se pueden optimizar los recursos. Además, Liight puede segmentar tanto las actividades como las recompensas en función de la ubicación, la hora o el tipo de usuarios para conocer las necesidades e intereses de nuestros usuarios y alinearlos con nuestros clientes y socios.

4. Situación actual del proyecto

Nuestra capacidad tecnológica

- 1) Desarrollar la capacidad de **validar los viajes** que realizan los usuarios en la aplicación.
- 2) Recibir **una subvención NEOTEC** en la solicitud de subvención del CDTI en 2019 para la inteligencia de nuestros algoritmos y capacidad tecnológica.
- 3) Métricas de impacto de Liight apoyadas por Climate KIC.
- 4) Desarrollo de soluciones tecnológicas propias e innovadoras, por ejemplo la **detección automática** de actividades que nos convierten en una fuente de **Big Data**.

El compromiso de la aplicación

A nivel de comunidad, nos hemos centrado en aumentar el compromiso de la aplicación en lugar de adquirir usos. Por lo tanto, hemos logrado unas métricas de retención muy impresionantes; el 15% de nuestra comunidad Light se retiene después de 30 días y el 40% de nuestra Liight Corporate se retiene después de 30 días. Estas métricas son significativamente más altas que las de las mejores aplicaciones de salud y fitness.

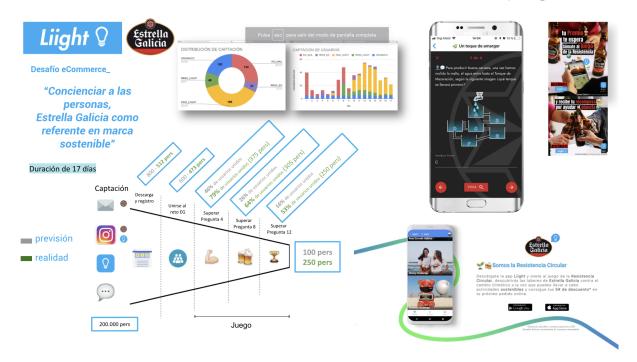
Éxito con corporates

Nuestros éxitos más recientes con Corporate son:

1) Estrella Galicia | Liight (B2B2C) durante el programa de emprendimiento The Hop. Fuimos clave para su campaña de marketing para impulsar su comercio electrónico acercando a los usuarios a conocer una marca sostenible de cervezas Española.



Santiago Jiménez Cortés | santijc93@liight.es



2) ACCIONA | Liight Corporate (B2B) La personalización de la experiencia Liight para adaptarse a las necesidades del cliente ha sido uno de los puntos clave del éxito con grandes clientes corporativos como ACCIONA.



3) Capital Energy | Liight Corporate (B2B). Un piloto desarrollado en dos edificios en Madrid, dónde hemos podido hacer más de 5 retos durante 6 meses cautivando a más de 100 usuarios en nuestra plataforma gracias a los retos, quizzes y recompensas.



Súmate al reto Serrano vs Pozuelo









Descárgate **Liight**únete a la lucha contra
el Cambio Climático



Realiza acciones sostenibles y consigue Liights

Asciende en el ránking con tu equipo

Dona tu reducción de CO₂eq a una causa social

5. Perspectivas de crecimiento y proyectos de futuro.

El roadmap a seguir por Liight durante el próximo año es el siguiente:

- Conseguir llegar a 25-30 ciudades de la península ibérica. Actualmente Liight está disponible en Madrid, Valencia, A Coruña y Barcelona. Sin embargo, se pretende contar con más ciudades a nivel nacional, teniendo como objetivo a largo plazo el poder internacionalizarnos. Creando así una comunidad de personas interconectadas a lo largo del mundo que comparten los valores sostenibles.
- Conseguir 100.000 usuarios. Hasta la fecha contamos con más de 13.000 registros, la mayoría de ellos orgánicos y tenemos más de 1400 usuarios activos mensuales. Es importante señalar que nuestro enfoque hasta ahora no ha sido adquirir más usuarios porque con los que tenemos podemos validar e iterar nuevas funcionalidades. Ahora empezamos a estar contentos con nuestras métricas de activación, retención y compromiso y en breve comenzaremos las campañas de adquisición de usuarios.
- **Expandir nuestro portafolio de los clientes de Liight Corporate** para incrementar nuestro papel en influir las buenas prácticas de reducción del CO2 y del reciclaje.
- Integrar nuevas tecnologías de QR y reconocimiento de fotos en todos nuestros paquetes de Liight Corporate para que los empleados de las empresas puedan ganar Liights por evitar el consumo de plástico y comer la dieta más sana y sostenible.
- Integrar la movilidad eléctrica en las actividades de la aplicación.



- Expandir nuestro portafolio de marcas desde 60 a 100.
- Traducir la aplicación en otros idiomas.

En 5 años, Liight espera ser una solución tecnológica que facilite la transición hacia una vida sostenible a nivel internacional. Tecnológicamente, será un producto totalmente autónomo, pasivo e intuitivo que servirá de catalizador para luchar contra el cambio climático en todo el mundo.

En la fase actual, Liight es el que más impacto tiene en la transición hacia la movilidad sostenible en las ciudades, así como en el reciclaje de residuos. Pretende ser capaz de seguir la reducción de CO₂ de todas las formas de movilidad con motor eléctrico, así como la prevención de residuos. Liight pretende ampliar sus actividades ofrecidas en la aplicación a otros sectores como el de la vivienda sostenible (Liight Home). Mediante el desarrollo de Liight Home, la aplicación se adaptará para poder medir también el impacto medioambiental reducido del consumo sostenible de electricidad y agua.

A medida que nuestra comunidad crezca, Liight podrá comercializar la promoción de marcas a través de su Liight Market, así como ofrecer actualizaciones de pago dentro de la aplicación a sus usuarios más activos.

El seguimiento de la huella de carbono en el mundo, tanto a nivel personal como corporativo, urbano, nacional y global, será cada vez más importante, por lo que el valor de la tecnología de Liight no hará sino aumentar.

Gracias por vuestro tiempo:) y cualquier necesidad, estamos en contacto.

Santiago Jiménez Cortés



(Santi y Roset Co-Fundadores de Liight)