

SKI00 Y SKITUDE SE FUSIONAN EN UNA OPERACIÓN DE 8M DE EUROS

- La experiencia, la tecnología y el equipo internacional aportado entre las dos compañías son las claves de este salto cualitativo, en una operación de 8M de euros
- La empresa ofrece una experiencia única al esquiador antes, durante y después, una experiencia 'from sofa to sofa'

La fusión entre **Skitude**, la mayor red de apps de esquí, y la **tecnológica Skioo**, que ofrece el acceso a estaciones de esquí con una sola tarjeta sin tener que hacer colas, tendrá como objetivo para la próxima temporada la optimización de los canales de venta para las más de 150 estaciones de esquí con las que opera en todo el mundo.

La operación de **8M de euros**, supone la **consolidación de un proyecto internacional de 50 personas**, con oficinas principales en Girona, Lausanne y Oslo, y seguir investigando con el fin de encontrar soluciones dinámicas y mejorar la experiencia del consumidor en las estaciones.

La buena evolución de Skitude y su gran crecimiento ha permitido que, en la operación, algunos de sus **inversores iniciales complete ya su ciclo y hagan exit**, procediendo a desinvertir. Este es el caso de Bbooster Ventures que se ha podido salir consumando su objetivo incluso estando aún en periodo de inversión. Así como algunos inversores de las redes de Bagi y The Crowd Angel.

La estrategia consistirá, entre otras cosas, en la utilización de sistemas de postpago que facilitarán la experiencia del usuario en la nieve agilizando su acceso a pistas y que

ayudará a las estaciones de esquí a posicionar sus productos en la plataforma online.

“Estamos trabajando para que los esquiadores puedan, por ejemplo, comprar un pase de esquí de forma anticipada y cargar el boleto en su tarjeta RFID, o validar previamente mediante tarjeta de crédito”, explica el **CEO de Skitude Marc Bigas**. “Estos principios de convenience y postpago ya son conocidos por servicios muy populares como Uber”, destaca.

En este sentido, afirma que su plataforma digital conjunta **“aportará una nueva dimensión a la industria del esquí con un viaje digital más cómodo y divertido”**, tal y como explica el Presidente de Skitude, Yngve Tvedt.

De esta forma, Tvedt asegura que Skitude está participando en la “digitalización del sector” y coincide con Marc Bigas al afirmar que esta experiencia ofrecerá “más comodidad al esquiador” así como “soluciones potentes para los canales de venta móvil y servicios de marketing” que ayudarán a las estaciones a estar mejor conectadas con las necesidades de sus potenciales clientes.

NUEVOS RETOS

La fusión entre las empresas, además, buscará la forma de combatir el estancamiento de los usuarios en la industria: uno de los retos de la industria del esquí. “Nos embarcamos en un viaje para resolver desafíos mediante la tecnología”, asegura el CEO de la empresa y añade que la experiencia acumulada estos años tanto por Skitude como por Skioo será “una información valiosa para las estaciones de esquí”.

Cabe recordar que Skitude siempre ha apostado por una interacción de los usuarios “antes, durante y después de su visita” lo que, tal y como avala Bigas, “fortalece la competitividad de la industria y permite que siga avanzando”.

En la actualidad, la comunidad de Skitude está formada por más

de 1.3 millones de esquiadores que han utilizado alguna de las aplicaciones gratuitas compatibles con la plataforma Skitude, la mayoría de ellas aplicaciones oficiales de estaciones de esquí.

Se trata de una comunidad muy activa. Gracias al Tracker GPS con el que pueden registrar sus descensos ya han registrado actividad en más de 1.200 estaciones en 45 países de todo el mundo y han podido participar en más de 250 desafíos que les ha permitido ganar días de esquí, material como esquís, botas o cámaras de acción, y descuentos exclusivos.

Vía [El Referente](#)