



DOSSIER DE PRENSA

# Índice:

<b>1.- La empresa</b> Quiénes somos y cómo lo hacemos	<b>3</b>
<b>2.-¿Por qué liligo?</b> Comprar viajes puede convertirse en un infierno	<b>4</b>
<b>3.- Liligo es la nueva forma de comprar vuelos, hoteles y coches</b> El poder comprar tus viajes con total transparencia	<b>5</b>
<b>4.- En defensa del usuario</b> Los poderes de Liligo en su compromiso con lo viajeros	<b>6</b>
<b>6.- Liligo, nuestros servicios</b> El combinado low cost	<b>8</b>
<b>5.- Sus fundadores</b> El equipo de Liligo	<b>11</b>

# 1.- La empresa



- **Un servicio dedicado a decenas de millones de internautas que preparan sus viajes on line**

## La empresa

Liligo ([www.liligo.com](http://www.liligo.com)) es el primer buscador europeo especializado en viajes. A través de su web los usuarios Pueden acceder fácilmente a cualquier tipo de solución disponible on line, filtrada y presentada con imparcialidad. La misión de Liligo consiste en ayudar al internauta a encontrar su viaje, con la mayor eficacia, facilidad y rapidez posible. En concreto, con Liligo los usuarios pueden comparar vuelos, hoteles y coches entre más de 250 compañías y elegir el mejor precio disponible para su búsqueda.

## El desánimo del buscador de viajes

Actualmente, buscar un viaje en Internet se ha convertido en una auténtica odisea para los internautas ya que les obliga a pasar horas y horas visitando una multitud de sitios web hasta que consiguen hacerse una idea exacta de la oferta disponible. **Un internauta español consulta de media entre 5 y 9 sitios web antes de cerrar su compra, y nunca está seguro, al final de este proceso, de haber seleccionado la mejor oferta disponible.**

## Lo que Liligo aporta como novedad

Exhaustivo, objetivo, y gratuito, Liligo no es ni una agencia de viajes, ni una web de venta de vuelos, hoteles y coches. Liligo es un buscador especializado capaz de consultar en pocos segundos centenas de páginas web de viajes (agencias, compañías aéreas, lowcost, touroperadores, hoteles...) y de presentar después al consumidor la elección más amplia de ofertas al mejor precio.

## El mercado

Liligo pone su tecnología adaptada al servicio de los internautas españoles : *"El 62% de los usuarios en España Utiliza internet para obtener información para sus viajes."*

## Financiación

Liligo es una producción de Findworks Technologies, una SA (sociedad anónima) fundada en 2005 y financiada por sus fundadores y por inversores privados.

## Los fundadores

Pierre Bonelli – Xavier Corbel – Bertrand de la Ruelle – Mikael Quilfen

## 2.- ¿Por qué Liligo?



- **¡Buscar viajes por Internet puede ser un infierno!**

Si alguna vez has buscado un billete de avión por Internet, ya sabes cuánto tiene esta búsqueda de odisea.

Existen decenas de agencias de viaje on-line que nos prometen una búsqueda exhaustiva y al mejor precio, pero ¿te lo crees?. Las centenares de compañías aéreas que despegan cada semana de España, de las cuales 40 son de bajo coste muy pocas las conocen. La pregunta es ¿son de verdad de bajo coste? Hoy en día cuando buscamos un vuelo nos encontramos con las páginas de comparativas de precios que sólo ofrecen las tarifas de las agencias que les pagan, o los millones de resultados sin pies ni cabeza que devuelve Google cuando escribes "vuelo Madrid -Nueva York". Y tú, ¿qué tal te manejas con todo este cúmulo de información? Para la mayoría es muy difícil. Y más teniendo en cuenta que los actores de esta industria practican la opacidad en materia de precios: impuestos y gastos de gestión de todo tipo, así como el famoso "yield management" (tarificación en tiempo real) ante el cual el consumidor se siente impotente, con precios que pueden duplicarse en cuestión de minutos.



Hoy en día la situación es tan absurda que un internauta español consulta de media de 5 a 9 sitios web antes de cerrar su compra, en su afán de hacer un buen negocio, pasan horas enteras haciendo consultas visitando los sitios web e incluso más, antes de decidirse a comprar un viaje por Internet. Para finalmente, no estar seguro de haber seleccionado la mejor solución en términos calidad y mejor precio.

¡Sin embargo, si existe la tecnología es para que el viajero se haga con el poder! En la era de los buscadores sofisticados y de la web 2.0, ¿no es tiempo ya de proporcionar al internauta una verdadera herramienta especializada, que le permita acceder de manera objetiva y transparente a la exhaustiva oferta de viajes que se encuentra disponible en Internet?

Después de su éxito en Francia, con más de un millón de usuarios, Liligo ha escogido España como primera etapa para su desarrollo, presentando liligo.es, el primer buscador europeo dedicado a la causa del consumidor viajero. Ni agencias, ni páginas de comparativas; Liligo consulta en cada búsqueda el mayor número de sitios web de viajes (agencias de viaje, compañías aéreas, operadores turísticos, hoteles), todo ello en pocos segundos. Liligo te permitirá acceder a través de Internet a la oferta más exhaustiva posible con lo que podrás escoger su viaje con pleno conocimiento de causa.

El derecho del viajero a conseguir el mejor precio es para mí una libertad fundamental. Yo asumo hoy el compromiso de defender esta libertad y de dar al consumidor el poder de escoger sus viajes con total transparencia.

**Pierre Bonelli**

Presidente y co-fundador

# 3.- El poder de escoger tus viajes con total transparencia



« **Liligo quiere convertirse en el Google de viajes** »

## Liligo.es, el primer buscador 100% europeo al servicio del viajero

Liligo consulta el mayor número de sitios web en poco tiempo: agencias de viaje, compañías de vuelos regulares y de bajo coste, operadores turísticos, hoteles, centrales de reserva, y te proporciona acceso gratuito a una oferta exhaustiva en Internet.

Con una única búsqueda, el consumidor accede a los resultados de todos los sitios web que conoce, y también a todos los que aún no conoce! **Liligo no vende nada.** No es una agencia de viajes, ni un sitio de comparativas, **Liligo es un buscador.** Una vez que el internauta ha escogido, pasa a reservar el viaje en el sitio web del proveedor seleccionado.

## 4 puntos esenciales que hay que tener en cuenta

### Búsqueda exhaustiva

Liligo le garantiza el acceso más completo a todas las soluciones de viaje. Desde su lanzamiento, Liligo integra la información de **más de 250 sitios web dedicados al viaje**: las principales agencias de viaje, las compañías aéreas, e incluso hoteles.

### Sin manipulaciones

Liligo rechaza cualquier tipo de manipulación comercial. Liligo nunca favorece un sitio web en detrimento de otro y no sesga ninguna información. El trabajo de Liligo consiste exclusivamente en encontrar las mejores tarifas. **Liligo ordena siempre los vuelos del más barato al más caro, y en el precio viene “todo incluido”**: las tasas de aeropuerto y los gastos de gestión y servicio.

### El campeón de las compañías de bajo coste

Actualmente, Liligo es el único operador en el mercado europeo que consulta las tarifas de las compañías **low cost**. De las más a las menos conocidas, así como las que sólo dan servicio a destinos concretos...**¡todas las compañías de bajo coste están en Liligo!**

### Innovación

La tecnología al servicio del viajero: nuevos servicios exclusivos de Liligo. Liligo desarrolla constantemente nuevas herramientas inteligentes que facilitan la vida del viajero. Por ejemplo, el **Combinado Bajo Coste** permite que la ida y la vuelta se puedan hacer con dos compañías distintas. El **Buzz** permite a todos los internautas beneficiarse de los resultados de búsqueda realizados en el sitio web por el conjunto de la comunidad.



## 4.-Liligo se compromete

### Los seis poderes que Liligo se compromete a proporcionar al viajero

Para garantizar la mejor elección, Liligo se compromete a ofrecer información, toda la información y nada más que información, una información completa, sin servir nunca otros intereses que no sean los del viajero. Con Liligo, los usuarios comprarán billetes de avión con pleno conocimiento de causa.

#### 1. El poder de acceder a toda la información.

**Liligo se compromete consultar en cada búsqueda el mayor número de sitios de viaje.** Para proponer siempre un máximo de soluciones, Liligo consulta cada vez más agencias de viaje, compañías aéreas y operadores turísticos.

#### 2. El poder de informarse con total objetividad.

**Liligo se compromete a no favorecer un sitio más que otro y a no trucar el resultado de la búsqueda.** Liligo siempre busca el vuelo más barato, siguiendo los criterios de los viajeros. Para mayor claridad, los vuelos siempre están clasificados del más barato al más caro. Asimismo, los espacios de publicidad y de los patrocinadores están claramente identificados.

#### 3. El poder de viajar con compañías low cost.

**Para garantizar viajes al mejor precio, Liligo se compromete a consultar el mayor número de compañías low cost.** Liligo busca por todos los medios aumentar el número de compañías consultadas.



#### 4. El poder de saber lo que vas a pagar.

**Liligo se compromete a mostrarte siempre precios con todo incluido:** las tasas de aeropuerto y de seguridad, así como los gastos de gestión y de servicio, los cuales están siempre incluidos en los precios indicados.

#### 5. El poder de beneficiarse de lo mejor de la tecnología.

**Liligo se compromete a innovar siempre para desarrollar las mejores soluciones posibles.** Liligo crea permanentemente nuevas herramientas para facilitar la búsqueda de viajes en la red. Por ejemplo el « combinado low cost » te permite elegir la ida con una compañía y la vuelta con otra.

#### 6. El poder de ser escuchado.

**Liligo se compromete a multiplicar las iniciativas para crear una comunidad de usuarios.** Internet es una herramienta maravillosa para reunir a los viajeros y pensamos que con la contribución de cada uno haremos la mejor herramienta para todos. Estamos a tu disposición permanentemente y nos comprometemos a contestar tus emails dentro de las 48 horas.



# 6.- Liligo, nuestros servicios



- Disponer de una herramienta simple y eficaz es alcanzar el poder



Liligo consulta en tiempo real más de 250 sitios web de viajes entre los cuales se encuentran:

- Agencias de viajes
- Compañías aéreas
- Hoteles

- ebookers.es • marsans.es • mundoviaje.com • terminala.es • viajar.com • rumbo.com
- aerarann.com • airfinland.fi • airberlin.com • atlas-blue.com • bmibaby.com • clickair.com • easyjet.com • evolavia.com • flybaboo.com • flybe.com • flyglobespan.com • flyniki.com • germanwings.com • helvetic.com • hlx.com • jet2.com • jet4.com • meridiana.it • myair.com • norwegian.no • ryanair.com • smartwings.com • skyeurope.com • sterling.dk • transavia.com • volareweb.com • vueling.com • wizzair.com • zoomairlines.com • ryanair.com ...
- fastbooking.com • hotelclub.com • hotelopia.com • ratesToGo.com • splendia.com • venere.com



# El Combinado low cost

## La innovación tecnológica al servicio del internauta



Siempre al servicio del consumidor y campeón de las compañías de low cost, Liligo, gracias a su tecnología avanzada y propia ha desarrollado una herramienta única: ¡el **Combinado Bajo Coste!**

### El Combinado Bajo Coste, un producto exclusivo en la web:

1. Permite hacer **ida y vuelta con dos compañías** de bajo coste distintas en multitud de destinos europeos
2. **Advierte al viajero y le sugiere cambiar el horario de su viaje para que pueda beneficiarse del combinado bajo coste más interesante.**
3. **Fácil y rápido, la información obtenida se coloca en un recuadro azul**
4. Al internauta sólo le queda reservar su vuelo **directamente con los proveedores** (link directo con los sitios web)

**MARRAKECH 122,62€** (ida y vuelta desde www.TerminalA.es, tasas incluidas, excepto gastos de gestión)

Inicio | Vuelos | Hoteles | Coches | El Buzz

Madrid (España, MAD) → Barcelona (España, BCN) Cambiar la búsqueda  
mié, 23 diciembre 2009 - mié, 30 diciembre 2009 (ida y vuelta, turista, 1 adulto)

Fechas exactas: 267 resultados desde 66,88 € | Fechas flexibles (+/-3 días): 1574 resultados desde 126,5 € | Combinados Low-Cost

Calendario de fechas flexibles: **3 días** (dom. 20-12 a dom. 27-12), **2 días** (lun. 28-12 a mar. 29-12), **exacto** (mié. 30-12), **1 día** (mié. 30-12), **+1 día** (jue. 24-12 a vie. 25-12), **+2 días** (vie. 25-12 a sáb. 26-12), **+3 días** (sáb. 26-12)

Salida	3 días	2 días	exacto	+1 día	+2 días	+3 días
dom. 20-12			126.08 €			
lun. 21-12						
mar. 22-12						
mié. 23-12						
jue. 24-12						
vie. 25-12						
sáb. 26-12						

**Elegir criterios:** 297 de 297 resultados

- MI presupuesto
- ¿Con escala?  directo
- Duración: 1h15min - 1h20min
- Horarios del vuelo de ida:  Despegue  Aterrizaje
- Horarios del vuelo de vuelta:  Despegue  Aterrizaje
- Quiéno viajar con...:  Ryanair  Vueling

Origen	Sal.	Al.	A.	Loc.	Compañía	Escala	Precio
Madrid (MAD)	20:56, lun 21/12/09	Barcelona (BCN)	22:00, lun 21/12/09	vueling	directo 1h-10min	47,5 €	Ver más
Getona (ORO)	06:35, mié 30/12/09	Madrid (MAD)	07:55, mié 30/12/09	RYANAIR	directo 1h-20min	38,58 €	Ver más
total: 86,08 €							Ver más
Madrid (MAD)	21:58, lun 21/12/09	Barcelona (BCN)	23:00, lun 21/12/09	vueling	directo 1h-10min	47,5 €	Ver más
Getona (ORO)	06:35, mié 30/12/09	Madrid (MAD)	07:55, mié 30/12/09	RYANAIR	directo 1h-20min	38,58 €	Ver más
total: 86,08 €							Ver más
Madrid (MAD)	20:56, lun 21/12/09	Barcelona (BCN)	22:00, lun 21/12/09	vueling	directo 1h-10min	47,5 €	Ver más
Getona (ORO)	20:20, mié 30/12/09	Madrid (MAD)	21:40, mié 30/12/09	RYANAIR	directo 1h-20min	43,93 €	Ver más
total: 91,43 €							Ver más
Madrid (MAD)	21:58, lun 21/12/09	Barcelona (BCN)	23:00, lun 21/12/09	vueling	directo 1h-10min	47,5 €	Ver más
Getona (ORO)	20:20, mié 30/12/09	Madrid (MAD)	21:40, mié 30/12/09	RYANAIR	directo 1h-20min	43,93 €	Ver más
total: 91,43 €							Ver más
Madrid (MAD)	07:45, dom 20/12/09	Barcelona (BCN)	08:55, dom 20/12/09	vueling	directo 1h-10min	57,5 €	Ver más
Getona (ORO)	06:35, mié 30/12/09	Madrid (MAD)	07:55, mié 30/12/09	RYANAIR	directo 1h-20min	38,58 €	Ver más
total: 96,08 €							Ver más
Madrid (MAD)	09:35, dom 20/12/09	Barcelona (BCN)	10:45, dom 20/12/09	vueling	directo 1h-10min	57,5 €	Ver más
total: 96,08 €							Ver más



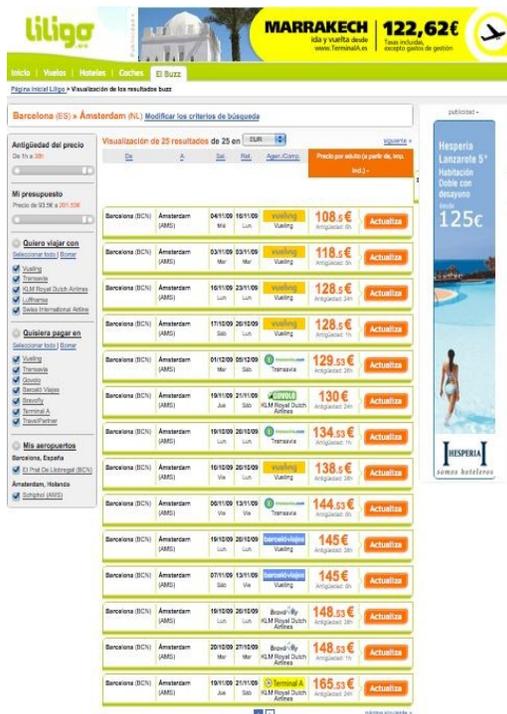
# Los buenos planes se mueven por la red



- **El Buzz: la inteligencia de todos al servicio de cada uno de nosotros**

Liligo revoluciona el acceso a las mejores ofertas en Internet al lanzar la primer herramienta de búsqueda que saca partido de la inteligencia colectiva de los viajeros.

1. Lo invisible al fin se hace visible: el Buzz te permite buscar entre los millones de ofertas detectadas por el conjunto de los usuarios de Liligo.
2. La flexibilidad se convierte en ventaja: en adelante, puedes sacar partido de tú flexibilidad en lo referente a las fechas o los destinos con el fin de optimizar el precio final.
3. ¿Ya tienes fijado su presupuesto? Liligo te encuentra las fechas y los destinos que respeten tu presupuesto. En definitiva, ¡Liligo se convierte en un auténtico generador de ideas!



## Si ya has intentado buscar:

- Un vuelo de Madrid a Nueva York en el mes de diciembre por menos de 300 euros,
- Una idea para un fin de semana en Europa por menos de 100 euros,
- Los destinos más buscados por los internautas,

**¡Te va a gustar el Buzz de Liligo!**



## ■ Pierre Bonelli, 39 años, Presidente

**Pierre aporta a Findworks su experiencia de emprendedor y de director de empresas en el ámbito de Internet.**

Pierre fundó y presidió, entre 1999 y 2002, Alafolie.com, el primer portal de Internet dedicado a las bodas. Obtuvo 20 millones de Euros de los principales capitales-riesgo europeos, fue el responsable de que la sociedad haya pasado de 2 a más de 100 empleados en tres países (Francia, Alemania, Italia). Ha negociado la compra de uno de los líderes de la prensa dedicada a las bodas en Francia y ha alcanzado numerosos acuerdos estratégicos. Anteriormente fue director de TF1 Interactif, donde fue responsable de la estrategia en Internet del Grupo TF1, así como de la dirección de un equipo de 20 personas. En concreto, formó parte del origen de la fusión de TF1 Interactif en e-TF1, del reposicionamiento de la web TF1.fr en un portal generalista y de la creación de la web para niños TFOU.fr.

*Pierre tiene un MBA por el INSEAD y es doctorado en inteligencia artificial de la universidad de Paris XI.*

## ■ Mikael Quilfen, 34 años, Director de Marketing y Comercial

**Mikael aporta a Findworks su experiencia en el lanzamiento de marcas para el gran público en el sector del e-turismo.**

Mikael comenzó su carrera en Nueva York en 1996, donde desarrolló las actividades comerciales y de marketing del primer sitio Internet del Club Med en América del Norte. Regresó a París en 1999 para lanzar con éxito la marca Ebookers.com en el mercado francés, en donde implantó la estrategia de comunicación online y offline, y negoció numerosas asociaciones. En 2003, Mikael se incorporó al grupo Expedia como Director de Marketing para Francia de Hotels.com consiguiendo que la audiencia de este sitio web alcanzará el 2º puesto de los sitios web de hoteles más visitados.

*Mikael Quilfen es diplomado de la ESC Rennes y ha hecho su último año del programa de intercambio MBA en Montreal, en Canadá.*

## ■ Bertrand de la Ruelle, 38 años, Director Financiero

**Bertrand aporta a Findworks su experiencia en la dirección financiera adquirida en diferentes contextos de la estructuración de las organizaciones en fuerte crecimiento.**

Bertrand ha sido director financiero de Alafolie.com de 2000 a 2002, a cargo de la estructuración de la empresa y de sus filiales, de las relaciones con los inversores y de la gestión financiera y social de la sociedad. Anteriormente, pasó cinco años como controlador de gestión de grandes proyectos en Bouygues-Construction en el Sudeste de Asia. Recientemente se desempeñó como controlador financiero en el seno de un gran grupo sueco, donde se ha ocupado de la integración de una sociedad recientemente adquirida.

*Bertrand es diplomado de la Essca de Angers y tiene un MBA por la HEC (isa)*

## ■ Xavier Corbel, 29 años, Administrador de Redes y Sistemas

**Xavier aporta a Findworks su experiencia de seis años en el despliegue y la administración de arquitecturas Web complejas y segurizadas destinadas al público en general.**

Xavier comenzó su carrera en MATRA Global Netservices a cargo de las infraestructuras web de LVMH, para quien creó la red extranet paneuropea para la cadena de perfumerías Sephora. Xavier se incorporó después a Alafolie.com como Administrador de Redes y Sistemas, en donde ha redefinió la arquitectura Web y condujo la migración de los servidores y de los sistemas hacia soluciones open-source redundantes y de alta disponibilidad.

*Xavier tiene un BTS en informática industrial.*



## Contacto de Prensa

### Byte PR / Ohlala Comunicación

Claudio Bravo 667.24.23.68  
Carolina Alvira 696.62.66.72

claudio@bytepr.com  
calvira@ohlalacomunicacio.com

