



**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Grado en Administración y Dirección de Empresas**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Plan de negocio de Inverting: *startup Fintech*

Clave: 201600290

Resumen

A pesar de ser la generación mejor preparada de la historia, los jóvenes no tienen la formación financiera ni hábitos de ahorro que les ayude a gestionar correctamente su dinero. Este fenómeno se junta con la transformación del mundo de la inversión, la aparición de nuevos *players* digitales que han revolucionado el entorno *Fintech* ofreciendo un producto más accesible al consumidor final y con menos comisiones.

Ante esta situación, un grupo de cinco alumnos de la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), hemos elaborado la *startup* Inverting. Este proyecto se crea de la mano del concurso Comillas Emprende, promocionado por el grupo *Adventurees* y donde se ha contado con el apoyo y experiencia de un mentor especializado en el sector financiero. La idea surge por la detección de una necesidad en los jóvenes de utilizar una plataforma que les preste educación financiera, les ayude ahorrar y les proporcione los medios para invertir.

La misión de Inverting consiste en ayudar a los jóvenes a adentrarse en el mundo de las finanzas de la mano del ahorro y la inversión, para que aprendan a administrar sus patrimonios con conocimiento de los riesgos y oportunidades que conlleva una inversión.

El presente trabajo se centra en el diseño del plan de negocio de Inverting. El estudio se encuentra dividido en tres bloques, una primera parte de análisis de la industria *Fintech*, su evolución, presencia en España y futuro; una segunda parte, donde se desarrolla detalladamente el *Business Model Canvas*, y, por último, una parte final en la que se describe el plan financiero y la viabilidad del producto de Inverting.

Palabras Clave: Jóvenes, ahorro, inversión, *Fintech*, *startup*, *Business Model Canvas*,

Abstract

Despite being the best educated generation in history, young people do not have the financial education or savings habits to help them manage their money properly. This phenomenon is coupled with the transformation of the investment world, the emergence of new digital players that have revolutionized the Fintech environment by offering a more accessible product with fewer commissions to the end consumer.

Faced with this situation, a group of five students from the Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), have developed the *startup* Inverting. This project was created through the Comillas Emprende contest, promoted by the Adventurees group and where we have had the support and experience of a mentor specialized in the financial sector. The idea arises from the detection of a need among young people to use a platform that provides them with financial education, helps them save and provides them with best the means to invest.

Inverting's mission is to help young people enter the world of finance through savings and investment, so that they learn to manage their assets with knowledge of the risks and opportunities involved in an investment.

This work focuses on the design of Inverting's business plan. The study is divided into three blocks: a first part of analysis of the Fintech industry, its evolution, presence in Spain and future; a second part, where the Business Model Canvas is developed in detail, and finally, a final part in which the financial plan and the viability of Inverting's product are described.

Keywords: Youth, savings, investment, Fintech, *startup*, Business Model Canvas,

ÍNDICE

1. Introducción

- 1.1. Justificación del interés sobre el tema
- 1.2. Objetivos del trabajo
- 1.3. Metodología
- 1.4. Estructura

2. Análisis de la industria *Fintech*

- 2.1. Origen y evolución
- 2.2. Análisis del mercado español.
- 2.3. Industria del ahorro y la inversión.
- 2.4. El futuro de las *Fintech*

3. Inverting

- 3.1. Idea de negocio
- 3.2. Misión y visión
- 3.3. *Business Model Canvas*
 - 3.3.1. Propuesta de valor
 - 3.3.2. Segmento de clientes
 - 3.3.3. Relaciones con los clientes
 - 3.3.4. Canales
 - 3.3.5. Socios clave
 - 3.3.6. Recursos clave
 - 3.3.7. Actividades clave
- 3.4. Análisis de mercado
- 3.5. Plan de marketing

4. Plan financiero y viabilidad del producto

- 4.1. Proyecciones financieras
 - 4.1.1. Fuentes de ingresos
 - 4.1.2. Estructura de costes
- 4.2. Escenarios y financiación
- 4.3. Futuro de Inverting

5. Conclusiones

6. Bibliografía

7. Anexos

Índice de Figuras

Figura 1: Lienzo *Business Model Canvas*

Figura 2: Panel Goldsmith

Figura 3: Evolución empresas *Fintech* 2005-2016

Figura 4: Distribución mercado *Fintech* español (2016)

Figura 5: Principales *startups* e inversión en España (2020)

Figura 6: Porcentaje de jóvenes que viven con sus padres (2013-2020)

Figura 7: Posición abierta con CFD en Etoro

Figura 8: Competidores Inverting

Figura 9: Equipo Inverting

Figura 10: Recursos clave Inverting

Figura 11: Front App Inverting

Figura 12: Métodos de ahorro de Inverting

Figura 13: Lienzo *Business Model Canvas* - Inverting

Figura 14: Análisis DAFO - Inverting

Figura 15: Logo de Inverting

Figura 16: Proyecciones financieras Inverting (2022-2026)

Figura 17: Estimaciones Inverting

Figura 18: Ratios Inverting

Figura 19: Ingresos Inverting (2022-2026)

Figura 20: Estructura de costes Inverting (2022-2026)

Figura 21: Salarios Inverting (2022-2026)

Figura 22: Escenarios moderado y favorable de proyecciones (2022-2026)

1. Introducción

El presente trabajo se centra en el desarrollo del plan de negocio de la *startup* Inverting, una aplicación de ahorro, formación financiera e inversión. Tras un análisis del pasado y el presente de la industria *Fintech*, se desarrolla el modelo de negocio de la empresa, y se profundiza en el plan financiero y viabilidad del producto.

1.1. Justificación del interés sobre el tema

Desde mis inicios en la universidad, siempre me ha llamado mucho la atención el mundo de las *Fintech*. He asistido a muchas conferencias a lo largo de estos años y siempre me han gustado las que tenían que ver con el mundo empresarial. Concretamente me parecían muy interesantes algunas charlas donde los fundadores de una *startup* venían a contarnos cómo habían elaborado su plan de negocio y lo que hay detrás de cada empresa que se lanza al mercado en busca de financiación, que es en definitiva, mucho trabajo.

Además, durante estos cinco últimos años el mundo *Fintech* ha experimentado un crecimiento enorme y esto ha captado mi interés. Cada día surgen nuevos proyectos con gran potencial que pretenden mejorar la industria de las finanzas y llevarla a un plano más tecnológico y digital y quiero hacer lo mismo.

Siguiendo esta línea, realmente el verdadero motivo que me lleva a hacer este trabajo es que en un futuro quiero crear mi propia *Startup*. Siempre me ha parecido muy emocionante la idea de emprender y creo que al final lo haré, puede que de aquí a 5 años o quién sabe cuándo, pero dentro de mí se, que en algún momento querré emprender.

Por último, he decidido realizar este Trabajo de Fin de Grado sobre la constitución de una *startup* *Fintech* porque antes de la pandemia estuve trabajando en una *startup* financiera del sector de la inversión y me encantó. Creo que el sector financiero está viviendo una transformación en todos sus ámbitos y quiero contribuir a su mejoría.

En mi corto tiempo allí, me tocó trabajar en la etapa de formación y lanzamiento de la *startup* al mercado. Pero me quedé con la espina de haber estado más tiempo aprendiendo cómo emprender, cómo formar un buen equipo de trabajo y seguir unos objetivos para que la *startup* tenga éxito.

Es por todos estos motivos que cuando llegó a mis oídos la idea de poder realizar mi Trabajo de Fin de Grado de algo que tantas ganas tenía de conocer en profundidad, como es el mundo de las *startup*, no dudé en contactar a mi amigo Javier García para empezar a formar nuestro equipo, que en unos meses pasaría a ser el equipo Inverting.

El resto del equipo nos conocimos gracias al programa Comillas Emprende, donde la universidad contactó con Javier y conmigo para ponernos en contacto con otros tres integrantes del equipo: Ana Fernández, Ana Blanc y Ying Chen. Finalmente, el equipo se formó con la incorporación de nuestro mentor Ignacio Cea, una persona muy especializada en este sector y con mucha experiencia en el mundo de las finanzas.

Inverting nace como una aplicación para que los jóvenes puedan tener acceso a una formación financiera que les enseñe a ahorrar e invertir su dinero a través de una interfaz sencilla e intuitiva.

Desde pequeños, los jóvenes son instruidos en las escuelas, en su familia y en la universidad de que el ahorro es muy importante. Desde que reciben su primera paga hasta que se convierten en adultos, comienzan a gestionar un pequeño patrimonio adaptado a su capacidad económica de cada uno. Sin embargo, salvo que posteriormente estudien una carrera relacionada con el mundo financiero, la mayoría de estas personas posee una falta de educación financiera que les hace ser muy vulnerables económicamente.

El Informe Europeo de Pagos de Consumidores, de 2018, estimaba que “uno de cada tres españoles reconoce que su economía doméstica empeora porque no sabe ahorrar”. El ahorro es tan importante en la década de los 20 a los 30 años que una mala gestión de tu dinero puede ser igual o más importante que el salario de tu trabajo. Un ejemplo muy claro se puede observar en las personas a las que le toca la lotería, en España, más del 70% de los ganadores de lotería termina empobreciéndose en 5 años (NEFE).

La educación financiera es la capacidad de comprender cómo gestionar y manejar correctamente tu patrimonio, es decir, el conjunto de habilidades y conocimientos que nos permiten tomar decisiones financieras en nuestro ambiente personal y familiar.

Según el último informe Europeo de Pagos, elaborado por la empresa sueca Intrum, España se sitúa en la cola de los países europeos en materia de educación financiera. Concretamente España se sitúa en el puesto 21 de 24 países europeos que incluye el informe, habiendo descendido desde el puesto 10 en 2019.

Los datos aseguran que solo uno de cada cuatro españoles asegura que ha recibido una formación financiera que le permita gestionar sus finanzas personales con seguridad. Si a estos hechos le sumamos que, en 2020, el 43% de los españoles ha visto reducidos sus ingresos por culpa de la pandemia, nos encontramos con un escenario estremecedor.

La solución que se plantea desde Inverting consiste en proporcionar una información financiera básica a la población más joven para que cuando crezcan y su patrimonio aumente puedan gestionarlo con sabiduría y eficiencia. Queremos evitar que no sea necesario tener que cursar una carrera de finanzas para tener unos conocimientos básicos que permitan no caer en estafas o timos de internet, entender la actualidad de los mercados, en resumen, no perder y sí conservar tu dinero.

Para la elaboración del plan de negocio de Inverting se ha utilizado la plataforma virtual que proporciona el concurso comillas emprende la cual ha servido de apoyo para el desarrollo del *Business Model Canvas*. Toda la creación y diseño de esta idea ha sido el fruto de meses de trabajo y preparación del *pitch* final, en los que hemos tenido la ayuda de la plataforma de financiación participativa *Adventurees*.

1.2 Objetivos del trabajo

El propósito de este Trabajo de Fin de Grado es la elaboración de un plan de negocio de una *startup* financiera que pretende resolver algunos de los problemas que tienen los jóvenes para iniciarse en el mundo del ahorro, las finanzas y la inversión. Para ello tendremos que conseguir cumplir los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar las oportunidades de negocio del sector *Fintech*
2. Presentar el *Business Model Canvas* de Inverting
3. Explicar detalladamente la planificación financiera y viabilidad económica

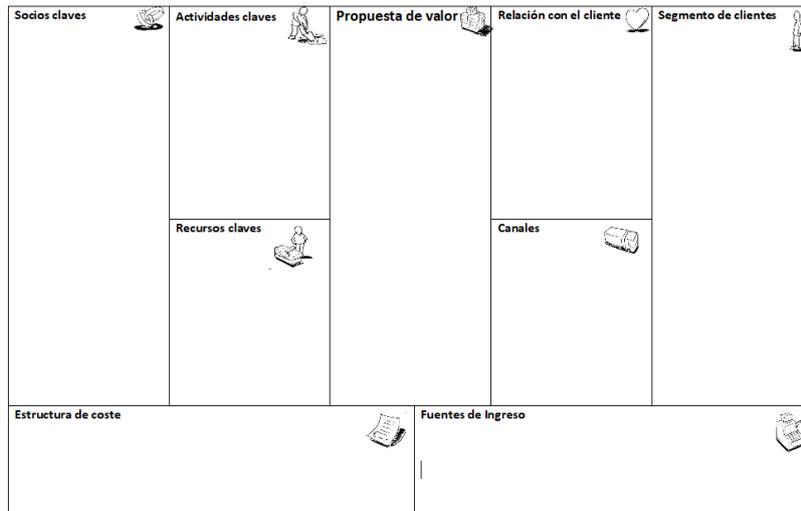
1.3 Metodología

Para poder alcanzar los objetivos planteados, se realizará una labor de investigación dividida en tres partes principales:

La primera consiste en una **revisión de la literatura**, profundizando en el sector de las *Fintech*, concretamente en los servicios de ahorro, formación e inversión. Se estudiará el origen, evolución y tendencias actuales de este ecosistema, así como sus aplicaciones prácticas más exitosas. Para esta revisión, el estudio estará apoyado por fuentes académicas y profesionales. Respecto a las primeras, se utilizará la biblioteca de la Universidad Pontificia Comillas y la encontrada en el buscador *Google Scholar*. En cuanto a las segundas, se accederá a informes, presentaciones y la experiencia de un mentor especializado en la materia como lo es Ignacio Cea.

La segunda parte se centra en el núcleo fundamental de este trabajo, que consiste en la creación de un modelo de negocio de una *startup Fintech*, para el que se ha seguido el *Business Model Canvas* como plantilla de gestión estratégica para nuevos proyectos. Desarrollado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, es una herramienta que permite analizar un plan de negocio a través del análisis de nueve aspectos clave tal como podemos ver en la figura 1.

Figura 1: Lienzo *Business Model Canvas*



Fuente: Osterwalder y Pigneur, 2009

En la construcción del plan de negocio también hemos utilizado otras herramientas como el Panel *Goldsmith*, “un método muy usado para *startups* recién iniciadas, que marca un camino óptimo para el progreso desde la idea hasta el mercado, de forma saludable e incrementando el valor de la compañía en cada paso” (*Adventurees*, 2019). Además, este modelo nos ha permitido revisar las cuestiones críticas del negocio, detectar tanto riesgos y debilidades para intentar fortalecer aquellas partes menos trabajadas del negocio y enfocarlas hacia otro sentido para alcanzar su máximo potencial.

Figura 2: Panel *Goldsmith*



Fuente: *Adventurees* (2019)

Asimismo, se elaboró una **encuesta** con el fin de conocer las necesidades de ahorro, formación e inversión de una muestra de 200 jóvenes. La encuesta cualitativa es un método de análisis de la diversidad de las características de los miembros dentro de una población (Jansen H., 2013). Gracias a la encuesta pudimos reafirmar nuestras hipótesis de la importancia que tienen estos aspectos para la sociedad más joven.

Finalmente, en esta segunda parte, se hizo uso de dos métodos tradicionales como son el análisis DAFO (Albert S. Humphrey, 1970) y las 5 fuerzas de Porter (Michael Porter, 1979). El objetivo del primer método es determinar las ventajas competitivas de la empresa en función de sus propias características y las del mercado en el que opera. Respecto al segundo método, permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad y determina la posición actual de la empresa dentro del sector para poder aplicar una estrategia empresarial.

Por último, la tercera parte del trabajo recoge las predicciones de planificación financiera para los primeros cinco años de la *startup*, estructura de costes, flujos de ingresos y diferentes escenarios de resultados para los que se ha empleado Excel.

1.4 Estructura

El trabajo está dividido en cinco partes:

La primera parte consta de una breve introducción, los objetivos a cumplir en el presente trabajo, la exposición de la metodología a seguir y la estructura.

La segunda parte recoge la revisión teórica del *Fintech*, su origen, evolución y futuro. Además, se incluyen detalles del mercado español y del sector del ahorro y la inversión.

La tercera parte, conformada por el capítulo tres, se centra en el plan de negocio de la *startup* Inverting, apoyándose en el *Business Model Canvas*, y sus nueve módulos, además de realizar un análisis de mercado y un plan de Marketing.

La cuarta parte, culmina con los últimos dos módulos del Business Model Canvas y profundiza en la parte económica y financiera de Inverting.

Por último, el trabajo cierra con la conclusión, que da respuesta a los objetivos planteados en la primera parte, la cita de bibliografía y anexos.

2. Análisis de la industria *Fintech*

2.1 Origen y evolución

Desde 2014 y cada vez más presente en la actualidad, la industria *Fintech* está revolucionando fulgurantemente la forma en la que los servicios financieros son llevados a cabo en el mundo. La clave del éxito de esta nueva industria reside en la aplicación de las tecnologías como herramienta fundamental en el sector financiero.

Un sector, que está en pleno proceso digitalización en todos sus ámbitos y que deja atrás aquel que no se actualiza. Un ejemplo de ello es el sector bancario en España, donde los bancos tradicionales se visto contra las cuerdas y con necesidad de lanzar al mercado su propio banco digital. Por este motivo han nacido proyectos como *Imagin*, de la mano de Caixabank o *EVO Banco* perteneciente al grupo Bankinter.

Estos bancos surgen para competir contra los Neobancos¹ como Revolut o N26 que captan cada vez a más clientes ofreciendo un producto más tecnológico y económico, poniendo al servicio del cliente tarjetas de crédito gratuitas, sin comisiones de mantenimiento o apertura e incluso algunas con *cashback* (N26 devuelve un 0,1% del valor de todas las compras). Todo ello a través de una interfaz sencilla que está al alcance de cualquier persona que tenga un teléfono móvil y conexión a internet.

En este contexto de transformación digital nace el término *Fintech*, cuyo significado proviene de las palabras anglosajonas *Finance* y *Technology*². Este acrónimo engloba las actuaciones de todas aquellas empresas que utilizan la tecnología aplicada a las finanzas y servicios financieros para dar solución a problemas de la sociedad en la que vivimos.

¹ Llamados también “Challenger Banks” son un tipo de entidad financiera que únicamente posee un canal digital para su relación con los clientes, transformando completamente la experiencia del usuario. H2 Venture y KPMG (2018).

² Del Barrio Cruz et al (2017)

La industria *Fintech* ofrece, por tanto, una oportunidad disruptiva al sector financiero que desde la crisis de 2008 se encuentra en un proceso continuo de transformación³.

El fin último que persiguen las empresas de la industria *Fintech* consiste en ofertar de la forma más eficiente y sencilla posible un servicio financiero para todos los usuarios.

¿Cómo se consigue una mayor eficiencia y sencillez? La clave del éxito *Fintech* está en la agilidad y simplicidad de sus procesos y transacciones. Gracias a los nuevos avances de la tecnología, la digitalización y la automatización de algunos procesos las empresas actuales pueden aportar un valor adicional a lo que podía ofrecer la estructura financiera tradicional.

Aunque lo que caracterizó a la industria del *Fintech* en sus inicios, la gran capacidad de eficiencia de sus procesos o de la sencillez de sus plataformas virtuales, ahora se ha convertido en la creación de nuevos servicios digitales, de nuevas formas de pago, de seguros o de financiación que influirán en el futuro de la economía.

Y es que en los últimos años este ecosistema no ha hecho nada más que crecer, según un análisis del IOSCO⁴ entre 2005 y 2016 el sector tuvo un crecimiento superior al 400%:

Figura 3: Evolución empresas *Fintech* 2005-2016

Total	2005	2010	2016
n.º empresas	1600	3000	>8800
Financiación ⁽¹⁾	5,5	15,3	>100,2

(1) En dólares, miles de millones

Fuente: IOSCO, 2017

Asimismo, existen otros factores que han hecho de esta industria algo verdaderamente excepcional. Uno de ellos es la eliminación del factor humano en muchos procesos que se pueden ejecutar de manera virtual. Por muy duro que suene, la mediación humana era uno de los grandes errores del pasado en la industria financiera, y su desaparición es una de las grandes ventajas de este nuevo sistema.

³ Cea (2017)

⁴ IOSCO (2017)

Por otro lado, las relaciones entre empresas y clientes o incluso entre propios clientes, han vivido una gran transformación. Gracias a las TIC⁵, relacionarse en una plataforma digital o una aplicación móvil, se ha convertido en algo fácil de aprender y muy cómodo de usar. Por ejemplo, esto se puede observar en el proceso de digitalización del sector bancario en los últimos años, que nos permite abrir una cuenta bancaria en cuestión de minutos sin tener que pisar una oficina.

Otro factor importante ha sido la proliferación del tratamiento y análisis de grandes volúmenes de datos (*BigData*) que gracias a las nuevas mejoras tecnológicas ahora conocemos mejor al consumidor y sabemos exactamente lo que quiere. Son pocas ya las empresas o los sectores donde no se ha implementado el dato como centro del modelo de negocio, pudiendo suponer la quiebra de unas empresas y el éxito de otras⁶.

Y como este ejemplo se podían citar infinitos servicios que se han creado, que están en desarrollo o que aparecerán en los próximos años. Sin ir más lejos, relacionados con el modelo de negocio de INVERTING, en España están teniendo mucho éxito empresas como Fintonic (servicios bancarios), *Goin* (ahorro e inversión) o Coinscrap (ahorro).

2.2 Análisis del mercado español.

En España, las últimas estadísticas (El Referente, septiembre 2020⁷), contabilizan más de 400 startups *Fintech*, número que representa un crecimiento del 60% desde 2016, cuando el número de startups *Fintech* españolas era de 238.

Se trata de un sector que conforme pasan los años crece de forma exponencial en nuestro país, situándose a la cabeza de Europa, junto con Alemania y Reino Unido, tanto en número como en financiación. Entre las más importantes destacan *Flywire*, que acumula más de 200 millones en inversión, *Fintonic* (42 millones), *Verse* (34 millones) o *Bnext* (20 millones).

⁵ Ontiveros et al (2012)

⁶ Fernández-Manzano et al (2016)

⁷ El Referente (2020)

Y es que muchos inversores han visto la oportunidad que puede suponer el sector *Fintech*, ante la gran incertidumbre del futuro de las finanzas, existe un alto potencial en muchas de las empresas que nacen hoy, ya que muchas vienen a sustituir diversos servicios que venían ofreciendo los bancos tradicionales, adentrándose incluso en algunos “monopolios” como el de las tarjetas de crédito que comparten hoy en día VISA y Mastercard⁸.

Se trata de un sector con escasas barreras de entrada con un consumidor al que no le importan los cambios siempre que le ofrezcan algo mejor. Todo esto ha propiciado la entrada de grandes cantidades de capital procedentes de empresas de capital riesgo (VC - Venture Capital) por importe de 12,7 mil millones de dólares⁹.

Además, el coste de fracaso de una *startup* no es muy alto, lo que ha supuesto la creación de numerosos proyectos y la inyección de capital público en algunos de ellos. Aunque, según Eduardo Vergara la mayoría no triunfarán¹⁰ algunas sí lo harán y por muchos años, pudiendo llegar a convertirse en el nuevo Google o Amazon.

Volviendo al mercado español, destacamos que en términos mundiales España se sitúa en el puesto número sexto de países con mayor número de Startups *Fintech*. Resulta interesante cómo España, que objetivamente puede no llegar a ser uno de los países más atractivos para lanzar tu propia *startup* por razones de fiscalidad, apoyo a la inversión o al emprendimiento, se consolida año tras año como uno de los países con mejores resultados en el espacio *Fintech*.

Estos resultados pueden resultar incluso contradictorios con los datos expuestos anteriormente sobre la cultura financiera de los españoles. Es evidente que un país en donde según los datos de Finnovating tan solo un 23%¹¹ conoce el significado de la palabra *Blockchain* o un 14% ha oído hablar de alguna criptomoneda más allá del famoso *Bitcoin* necesita de una mayor educación financiera, pero aún así los emprendedores españoles lo están haciendo muy bien.

⁸ VISA y Mastercard son esquemas de tarjetas y establecen las reglas de funcionamiento y los principios organizativos sobre los que se articula el negocio de las tarjetas de crédito. Rivas, S. G. (2007)

⁹ Románova y Kudinska (2016)

¹⁰ Vergara (2017)

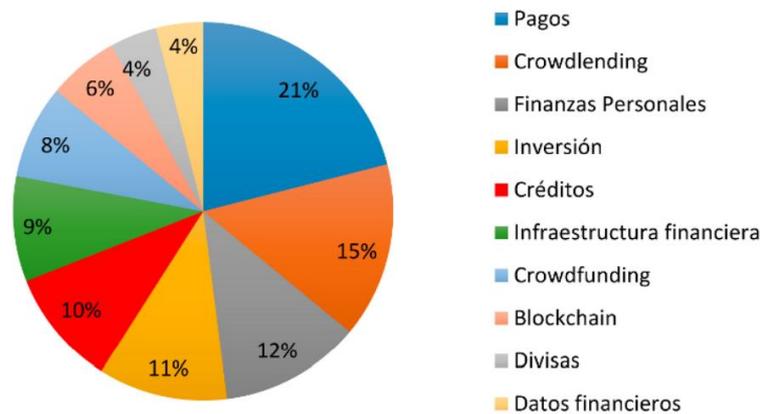
¹¹ Finnovating (2020)

Finalmente, debemos mencionar el efecto acelerador que la pandemia ha tenido en la industria *Fintech*¹², que deja un consumidor más interesado por el mundo digital, más pegado a su teléfono móvil y reacio a la presencialidad de los servicios financieros debido a las exigencias de distanciamiento social y medidas de protección obligatorias.

2.3 Industria del ahorro y la inversión.

Respecto a los diferentes sectores que predominan en el mercado español, la principal actividad de las empresas *Fintech* está relacionada con servicios bancarios como los métodos de pago, la gestión de divisas y concesión de crédito o con actividades como el *Crowdfunding* que tuvieron un boom en el año 2009¹³.

Figura 4: Distribución mercado *Fintech* español (2016)



Fuente: *FinTech: la tecnología en las finanzas. Oportunidades y desafíos (2017)*

Así pues, como podemos apreciar en el gráfico el mayor número de empresas *Fintech* en España están relacionados con los medios de pago y préstamos, que justo coinciden con las áreas donde los bancos tradicionales están poniendo el mayor esfuerzo económico y tecnológico para poder desarrollar proyectos competitivos y a la altura de estas empresas.

Hay que tener presente que la transformación de este sector es tan grande que es posible que en unos años las áreas del gráfico hayan cambiado completamente, un sector en el que cada día aparecen y desaparecen nuevas oportunidades y formas de operar, especialmente en la banca, ahorro y la inversión.

¹² Finnovating (2020)

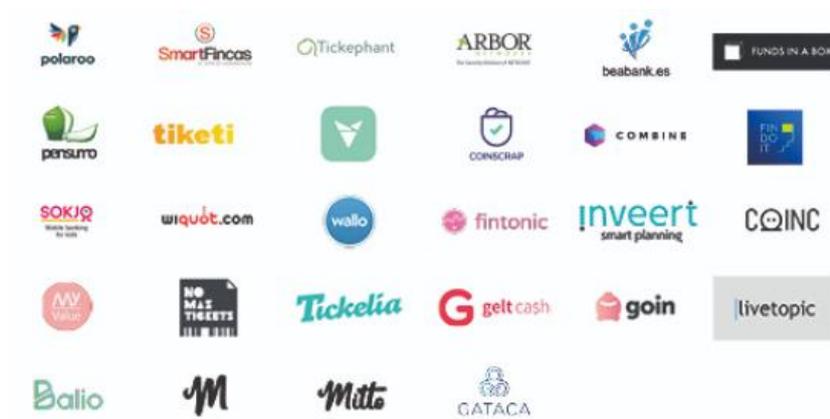
¹³ Butzbach (2012)

¿Dónde se sitúa Inverting?

Inverting pertenece a los grupos de finanzas personales e inversión, aunque con potencial para poder dedicarse a alguna otra actividad, y por consiguiente pasar a formar parte de otro grupo del sector, como pueden ser los pagos o el *blockchain*.

En la siguiente imagen podemos observar la situación del mercado actual de empresas *Fintech* de tanto ahorro como inversión. Destacamos la presencia de Arbor, Goin, Fintonic y Coinscrap, algunos de los principales competidores que analizaremos más adelante y sobre los que se ha construido el modelo de negocio.

Figura 5: Principales *startups* e inversión en España (2020)



Fuente: Estudio *Fintech España*, diario *El Referente* (2020)

A priori, parece un mercado muy competitivo donde hay varias Startups que ofrecen los mismos servicios que pretende ofertar Inverting. La gran diferencia de Inverting, en la que profundizaremos más adelante en el cliente al que se dirige, un público joven.

Sin embargo, como explicaremos posteriormente con detalle la gran diferenciación de nuestro producto es la focalización en los jóvenes como futuros inversores del mañana.

2.4 El futuro de las *Fintech*

Después de haber visto muchas caras del mundo *Fintech*, está claro que, en la actualidad, esta industria cada vez ya no se trata de la mera aplicación de la tecnología a los servicios financieros sino de una transformación de aquellos. A modo de ejemplo podríamos citar varios servicios como los medios de pago, la prestación de crédito, las transferencias de dinero, inversiones... cuya evolución en los últimos años ha sido inimaginable y hay muchos cambios que están por venir, sin ir más lejos, según Nigorra, se estima que a mediados de 2022 podamos pagar con *Bizum* en la mayoría de los comercios de nuestro país (Pérez, 2021).

Por otra parte, si hablamos de futuro no podemos olvidarnos de la industria del *Blockchain*. Aunque estas tecnologías hayan surgido fuera del sector financiero, no implica que las entidades financieras, observando su potencial disruptivo traten de que cada vez estas tecnologías estén más unidas a los servicios financieros, propiciando grandes avances en cuestiones de seguridad y descentralización.

Desde los contratos inteligentes¹⁴ pasando por los sistemas DLT¹⁵, poco a poco esta tecnología se está implantando en el sistema financiero, y viene para quedarse. Un ejemplo de la revolución *Blockchain* lo encontramos en empresas como *Celsius*, *Blockfi* o *Nexo*, bancos de criptomonedas que ya gestionan miles de millones en activos y que están llamando a las puertas de los grandes bancos de Wall Street.

A estos novedosos cambios se le suma el impacto que tiene la regulación en la industria *Fintech*. Países como Canadá, EE.UU. o Australia han podido sacar una gran ventaja frente al resto de países por su pronta regulación, ganando innovación financiera y tecnológica. En Europa, los pioneros en este sentido han sido los franceses. En 2017, Emmanuel Macron, el proyecto “Estación F” con el que pretende convertir el país en una gran aceleradora de Startups en Europa.

¹⁴ Mecanismo automático de ejecución de instrucciones informáticas, que puede usarse para ejecutar contratos en un entorno DLT. Jiménez (2017)

¹⁵ La “tecnología de registros distribuidos” es una red que actúa como un registro para una *blockchain*. Jiménez (2017)

En España, la principal preocupación del sector *Fintech* es la regulación¹⁶ (con el 52,1% de los votos). La revolución regulatoria del mundo de las *Fintech* es de tal magnitud que en 2020 se ha aprobado en España un Sandbox Financiero. Según la Asociación Española de *Fintech* e *Insurtech* se define como “un espacio de pruebas controlado y no desregulado que favorecerá la creación de nuevos empleos, la competitividad y el desarrollo tecnológico”.

La propuesta tiene como objetivo principal la identificación de proyectos que mejoren la prestación de servicios financieros. Además, una de las medidas más novedosas es el compromiso por una revisión y actualización de la regulación que afecta al ecosistema *Fintech*, para que cada vez la distancia entre la innovación y la regulación sea menor.

Por último, es una buena noticia también para las *Startups*, ya que el plan de desarrollo del Sandbox pretende crear 5.000 nuevos empleos en los próximos años y atraer financiación externa al sector *Fintech* español.

Asimismo, España cumple con las directivas que vienen de Europa. Por ejemplo, a partir del 1 de enero de 2021, las empresas españolas comenzaron a implementar algunas medidas de la directiva PSD2 (*Payment Services Directive*) que regula los servicios de pago y que introduce novedades como la SCA (*Strong Customer Authentication*¹⁷).

Y es que cada vez son más los aspectos del sistema financiero que están regulados por las autoridades europeas, ya sea en el panorama de las inversiones, donde rige la directiva MiFID o incluso en el mercado de las criptomonedas donde ya hay alguna propuesta de la Comisión Europea como MiCA, que pretende establecer un marco normativo de este mercado con el objetivo de generar seguridad jurídica para el inversor, además de que los criptoactivos cumplan una serie de requisitos con el fin de fomentar la seguridad del consumidor.

¹⁶ Uría y Ocaña (2017).

¹⁷ Comunidad de Madrid (2021)

3. Inverting

Inverting es una *Startup Fintech* que nace para incentivar la inversión y el ahorro entre los jóvenes. Se da a conocer como una aplicación móvil que permite a los usuarios ahorrar pequeñas cantidades a través de diferentes métodos de ahorro, para posteriormente invertirlos en instrumentos financieros de bajo coste. Además, durante todo el proceso la formación financiera se encuentra presente. El proyecto nace de la detección entre los jóvenes de una deficiencia, tanto en conocimientos, como en oportunidades de mercado, para realizar inversiones financieras.

3.1 Idea de negocio

Cada vez es más difícil alcanzar la independencia económica, la vida estudiantil se ha ido alargando y ha retrasado la edad a la que se empieza a tener una cierta estabilidad financiera, y, por tanto, la primera toma de contacto con el mundo de las finanzas.

Figura 6: Porcentaje de jóvenes que viven con sus padres (2013-2020)



Fuente: Trincado (2020)

Incluso cada vez es más difícil alcanzar la emancipación juvenil y pasar a vivir sin tus padres. Según los últimos datos del INE el 55% de los menores de 30 años vive con sus padres en 2020, el porcentaje más alto de los últimos 8 años.

Los jóvenes de hoy en día se caracterizan por tener un nivel de ingresos bajo, con cierta dificultad para ahorrar, pero sobre todo por ser grandes desconocedores de este sector y todo lo que podría llegar a ofrecerles.

Por otra parte, nos encontramos ante un auge del *Fintech*, que supone una gran oportunidad para ofrecer servicios adaptados a las necesidades reales de estos jóvenes, pues son mucho más sencillos, más atractivos y con un coste notablemente menor.

Sobre este problema y oportunidad se ha construido la propuesta de valor de Inverting, que, como ya hemos explicado *supra*, se trata de una aplicación de ahorro e inversión con formación financiera diseñada por y para jóvenes.

El producto de Inverting descansa sobre tres pilares fundamentales, el ahorro, la inversión y la formación financiera. En primer lugar, debemos destacar que el ahorro está predestinado única y exclusivamente a la inversión, es decir, que el objetivo de ahorrar no es para comprar el nuevo *Iphone* o para irte de vacaciones con tus amigos, el ahorro está pensado para que puedas tener la oportunidad de invertir y tener tu primera experiencia con las finanzas, algo que, sino, fuera por el ahorro, no te podrías permitir.

Una vez el usuario haya conseguido ahorrar una cantidad suficiente, comienza el proceso de inversión donde será redirigido a diferentes empresas externas. Debemos hacer un inciso en este momento, ya que es muy importante dejar muy claro que Inverting no es una empresa de inversión ni que proporciona asesoramiento financiero. De lo contrario tendríamos que cumplir con la normativa MiFID II lo que elevaría nuestros costes considerablemente.

Por tanto, Inverting únicamente se dedica a unir un interés por iniciarse en el mundo de inversión con una entidad externa que le proporcione los medios para comprar o vender sus activos. Este método de actuación coloca a Inverting en una posición muy parecida a *Bnext*, el *Neobanco* que conecta a sus clientes con empresas de todo tipo (Seguros, hipotecas, viajes, inversión, préstamos, etc.).

En el momento de invertir, Inverting ofrece tres instrumentos financieros diferentes. En primer lugar, destacamos que en todos ellos se ha tenido en cuenta el poder adquisitivo del público al que nos dirigimos, estableciendo las cantidades mínimas de inversión más bajas del mercado. En la actualidad a menudo podemos ver anuncios de empresas de trading o incluso de la competencia de Inverting como promocionan la inversión en acciones de *Amazon*, *Google* o comprar *Bitcoin* o *Etherium*. El problema que existe con estas compañías o Criptoactivos es su alto precio de mercado, que en el caso de Bitcoin alcanza los 57.000\$ en el momento de escribir este trabajo.

Esto es un problema ya que el equipo de Inverting considera que es muy importante que en el momento de tu primera inversión te sientas propietario del activo o acción que hayas adquirido. Aunque este problema se soluciona parcialmente con la compra de una fracción de acción o de *Satoshis*¹⁸ en caso del Bitcoin, sigue habiendo algunos problemas.

Por ejemplo, la empresa *Fintech* eToro explica en su página web cómo algunas posiciones se abren mediante un CFD¹⁹ lo que significa que el inversor no adquiere el activo real y, por tanto, no tiene derecho a los beneficios del titular, como son los dividendos.

Figura 7: Posición abierta con CFD en Etoro

ACTION (3)	AMOUNT	UNITS
BUY AAPL  12/11/2018 16:22	\$23,777.25	244.94

Fuente: Etoro.com

Respecto a la formación financiera, creemos que debe estar presente en todo momento, tanto en el ahorro y, sobre todo en la inversión. Creemos que conocer y entender el funcionamiento e implicaciones básicas de cada proceso aporta seguridad y confianza a los jóvenes. Por esta razón, hemos incluido la formación financiera en todos nuestros canales de comunicación, haciendo énfasis en las redes sociales de Inverting, donde los usuarios podrán aprender conocimientos financieros de manera rápida, fácil e incluso entretenida.

3.2 Misión y visión

La **misión** de Inverting consiste en ayudar a los jóvenes a adentrarse en el mundo de las finanzas de la mano del ahorro y la inversión, para que puedan incrementar su patrimonio de forma progresiva, sin demasiado esfuerzo y, sobre todo entendiendo en todo momento los riesgos y distintos resultados posibles.

¹⁸ Unidad mínima en la que se divide 1 Bitcoin. 1 Bitcoin = 100.000.000 de Satoshis. Nakamoto (2008).

¹⁹ “Contract for Difference” contrato que permite invertir en un activo vinculándose contractualmente con la plataforma de inversión para replicar las condiciones del mercado sin adquirir el activo subyacente. Brown et al (2010).

Partiendo del mismo enfoque, su **visión** es conseguir que la mayoría de los jóvenes españoles saquen partido a sus ahorros a través de la inversión. Pero no solo eso, sino que Inverting quiere que cada joven acabe comprendiendo cómo funciona el mundo financiero para que además de ayudarse a sí mismos, puedan ayudar a los demás.

3.3 Business Model Canvas

Para analizar en profundidad la idea de negocio de Inverting se va a realizar un Business Model Canvas. Esta herramienta tiene su origen en la tesis doctoral presentada por Alexander Osterwalder en 2004 sobre “Ontología de Modelos de Negocio”. Sin embargo, no fue hasta 2009 cuando este autor publicó junto con Yves Pigneur el libro *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*, a partir del cual se instauró en todo el mundo este modelo como uno de los métodos más utilizados para visualizar, evaluar y transformar un modelo de negocio.

El modelo recoge 9 módulos diferentes que estudian los distintos componentes del modelo de negocio y que juntos forman la base de la gestión estratégica que debe seguir el diseño de una empresa. A su vez, estos nueve módulos se pueden resumir en tres preguntas que bien respondidas solucionan la mayoría de los problemas de un negocio:

- ¿Es deseable? Esta pregunta se profundizará en la propuesta de valor, los segmentos de los clientes, las relaciones con los clientes y los canales.
- ¿Es factible? Responderemos a esta pregunta en la parte de los socios y en los recursos y actividades claves de la empresa.
- ¿Es viable? Esta pregunta, que se refiere a la viabilidad económica de la empresa será la que analizaremos con mayor detalle en el apartado cuarto del trabajo.

3.3.1 Propuesta de valor

La propuesta de valor de la aplicación consiste en dirigirse a un público joven y sus necesidades, ofreciéndoles un modelo de inversión de bajo coste, que, de hecho, durante el primer año será gratuito (no cobraremos nuestra parte de la comisión).

Para llegar a ellos, utilizaremos canales de distribución adaptados a un público joven como las redes sociales y las universidades. Como ya hemos comentado supra, se

ofrecerá formación financiera para que comprendan todo lo que están haciendo y todo ello a través de una interfaz sencilla.

Finalmente, lo que nos diferencia de la competencia es en las técnicas de ahorro varias, que posteriormente se destinarán a la inversión.

Los jóvenes son grandes desconocedores del mundo financiero y las posibilidades que puede ofrecerles. Como hemos explicado anteriormente, es muy habitual que lleguen a los 20 o 30 años dependiendo económicamente de sus familias. En Inverting, creemos que este problema podría mitigarse impulsando la formación financiera y facilitando la inversión a través del ahorro.

Inverting no es una empresa de trading más que pretende enriquecerse a costa de las inversiones en forma de apuestas de sus usuarios, cobrando su comisión sea cual sea el resultado de la inversión. Para Inverting es igual de importante la formación financiera, el ahorro o la inversión. Es cierto que una persona puede lograr multiplicar sus ahorros con una correcta inversión, pero también es cierto que con la educación se consiguen cambios en la rutina de una persona que le pueden hacer ganar mucho dinero en el largo plazo.

La mentalidad ahorradora y la negación al despilfarre puede suponer un ingreso muy grande para ciertas personas a lo largo de un año, incluso superior a lo que puedan conseguir con una buena inversión.

Para conseguir sus objetivos Inverting se crea basándose en los siguientes valores:

- Empatía y trabajo en equipo
- Pasión por lo que hacemos
- Capacidad de análisis y de simplificar lo complejo

En resumen, a través de la aplicación Inverting, los jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 38 años tendrán la oportunidad de introducirse en el mundo de la inversión. Si ya cuentan con los fondos suficientes, podrán invertir en los productos financieros que deseen, mientras que, si no disponen de ellos, la aplicación les servirá de guía para conseguir sus objetivos a través de diferentes métodos de ahorro. De igual

modo, la App ofrecerá formación financiera básica, para mitigar el desconocimiento y la inseguridad entre sus usuarios.

3.3.2. Segmento de clientes

Como ya se adelantaba supra, los jóvenes normalmente no cuentan con ahorros para las necesidades que surgen a lo largo de su vida: viajes, educación, tecnología, vivienda, etc. Tampoco consiguen “emanciparse” económicamente de sus padres hasta que se consolidan en el mercado laboral. Por otro lado, la falta de conocimientos del mundo de la inversión hace que no intenten sacar rentabilidad a los pocos ahorros que poseen. Inverting ofrece una solución a estos problemas, con métodos de ahorro e inversión automáticos y formación financiera básica.

El mercado de Inverting son los jóvenes españoles entre 18 y 38 años. A 1 de julio de 2020, según los datos del INE, residen en España aproximadamente 11 millones de jóvenes de entre 18 y 38 años. Tras analizar distintos estudios (Encuesta Funcas 2019, investigaciones de ESADE en colaboración con el Banco Sabadell 2019, CaixaBank Research 2019, etc.) se ha podido comprobar que los jóvenes españoles quieren y consideran importante ahorrar.

Además, el equipo de Inverting, realizó una encuesta en la que participaron más de 200 jóvenes entre 18 y 25 años donde más de un 60% de los encuestados afirmó que invertiría sus ahorros si pudiera hacerlo de manera sencilla y un 36,5% contestó que tal vez lo haría. Por otro lado, la inmensa mayoría de los encuestados (un 73%) nunca había invertido. Asimismo, según datos de ING, en 2020, los jóvenes españoles invirtieron un 376% más respecto al año anterior.

Todos estos datos definen al nicho de mercado al que Inverting se dirige, a la generación de los 90 o incluso ya *millennial*, que además invierte cada año más que lo que lo hicieron sus padres o sus hermanos mayores.

¿Cómo creemos que será el usuario medio de Inverting²⁰?

- Ingresos Bajos
- Perfil crítico que busca mejores condiciones
- Desconocedor del mundo de las finanzas
- Tecnológico

Además de tener cada vez un mayor interés por la inversión, gracias al uso temprano de las redes sociales y de los teléfonos móviles desde los 14 o 15 años, los jóvenes están más expuestos a la información proveniente de internet. El objetivo de Inverting es adentrarse en el contenido que consume el público joven y gracias a la publicidad poder ofrecerles un servicio de formación financiera, ahorro e inversión que captará su interés.

Sin embargo, adentrarse en este mercado para acercarse al público joven no es tarea fácil, por eso en Inverting hemos llevado a cabo un análisis exhaustivo de las diferentes alternativas que ofrece actualmente el mercado español, ya que en los primeros años únicamente ofreceremos nuestros productos en el mercado nacional.

Después de los análisis, hemos encontrado dos grupos diferenciados de empresas, por un lado, las aplicaciones que ofrecen ahorro e inversión como pueden ser *Goin* o *Arbor*, muy similares a Inverting y que serán nuestros principales rivales en este sector. Por otro lado, existen aplicaciones más alejadas del modelo de negocio de Inverting, que ofrecen únicamente uno de los dos servicios: Ahorro/gestión finanzas: *Coinch*, *Coinscrap*, *Fintonic* o *Monefy*; Inversión: *Acorns*, *Etoro*, *Ninety nine*, *Plus 500*...

De todos modos, todas y cada una de estas aplicaciones están enfocadas a un público adulto, de edades superiores a los 30-38 años, que ya cuentan con ingresos fijos, obligaciones fiscales y una comprensión básica de lo que es invertir y los riesgos que conllevan las operaciones.

A continuación, se recoge un cuadro-resumen con las principales características de *Goin* y *Arbor*, los cuales ofrecen un producto muy similar al de Inverting:

²⁰ Anexo I: Encuesta Equipo Inverting, (2021)

Figura 8: Competidores Inverting

	MÉTODOS AHORRO	MÉTODOS INVERSIÓN	ENTIDAD PAGOS	MODELO INGRESOS	GOOGLE PLAY	APPLE STORE
GOIN - 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Redondeo • Transferencia • % ingresos • 2 retos (despertador y tabaco) 	<ul style="list-style-type: none"> • Criptomonedas • Fondos ETFs 	Easy Payments	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro: gratuito • Inversión: Comisiones transacciones (1,5%) y de gestión (0,75%) 	<ul style="list-style-type: none"> • +100.000 • 4,45 estrellas (6.149 com) 	<ul style="list-style-type: none"> • +80.000 • 4,6 estrellas (4.860 com)
ARBOR - 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Redondeo • Transferencia • % ingresos • 1 reto (cantidad en aumento de ahorro) 	Fondos ETFs	Lemonway	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro: gratuito • Inversión: 2 €/mes 	<ul style="list-style-type: none"> • +50.000 • 4,38 estrellas (732 com) 	<ul style="list-style-type: none"> • +20.000 • 4,2 estrellas (391 com)

Fuente: Equipo Inverting

Podemos observar cómo tanto *Goin* como *Arbor* son aplicaciones con un gran éxito en cuanto a número de descargas en Google Play y en *Appstore*. Como hemos comentado supra, ambos se reparten una gran parte de la cuota de mercado ofreciendo un modelo de negocio muy similar.

La principal diferencia la encontramos en el modelo de ingresos, puesto que *Arbor* tiene un modelo gratuito donde únicamente ofrece el servicio del ahorro y para invertir necesitas contratar *Arbor Gold* con un coste de 2€ al mes. Por su parte, *Goin* es más parecido a *Inverting* en ese sentido, ofreciendo un servicio de ahorro e inversión gratuito y cobrando comisiones por transacción a la hora de invertir.

3.3.3. Relaciones con los clientes

Los jóvenes lo quieren todo y lo quieren ya. Para atraerlos, es fundamental que todo el proceso sea lo más sencillo, rápido y seguro posible. Así, no sólo querrán probar los servicios de *Inverting*, sino que serán clientes también en el medio-largo plazo. En este sentido, se plantean las siguientes ideas:

El plan “amigo”: Siguiendo el modelo utilizado por muchos competidores no solo ya de nuestro mercado directo sino del sector *Fintech* en su totalidad, crearemos un sistema de referidos interno para que los usuarios que inviten a una persona mediante el envío de un enlace o un código personal reciban una recompensa en forma de crédito en la aplicación.

En un principio este plan supondrá una gran inversión para la empresa pero que creemos que será rentable en un futuro. Entregando una cantidad que al principio será de dos euros por invitado estimamos que podemos conseguir mucho más si captamos al cliente para que empiece a ahorrar o invertir. Esto se consigue estableciendo límites y condiciones al bono entregado en forma de crédito en la aplicación, para fomentar el ahorro por parte del cliente.

El objetivo de este plan amigo es conseguir que, entre dinero en la aplicación, cuanto más dinero tengan sus clientes en sus respectivas cuentas, más invertirán y más comisiones pagarán. Además, el coste del crédito de dos euros en la aplicación es menor que una transferencia de dos euros a cada cliente ya que todo dinero que se encuentre en las cuentas de nuestros usuarios tiene muchas posibilidades de ser invertido.

Programa *Earn*: se trata también de una forma de recompensar a los usuarios en crédito en la aplicación a medida que vayan respondiendo a diferentes cuestionarios de forma correcta. Es una medida que junta la educación financiera con el ahorro para el cliente.

La idea funciona de la siguiente manera, si un usuario logra responder a un cuestionario de 10 preguntas test correctamente (sin fallos) logrará una recompensa en dinero. El cuestionario tendrá un límite de tiempo para evitar ayudas externas. Además, siguiendo el modelo de negocio de *Duolingo* cada semana habrá un nuevo cuestionario que incluya todas las preguntas que hemos fallado para poder así asentar los conceptos más difíciles. Este método de recompensas tiene el objetivo de en un futuro incluir publicidad de cualquier organización o empresa que quiera dar a conocerse a nuestra clientela.

3.3.4. Canales

Los principales canales a través de los cuales se mantendrá el contacto con el cliente son por un lado las redes sociales, principalmente *Instagram* y, por otro lado, las universidades y organizaciones que nos permitan acercar a los estudiantes más jóvenes para llevarles la educación financiera que pudiesen recibir en una carrera de finanzas directamente a su teléfono móvil.

Respecto a las redes sociales, además de *Instagram*, Inverting estará presente en *Tik-Tok*, y LinkedIn, que serán los principales canales de comunicación utilizados para llegar al público objetivo. Se realizará mediante anuncios, creación de contenido dinámico y encuestas y evaluaciones personales.

- *Instagram*²¹: Tips, experiencias de consumidores, cuestionarios, retos...
- *Tik-Tok*: vídeos cortos, concisos y atractivos de formación financiera.
- *LinkedIn*: blogs, artículos académicos, artículos de opinión, etc.

Universidades: se trata de otro de los canales de mayor importancia para nuestra firma. La comunicación se producirá mediante anuncios en las aplicaciones de las universidades (principalmente UComillas), así como un futuro *Partnership* con Universia, una organización formada por más de 1.400 universidades con presencia en más de 20 países, que nos abrirá las puertas a prácticamente la totalidad de las universidades españolas, lo cual nos permitiría acercarnos al cliente directamente, logrando una gran ventaja respecto de nuestros competidores.

Las universidades son simultáneamente grandes focos de clientes potenciales y los principales centros de formación financiera. Un convenio con Universia permitiría el acceso a prácticamente la totalidad de las universidades españolas y aumentaría la confianza de los clientes, es evidente que internet inspira menos confianza que una conferencia en una universidad, donde las distancias cortas pueden jugar un papel importante a la hora de captar clientes.

²¹Anexo II: *Instagram* equipo Inverting (2021)

Finalmente, este canal tiene un potencial enorme, ya que cuando pasen unos años y las universidades ganen confianza con nosotros, podremos hacer proyectos muy interesantes como ofrecer a una clase un simulador de inversión en nuestra App (que luego puedan convertir en real), posibilidades de invertir en grupo (como clase), etc.

3.3.5. Socios clave

Se trata de las alianzas estratégicas que son cruciales para que el modelo de negocio tenga éxito. En un primer momento los socios clave de Inverting serán cuatro, que podrán ir aumentando conforme la empresa gane experiencia en el sector y se consolide en el mercado:

- Los inversores: sin ellos, nuestra *Startup* no podría salir a flote, ni siquiera nos podríamos permitir dedicarnos a este proyecto a tiempo completo. Los futuros inversores de Inverting serán nuestros principales socios clave con los que mantendremos reuniones mensuales para mantenerles al tanto de los problemas que vayan surgiendo y las soluciones que planteamos a cada uno de ellos.
- Proveedores: se incluyen aquí tanto a las plataformas tecnológicas de Google Play y *Appstore* mediante las cuales ofreceremos nuestros servicios a los clientes como las empresas externas de inversión con las cuales llegaremos a acuerdos para ofrecer sus productos a nuestros clientes y que ambos salgan ganando.
- Socios captadores de clientes: este último grupo engloba a todas las organizaciones con las que Inverting tratará de conseguir nuevos clientes. Por ejemplo, las universidades anteriormente mencionadas, que son simultáneamente grandes focos de clientes potenciales y los principales centros de formación financiera.

3.3.6. Recursos clave

Sin duda alguna el recurso más valioso de Inverting es su equipo. Ellos serán quienes, gracias a su trabajo, consigan automatizar los procesos del ahorro, quienes realicen tareas de investigación y preparen la formación de los usuarios para que siempre estén al día, etc. Y por último quienes consigan el mejor trato negociando por y para los

usuarios para que puedan invertir en los activos más atractivos y adaptándose a los gustos de cada cliente.

Inverting cuenta con un equipo multidisciplinar que, a pesar de tener perfiles similares (graduados en ADE, Derecho, Relaciones Internacionales y Business Analytics), cada uno aporta una visión muy distinta gracias a la especialización en diversas áreas.

Además, al tratarse de perfiles con algún componente en común, la comunicación es más sencilla, lo que genera un buen ambiente de trabajo y permite que nuestros caracteres se complementen. Dicho esto, cabe destacar que lo más importante y lo que nos permite avanzar hacia la misma meta es que compartimos la misma visión: contribuir a establecer una nueva generación de jóvenes con más formación financiera y mejor acompañados en el mundo de las inversiones.

Nuestra *Startup* se compone de los cinco perfiles imprescindibles en cualquier empresa:

- CEO: Ana María Fernández Serna

Graduada en Derecho y Administración de Empresas. Ha sido elegida como CEO por un equipo que confía plenamente en ella, gracias a su dedicación y buen juicio en la toma de decisiones. El rol de Ana tendrá las funciones de gestionar, coordinar y dirigir la compañía. Será quien se encargue de desarrollar la visión estratégica y se responsabilizará del liderazgo en los más altos niveles.

- Director Financiero (CFO): Enrique Lago Sánchez Martínez

Graduado en Derecho y Administración de Empresas. Gracias a su personalidad orientada al detalle, visión analítica y estratégica y su experiencia en el mundo financiero ocupa el puesto de Director Financiero. El CFO lleva a cabo la administración financiera, realiza presupuestos, proyecciones e inversiones y maximiza el aprovechamiento de los recursos disponibles.

- Directora de Marketing (CMO): Ana María Blanc González

Graduada Administración de Empresas y Relaciones Internacionales. Ana ha sido seleccionada para el rol de Directora de Marketing por su creatividad, presencia en las

redes sociales, experiencia y pasión en este ámbito. Nuestra directora de Marketing se encarga de la publicidad y marketing, del diseño gráfico, gestión de las redes sociales, atracción de clientes e imagen de la empresa.

- Director de Operaciones (COO) y Legal: Javier García Luján

Graduado en Derecho y Administración de Empresas. Con una excelente trayectoria académica y una personalidad proactiva y organizada, es la persona más indicada para ser Director de Operaciones y Legal de Inverting. En este perfil se junta el COO y el gerente legal. Como COO realizará las tareas de planificación y revisión de procesos y como gerente legal, se encargará de que la empresa cumpla con toda la normativa jurídica aplicable, así como el cumplimiento de las obligaciones fiscales y de cumplimiento normativo interno.

- Directora de información (CIO), RRHH y clientes: Ying Chen Chen

Graduada en Derecho y Análisis de Negocios. Ocupa las funciones de CIO y gerente de RRHH por su formación especializada en el área de Business Analytics y su experiencia en el departamento de gestión de nóminas. Como CIO se encargará del análisis de datos que va ligado a la mejora de eficiencia del trabajo y provisionalmente, tendrá las funciones de CTO hasta que se una al equipo una persona con mayor conocimiento técnico. Se encargará, además, de las contrataciones y gestión de nóminas y del servicio al cliente.

Figura 9: Equipo Inverting



Fuente: Equipo Inverting

Pero no solo el equipo, sino que tanto la página web, como los servidores o la aplicación móvil son otros elementos esenciales para el éxito del negocio.

Figura 10: Recursos Clave Inverting



Fuente: Equipo Inverting

Respecto a la estructura accionarial de los socios, tras considerar diversos criterios para el reparto del *Equity* se ha decidido dividir a partes iguales entre los 5 fundadores, siendo siempre un reparto dinámico que variará en función de la evolución de la compañía. Los criterios que se han tenido en cuenta son:

- Creación de la idea inicial
- Aportación de capital
- Responsabilidades y funciones asumidas y
- Dedicación a tiempo parcial o completo.

Dado que todos los miembros han participado en la idea inicial, aportan el mismo capital, asumen aproximadamente en la misma medida funciones y responsabilidades y estarán todos dedicados a tiempo completo, se ha considerado que el reparto inicial debe ser equitativo, por tanto, de un 20% cada uno. No obstante, quedará sujeta a la condición de que el individuo se mantenga como socio activo, un mínimo de 2 años.

Además, como se ha mencionado, se trata de un reparto dinámico que variará en función de la entrada de nuevos socios e inversores, retención de talento con acciones, cambio de roles y responsabilidades, etc.

3.3.7. Actividades clave:

En nuestro caso, se refieren a los pilares fundamentales sobre los que se ha construido la idea de negocio de Inverting que son: el ahorro, la formación y la inversión.

Retomando lo comentado anteriormente, Inverting sería la única aplicación de ahorro e inversión, dirigida exclusivamente a un público joven, de entre 18 y 38 años. Se trata de un *target* con bajo nivel de ingresos y un gran desconocimiento del ámbito financiero, para el que apenas existen opciones en el mercado, que se ajusten a sus necesidades reales.

En este sentido, Inverting cobrará las comisiones por transacción más bajas del sector y ofrecerá, en comparación con la competencia, una mayor variedad de activos financieros, sobre todo de bajo coste, nuestro objetivo es que un inversor pueda formar una cartera de entre cinco y diez activos con una pequeña inversión de entre 10 o 20 euros. Todo ello siempre irá acompañado de una formación integral sobre conceptos financieros básicos y noticias actualizadas.

El factor diferenciador del proyecto reside, por tanto, en el público al que se dirige, siendo los jóvenes de entre 18 y 38 años. Se trata de un rango de edad en el que se debería alcanzar la independencia económica a través de los rendimientos obtenidos en el desarrollo profesional. No obstante, la realidad social (pasada y presente) no siempre es así y los jóvenes no cuentan con suficientes ahorros para ello. Esto, sumado a la falta de información sobre el mercado financiero y su percepción como algo complejo o excesivamente arriesgado, hacen que las inversiones realizadas por este grupo sean muy escasas.

Los principales competidores del sector se dirigen a un público adulto, mientras que el modelo de negocio de INVERTING se centra en los jóvenes adaptando sus canales de comunicación, estrategias comerciales y productos y servicios ofrecidos a las necesidades de este segmento.

Todas las actividades clave de Inverting tendrán lugar en la App. En primer lugar, el usuario deberá registrarse en la aplicación y verificar su identidad. El sistema estará automatizado para que llegue un correo electrónico de verificación y un SMS con un código cada vez que se inicie sesión desde un dispositivo nuevo.

Para empezar a ahorrar, se deberá vincular una cuenta bancaria o tarjeta de crédito y aceptar un contrato de términos y condiciones donde se explicará al usuario la manera en la que se transfiere el dinero de su banco a la cuenta de Inverting.

Figura 11: Front App Inverting



Fuente: Equipo Inverting

Cuando ya tenga una cuenta vinculada se le redirigirá a un cuestionario donde deberá indicar qué cantidad tiene pensado invertir (para establecer alarmas en el sistema cuando llegue a esa cantidad y avisarle de que ya ha conseguido ahorrar tanto) y se le mostrarán algunas opciones de inversión que corresponden a la cantidad deseada.

Tras completar el cuestionario inicial, tendrán acceso a un vídeo introductorio explicativo del funcionamiento de la aplicación. También se ofrece la posibilidad de consultar un apartado de "Preguntas Frecuentes", con las dudas más comunes. No obstante, si no se encuentran en este apartado sus dudas, podrán rellenar un formulario online de ayuda con su consulta que será respondido en un máximo de 48 horas por algún miembro del equipo.

Gracias a esto, el futuro inversor puede ir analizando el mercado, sus tendencias y sus gustos por algún activo en concreto para cuando reúna la cantidad que decidió ahorrar. En cuanto el usuario tenga el dinero suficiente para invertir, se evaluarán sus preferencias y objetivos a través de un cuestionario rápido (Debemos recalcar que no se trata de las preguntas que obliga responder la normativa MiFID, que serán respondidas en las aplicaciones externas de inversión), esto será suficiente para redirigirle a nuestras plataformas externas de inversión.

Los usuarios podrán en todo momento acceder a información actualizada en tiempo real sobre el estado de sus cartillas de ahorro y preferencias de la cuenta, recibiendo un e-mail semanal con las novedades y principales cambios sucedidos.

Para garantizar que se sienta cómodo y seguro, el diseño de la interfaz será claro y muy sencillo, con vídeos explicativos e instrucciones de uso. Una vez superada la fase de registro, el usuario podrá acceder a los distintos servicios de ahorro:

Figura 12: Métodos de ahorro de Inverting

 INVERTING FIXED	 INVERTING ROUNDED	 INVERTING CHALLENGED
Aportación periódica de una cantidad fijada por el usuario.	Ahorrar la diferencia de las compras mediante el método del redondeo ¡Ahorrar gastando!	¡Retos exclusivos Inverting! En función de su consecución o no, deberá aportar a la cartilla de ahorro.

Fuente: Equipo Inverting

La gran novedad en estos servicios es *Inverting Challenged*, una forma de ahorrar mucho más personalizada a través de retos exclusivos para la cual tendremos que conocer mucho mejor a nuestro cliente a través de diferentes preguntas que se le irán haciendo a medida que vaya accediendo a la App. Este servicio trata de unir el ahorro con una buena acción que suponga un cambio a mejor en los hábitos diarios del ahorrador.

Por último, la formación financiera estará presente en ambos momentos. Conocer y entender el funcionamiento e implicaciones básicas de cada proceso aporta seguridad y confianza a los usuarios.

Esta formación se ofrecerá principalmente a través de la aplicación, la web y las Redes Sociales. En las redes sociales se realizarán sorteos en los que si respondes correctamente a una serie de preguntas sobre finanzas podrás ganar una participación al sorteo. En la página web y en la aplicación habrá un apartado de *Blogs* donde cada semana hablaremos de un tema de finanzas tradicional y otro de actualidad. Es la forma captar la atención de los usuarios y que aprendan a la vez algo nuevo que les podrá ayudar con sus finanzas personales y familiares en un futuro.

Figura 13: Lienzo *Business Model Canvas* - Inverting

<p>Socios claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inversores -Proveedores de los servicios de inversión. -Universidades -Universia -Potenciales partners. 	<p>Actividades claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ahorro, formación e inversión. -Métodos de ahorro novedosos: Inverting Challenged 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Público joven (18-38 años) -Diferenciación del producto -Formación financiera -Equipo competitivo -Aplicación sencilla e intuitiva 	<p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan amigo - Plan Earn <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instagram - Tik-Tok y LinkedIn - Universidades, Universia 	<p>Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sin ahorros -En busca de mejores condiciones -Tecnológico -Desconocedor del mundo de las finanzas -Con ganas de invertir su dinero
<p>Estructura de coste</p> <ul style="list-style-type: none"> -Salarios, constitución y desarrollo de Inverting, margen de las comisiones, marketing, y formación. 		<p>Fuentes de Ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comisiones por transacciones de compra y venta de ETFs / Criptomonedas / Small Caps 		

Fuente: Elaboración propia

3.4 Análisis de mercado

Como toda empresa, el equipo de Inverting, antes de decidir si quería adentrarse en el mundo de las *Fintech* de ahorro e inversión llevó a cabo un análisis de mercado interno y externo que reflejase la situación y contexto global en el que se adentraría Inverting. A continuación, se mostrará un análisis de las cinco fuerzas de Porter y un análisis DAFO, junto con las conclusiones más importantes que sacó el equipo de Inverting en su día para decidir adentrarse en este mercado tan competitivo.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter (Michael Porter, 1979)

Según Porter, el potencial de rentabilidad que tendrá una empresa en un mercado concreto viene definido por cinco fuerzas:

- El poder del cliente: en nuestro caso creemos que el cliente tiene un gran poder puesto que puede elegir entre las diferentes opciones de ahorro e inversión que le proporciona el mercado en función de sus gustos y de las condiciones que le ofrezca cada empresa. Para atraerles a Inverting, hemos diseñado un plan de marketing que desarrollaremos en el siguiente apartado en profundidad.
- El poder del proveedor: se trata de una de las mayores debilidades de Inverting, ya que el poder de los proveedores de Inversión es medianamente alto, puesto que se trata de una actividad clave para Inverting y que este mismo no puede llevar a cabo de momento. Si bien es cierto que hoy en día existen muchas empresas que ofrecen estos servicios de inversión externalizada para todo tipo de activos, estas empresas cumplen unas determinadas normativas y regímenes legales que Inverting de momento no cumple, por tanto, la posibilidad de integración vertical es mínima, de momento.
- Los nuevos competidores entrantes: Respecto a las barreras de entrada para potenciales competidores del sector, destacan las siguientes:

Diferenciación del producto. Varias aplicaciones ofrecen servicios similares. A pesar de ello, no existe una aplicación de ahorro como Inverting destinada exclusivamente a la inversión y para un público tan joven. Sumado a esto, Inverting ofrece las comisiones de inversión más bajas posibles, que durante el primer año serán nulas, para atraer a clientes de la competencia.

Economías de escala. Al proponer unas comisiones tan bajas, es necesario tener un gran número de usuarios activos en la aplicación, para rentabilizarla. Por ello, los primeros meses será necesario cubrir las pérdidas con financiación externa. Gracias a nuestros *Partnership* con Universia, podremos conseguir captar a muchos jóvenes que nunca han utilizado ninguna App de ahorro para aumentar nuestras descargas.

Infraestructura tecnológica. Para mantener un servicio de calidad, es importante contar con un excelente soporte técnico. Es por ello que gran parte de la inversión inicial estará destinada a contratar a los mejores profesionales tecnológicos y de atención al cliente.

Barrera legal. La legislación financiera es muy extensa, rigurosa y cambiante. Por ello, se externalizarán los servicios directos de inversión (utilizando plataformas como ETFmatic, Bitstamp, Moneyfarm, Bitco, etc.) siendo Inverting un mero intermediario. De esta manera se evita tener que cumplir con la normativa MiFID.

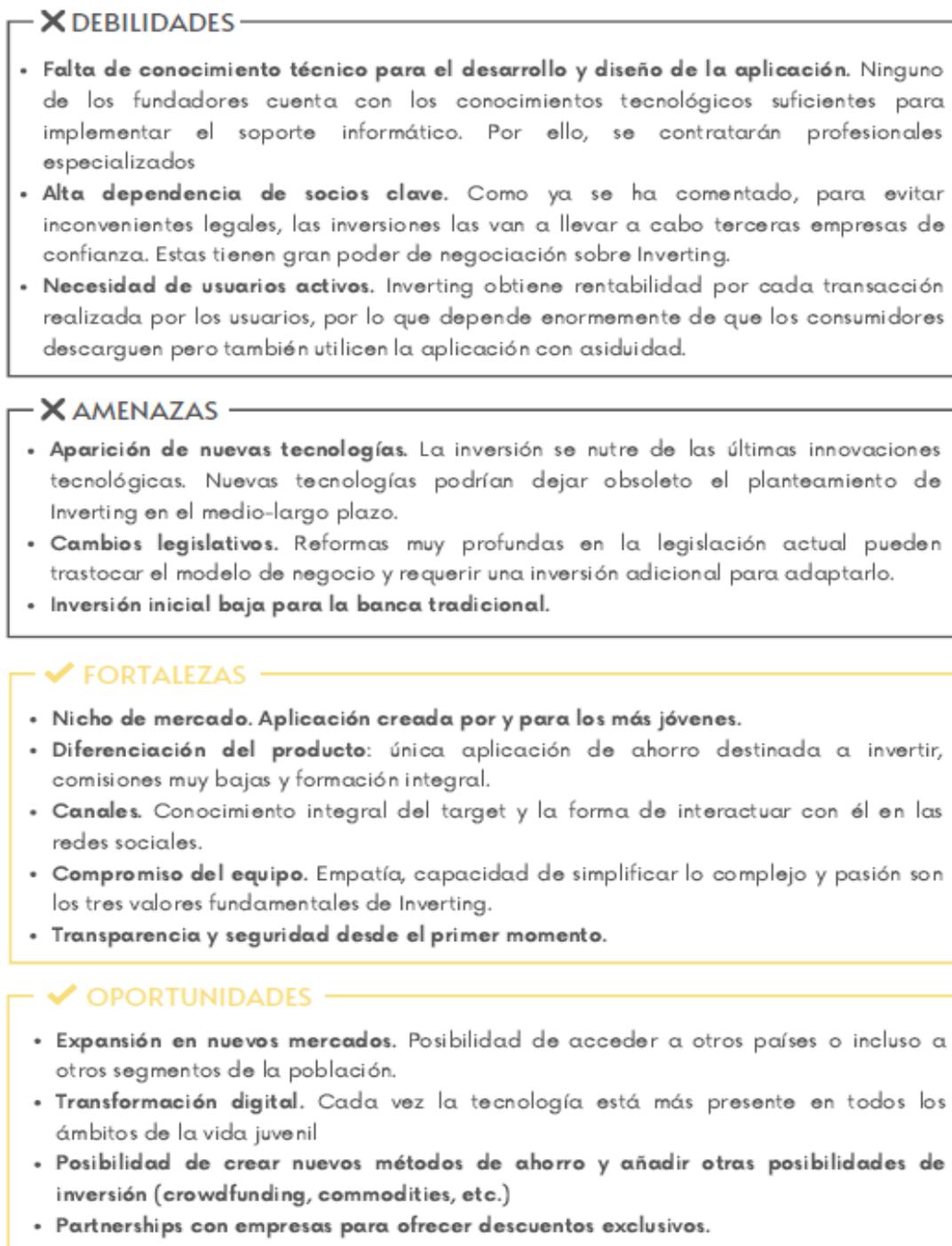
Seguridad. Introducir datos bancarios para utilizar aplicaciones móviles suele generar mucha desconfianza entre los consumidores, aun siendo menor este reparo entre las nuevas generaciones. Para superar este miedo la transparencia es fundamental, por lo que INVERTING contará con explicaciones desde el principio de todos los protocolos de seguridad aplicados (certificación oficial, externalización inversión...)

- La amenaza que generan los productos sustitutos: Se trata de una amenaza alta y que nos mantendrá al día de las tecnologías que pudiesen surgir y que puedan venir a quitarnos cuota de mercado ofreciendo un producto nuevo. El plan de marketing también servirá para paliar temporalmente los efectos que pudiesen tener una aparición de nuevas tecnologías o productos sustitutos.
- La naturaleza de la rivalidad: como en todo mercado, existe rivalidad y más cuando hablamos del sector *Fintech* español, que como ya se ha explicado, se encuentra en un proceso de crecimiento muy alto. Sin embargo, desde Inverting pretendemos ir más allá de nuestra competencia ofreciendo un producto distinto y orientado a un público más joven, creemos que si nos adelantamos a todos ellos con estas ideas podremos superar a la competencia y dar un valor añadido.

Análisis DAFO (Albert S. Humphrey, 1970)

Esta herramienta estratégica permite analizar y poner de relieve el contexto actual del entorno externo e interno de cualquier compañía analizando estos cuatro conceptos:

Figura 14: Análisis DAFO - Inverting



Fuente: Equipo Inverting

Las conclusiones principales que nos han proporcionado estas dos herramientas de análisis del mercado son las siguientes:

En primer lugar, como toda *startup* en su comienzo, la creación y desarrollo de Inverting tiene muchas dificultades, por un lado nos encontramos con un equipo en el que no hay ningún ingeniero o técnico con conocimientos técnicos para el diseño de la App, y el hecho de tener que contar con alguien externo nos supone una gran debilidad y desventaja frente a la competencia, en cuyos equipos ya formados y con experiencia se incluyen personas con todo tipo de habilidades y conocimientos del sector.

No obstante, creemos que alguna de nuestras fortalezas como la diferenciación del producto, los canales y el compromiso del equipo son factores que tendrán un impacto muy positivo en el desarrollo de la compañía en el mercado y que por tanto, nos hacen posicionarnos muy bien frente a la principal competencia.

En segundo lugar, la falta de poder de negociación con clientes, proveedores es algo normal al principio de toda empresa puesto que la falta de experiencia nos hace vulnerables en este sentido.

Incluso la posible entrada de competidores o aparición de algún producto sustitutivo puede ser una gran amenaza, pero, teniendo en cuenta el ambiente del sector Fintech, donde todo cambia muy rápido y que deja atrás a toda empresa que no se actualice, si se hacen las cosas bien en apenas unos años pasaremos a tener un gran poder de negociación y posibilidades de expansión.

Finalmente, otro de nuestros puntos débiles es la necesidad de usuarios activos, como forma de generar ingresos. Este aspecto es uno de los más importantes para Inverting y es uno de los motivos en los que se centrará el plan de marketing que describimos a continuación.

3.5 Plan de Marketing

Las grandes amenazas del sector en el que Inverting opera, la necesidad de un número de cliente activos y el grado de crecimiento del sector en todos sus ámbitos implican la importancia del plan de marketing para la consolidación de la marca de Inverting en el mercado y su expansión a nuevos mercados en el futuro.

Siguiendo las ideas de McCarthy²², en el marketing existen cuatro elementos clásicos que pueden considerarse como las variables que todo plan debería tener en cuenta para conseguir sus objetivos comerciales, juntas forman el marketing- mix. En este trabajo se han seguido estas variables para la elaboración del plan de marketing.

Producto

La siguiente figura muestra el logo de la empresa:

Figura 15: Logo de Inverting



Fuente: Equipo Inverting

Atraer al público joven a un mundo que puede resultarle tan complicado como el de las finanzas, requiere una presentación sencilla y sugerente. Estas dos características se han querido reflejar el logo, que utiliza una fuente básica, de trazo fino, combinada con un color llamativo, como es el amarillo. Como puede observarse, este incluye, además, una pequeña bombilla que representa el conocimiento financiero

Inverting surge del concepto de inversión, una de las líneas de negocio principales de la empresa y la más desconocida para el público joven. Se quiso buscar un nombre sencillo, acorde con los servicios prestados, pero que resultara igualmente llamativo y atractivo.

²² McCarthy et al (1979)

En este sentido, habrá que prestar atención al *Copyright* de las aplicaciones de la competencia, que protegen el diseño de la App, pero no la tecnología utilizada. Sin embargo, al ofrecer un servicio diferenciado, que aporta valor (para jóvenes, incluyendo formación), no deberíamos tener problemas.

Como ya se ha explicado anteriormente, Inverting ofrece dos líneas de servicio principales (ahorro e inversión), que se complementan con una tercera línea de formación financiera. Esta última es la única que no se puede contratar como servicio dentro de la App, sino que se ofrece de manera complementaria a través de diversos canales (Web + App + RRSS).

Precio

Para definir los precios, se tomó como modelo el caso de *Goin*, que aplica comisiones por operación en sus servicios de inversión, tanto en la compra como en la venta.

Siguiendo este criterio, Inverting ofrecerá el ahorro y la formación complementaria de manera gratuita y aplicará igualmente una comisión en la inversión. Esta será fija, aunque diferente para cada uno de los productos financieros que se ofrecen:

- ETF: 0,75%
- *Small Caps*: 1,5%
- Criptomonedas: 1%

Teniendo en cuenta el nivel de renta del público objetivo, las comisiones serán ligeramente menores a las de la competencia, tomando una vez más como base el caso de *Goin*. Aunque ya se ha mencionado anteriormente, cabe recordar que los servicios de inversión estarán externalizados, por lo que Inverting sólo percibirá el 30% de cada comisión, el 70% restante se destinará a las plataformas de inversión especializadas.

La descarga de la App en las principales plataformas (App Store y Google Play) será completamente gratuita para el usuario. Finalmente, y con el fin de atraer a un volumen de clientes relevante, no se aplicará ninguna comisión durante el primer año de actividad.

Distribución

La distribución de los servicios de Inverting se realizará principalmente a través de su App, que podrá descargarse desde las principales plataformas: Google Play y App Store. Aunque son las más caras, con tasas de hasta el 30%, ambas dominan el mercado, por lo que suponen el mejor canal para llegar al público joven.

En el caso de la formación financiera, se emplearán también la web y las redes sociales. Se priorizarán los perfiles de *Instagram* y *Tik-Tok*, los más utilizados por los jóvenes, aunque también se tendrá presencia en LinkedIn. De esta forma, el mundo de las finanzas pasa a formar parte, de manera inconsciente, de su día a día, dejando de ser algo lejano y desconocido.

Además, las redes sociales cuentan con dos ventajas principales: ofrecen retroalimentación constante, que permite readaptar los servicios a las necesidades reales del consumidor; y brindan una conexión directa con el punto de venta (App Store y Google Play), lo que facilita la creación de un “ecosistema Inverting”.

Por último, para las colaboraciones con universidades, se plantea utilizar la propia aplicación académica para introducir algunos de los conceptos de formación, así como para conectar con la App de Inverting.

Comunicación y promoción

Inverting quiere introducirse en un mercado relativamente nuevo, con un importante componente tecnológico, con la ventaja de que es en este tipo de entornos en los que el público joven se siente más cómodo. Es por ello, que el plan de comunicación será principalmente digital, a través de los canales mencionados anteriormente (App, RRSS y Web). La utilización de este tipo de canales facilita la interacción entre los mismos, y, por tanto, el desarrollo de un plan de comunicación integrado.

App

A través de la App y de otros canales se ofrecerá un Plan Amigo, que permitirá acceder a ventajas (descuentos, crédito extra para invertir...), por recomendar Inverting a un nuevo usuario.

Para el plan de comunicación en redes sociales se plantea la colaboración en redes con otras marcas y el desarrollo de campañas con *influencers*. Las colaboraciones con otras marcas o plataformas de servicios financieros permitirían acceder a una nueva base de clientes, con intereses similares. Estas podrían ser a través de sorteos, vídeos directos, entrevistas... Se trata de una forma muy económica de promoción, pues suele haber una alineación de intereses entre las partes.

En el caso de las campañas con *influencers*, se buscarán distintos perfiles, que encajen con las características del *Target* y se ajusten al presupuesto de una *startup* como Inverting. Se priorizarán los *microinfluencers*, especialmente interesantes para los productos de nicho. Este tipo de perfiles cuentan con unos 10.000 seguidores, que suelen compartir unas características concretas (edad, intereses...) y que, además, interactúan más con ellos que con otros perfiles más grandes.

4. Plan Financiero y Viabilidad del producto

4.1 Proyecciones Financieras

Después de haber explicado nuestra propuesta de valor, análisis de mercado, el marketing, operaciones y estructura, vamos a exponer los objetivos financieros de Inverting para los próximos cinco años, sus proyecciones económicas de ingresos y gastos, y, finalmente, la inversión inicial y como será financiada durante los próximos dos años.

Figura 16: Proyecciones Financieras Inverting (2022-2026)

NEUTRO	HORIZONTE TEMPORAL				
	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS TOTALES	0	360.085,23 €	1.224.289,77 €	2.736.647,73 €	3.840.909,09 €
GASTOS TOTALES	229.799,51 €	446.716,46 €	1.119.783,40 €	2.288.857,13 €	3.178.313,65 €
BENEFICIO	- 229.799,51 €	- 86.631,23 €	104.506,37 €	447.790,60 €	662.595,44 €

Fuente: Equipo Inverting

En primer lugar, explicaremos cómo hemos obtenido estos datos para posteriormente comentar las conclusiones más importantes:

4.1.1. Fuentes de ingresos

Las proyecciones de los ingresos provienen de estimaciones basadas en los resultados de la competencia (Concretamente de *Goin*²³) que obtuvieron durante sus primeros años. Concretamente, los ingresos están estimados basándonos en la cantidad de transacciones que INVERTING espera obtener durante sus primeros años de lanzamiento.

Para calcular estas transacciones hemos usado los datos de transacciones que obtuvo *Goin* en función de su número de descargas y usuarios activos. Estos datos de *Goin*, junto con las estimaciones que obtuvimos en la parte del estudio de mercado nos permitieron obtener unos resultados de transacciones acordes con nuestro crecimiento esperado.

²³ "Goin había procesado más de 130 millones en transacciones acumuladas desde sus inicios hasta julio de 2019". Business Insider (2021)

Figura 17: Estimaciones Inverting

DATOS GOIN			
AÑO	Descargas	Activos	Transacciones
2019	220.000	29730	130.000.000,00 €
2020	370.000	50.000	218.636.363,64 €

ESTIMACIONES INVERTING				Corrección Transacciones
2022	7.500	1014	4.431.818,18 €	2.880.681,82 €
2023	25.000	3378	14.772.727,27 €	11.079.545,45 €
2024	75.000	10135	44.318.181,82 €	37.670.454,55 €
2025	150.000	20270	88.636.363,64 €	84.204.545,45 €
2026	200.000	27027	118.181.818,18 €	118.181.818,18 €

Fuente: Equipo Inverting

Al resultado obtenido, le tuvimos que aplicar una corrección ya que consideramos que nuestros clientes tendrán una menor capacidad económica que los de la competencia. La corrección aplicada fue del 35% en el primer año, 25% en el segundo, 15% en el tercero, 5% en el cuarto y del 0% en el último año. El sentido de la disminución de las correcciones es la progresiva incorporación de clientes de 30-38 años que iremos captando de nuestros competidores a medida que Inverting gane fama.

De los resultados obtenidos con los cálculos de transacciones podemos sacar varias conclusiones. En primer lugar, los resultados implican que Inverting poseerá una ratio estimada de usuarios activos del 13% sobre el total de personas que se descarguen la aplicación (un dato que el equipo considera muy conservador y que es posible que vaya aumentando) y que cada usuario activo realizará de media en torno a 4.000€ al año en transacciones. Este último número puede parecer muy alto pero hay que resaltar que se trata de transacciones y que por tanto un mismo capital puede comprar y vender un activos varias veces y eso haría aumentar las transacciones que se realicen en Inverting.

Figura 18: Ratios Inverting

Ratio Activo/Usuario	Ratio Transacciones/Activos
13,51%	4.372,73 €

Fuente: Equipo Inverting

Finalmente, para calcular los ingresos aplicamos el % de comisión sobre el total de transacciones que tendría cada producto.

Figura 19: Ingresos Inverting (2022-2026)

	2022	2023	2024	2025	2026
ETF (0,75%)	21.605,11 €	83.096,59 €	282.528,41 €	631.534,09 €	886.363,64 €
CRIPTOACTIVOS (1,5%)	43.210,23 €	166.193,18 €	565.056,82 €	1.263.068,18 €	1.772.727,27 €
SMALL CAPS (1,00%)	28.806,82 €	110.795,45 €	376.704,55 €	842.045,45 €	1.181.818,18 €
TOTAL INGRESOS	93.622,16 €	360.085,23 €	1.224.289,77 €	2.736.647,73 €	3.840.909,09 €

Fuente: Equipo Inverting

Por último, cabe destacar que, durante el primer año, la cifra de ingresos no son los 93.000€ que aparecen en la tabla superior, sino que ese dato será cero. Como se ha comentado anteriormente, durante el primer año nuestros productos carecerán de comisión alguna para conseguir ganar más cuota de mercado y captar a más clientes que estén actualmente con la competencia (Este es uno de los motivos de porqué el porcentaje, de correcciones mejora con el paso de los años).

De la misma manera que es posible que nuestras estimaciones puedan desviarse de la realidad a peor, es decir, que nuestros ingresos no alcancen estas cifras, también puede ocurrir lo contrario y que conforme iniciemos el proyecto surjan nuevas formas de conseguir ingresos (Partners, publicidad, etc.) que puedan suponer un aumento de los beneficios. Debido a su dificultad de estimación, no se incluyen en los ingresos, pero el equipo de INVERTING es consciente de que puede llegar a suponer una gran fuente de ingresos una vez la empresa se haya asentado en el mercado.

Por último, respecto a la forma de pago el dinero en Inverting puede entrar por dos vías: por la vía del ahorro y sus diferentes métodos que ya hemos explicado detalladamente y por la vía del depósito en la App para aquellas personas que ya tengan ahorros que puedan destinar a la inversión. Esta segunda vía admitirá las formas de pago típicas del sector *Fintech*, como son la transferencia bancaria y el pago con tarjeta de crédito o débito.

4.1.2. Estructura de costes

En cuanto a los costes, cada valor se ha obtenido de una manera independiente. El principal coste de Inverting es el margen de comisiones se lleva cada empresa externa de las transacciones que realizan nuestros usuarios al invertir con ellas.

Las plataformas externas de Inversión (ETF, *Small Caps* y Criptomonedas) cobran un porcentaje por cada transacción al usuario, e Inverting se llevará un pequeño margen sobre ese porcentaje. Gracias al Análisis de mercado realizado, hemos analizado que empresas como ETFMatic están cobrando un 64% de la comisión correspondiente que luego ofrece nuestra competencia *Goin*. Por tanto, hemos estimado que el margen de *Goin* es aproximadamente del 30% respecto de las comisiones que publican en su App.

En Inverting queremos ofrecer un sistema de comisiones muy similar, y hemos estimado que nos llevaremos un 30% de margen respecto a la comisión total que paga cada usuario por transacción. Se estima que este margen es suficiente para cubrir nuestros gastos y lograr beneficios a partir del tercer año.

Figura 20: Estructura de Costes Inverting (2022-2026)

COSTES/AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Salarios	111.000,00 €	149.940,00 €	209.120,40 €	308.811,53 €	412.406,65 €
Constitución Inverting	1.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Desarrollo App	15.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Mantenimiento	1.000,00 €	1.200,00 €	1.440,00 €	1.728,00 €	2.073,60 €
Margen Comisiones*	65.535,51 €	252.059,66 €	857.002,84 €	1.915.653,41 €	2.688.636,36 €
Marketing	30.264,00 €	36.316,80 €	43.580,16 €	52.296,19 €	62.755,43 €
Equipos Tecnológicos	6.000,00 €	7.200,00 €	8.640,00 €	10.368,00 €	12.441,60 €
Formación	5.000,00 €	6.000,00 €	7.200,00 €	8.640,00 €	10.368,00 €
TOTAL	229.799,51 €	446.716,46 €	1.119.783,40 €	2.288.857,13 €	3.178.313,65 €

*Margen comisiones: 70% de los ingresos por comisiones pagadas por el usuario van a parar al proveedor de los servicios.

Fuente: Equipo Inverting

Los costes de constitución hacen referencia al coste del notario y constitución de la sociedad mercantil que explotará el negocio de Inverting. En cuanto al desarrollo de la App, para su cálculo hemos tenido en cuenta los datos facilitados por otras Startups y el coste que tuvieron para crear una página web y App muy similares a la nuestra.

El desarrollo de la App es algo esencial y que sin duda será la principal ocupación del equipo en 2021. El equipo ya ha barajado diferentes opciones sobre si externalizar el desarrollo contratando alguna consultoría tecnológica o si, por el contrario, contratar a dos expertos en desarrollo de software y diseño de webs para que fuese algo más personal.

Finalmente, se decidió por la segunda opción y los costes representan el material necesario para perfeccionar el lanzamiento de Inverting en 2022.

Los costes de mantenimiento, formación y equipos se irán dando cada año en función de las circunstancias y progreso de la empresa, aunque cabe destacar que el equipo de Inverting no ha querido escatimar en tecnología y plantea realizar una gran inversión en ordenadores, se trata de algo muy importante, ya que es nuestra herramienta de trabajo.

Para los salarios hemos tenido en cuenta que trabajarán en la empresa todo el equipo: Ana María Fernández a cargo del departamento estratégico, Javier García en el departamento legal, Ana Blanc en Marketing, Ying Chen en recursos humanos y finalmente Enrique Lago en el departamento financiero.

Además del equipo de Inverting, contrataremos a una persona para Customer Service y dos más para software, todo ello aparte de las nuevas contrataciones que se irán haciendo en los siguientes años.

Figura 21: Salarios Inverting (2022-2026)

Salarios	/Mes	2022	2023	2024	2025	2026
Finance	950,00 €	11.400,00 €	11.628,00 €	11.860,56 €	12.097,77 €	12.339,73 €
Legal	950,00 €	11.400,00 €	11.628,00 €	11.860,56 €	12.097,77 €	12.339,73 €
Marketing	950,00 €	11.400,00 €	11.628,00 €	11.860,56 €	12.097,77 €	12.339,73 €
Strategic	950,00 €	11.400,00 €	11.628,00 €	11.860,56 €	12.097,77 €	12.339,73 €
Recursos Humanos	950,00 €	11.400,00 €	11.628,00 €	11.860,56 €	12.097,77 €	12.339,73 €
Customer	1.500,00 €	18.000,00 €	18.360,00 €	18.727,20 €	19.101,74 €	19.483,78 €
Software	1.500,00 €	18.000,00 €	18.360,00 €	18.727,20 €	19.101,74 €	19.483,78 €
Software	1.500,00 €	18.000,00 €	18.360,00 €	18.727,20 €	19.101,74 €	19.483,78 €
Nuevas Contrataciones	1.500,00 €	-	36.720,00 €	93.636,00 €	191.017,44 €	292.256,68 €
TOTAL	10.750,00 €	111.000,00 €	149.940,00 €	209.120,40 €	308.811,53 €	412.406,65 €

Fuente: Equipo Inverting

El crecimiento de los salarios estimado será del 2% anual para que los trabajadores no pierdan poder adquisitivo como consecuencia de la inflación. Por otro lado, estimamos que a raíz del crecimiento exponencial de Inverting requeriremos de nuevas contrataciones para los próximos años que pasaran a formar parte del equipo. Así, si todo siguiese su camino y nuestras predicciones fuesen correctas el equipo de Inverting estaría formado por 40 personas en 2026.

4.2 Escenarios y financiación

Una vez explicado los costes e ingresos de nuestro modelo de negocio, hemos planteado tres diferentes escenarios de la rentabilidad de INVERTING en función de si las estimaciones realizadas cumplen o no con la futura realidad.

El primero de ellos, o escenario neutro, es el que acabamos de analizar anteriormente, puesto que será el que creemos que se acercará más a la realidad estimada por nuestros analistas. Los otros dos escenarios son el moderado y el favorable:

Figura 22: Escenarios moderado y favorable de proyecciones (2022-2026)

MODERADO	HORIZONTE TEMPORAL				
	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS TOTALES	0	144.034,09 €	816.193,18 €	1.824.431,82 €	2.496.590,91 €
GASTOS TOTALES	212.954,34 €	291.754,26 €	825.545,07 €	1.635.512,18 €	2.214.578,51 €
BENEFICIO	- 212.954,34 €	- 147.720,17 €	- 9.351,89 €	188.919,63 €	282.012,40 €

FAVORABLE	HORIZONTE TEMPORAL				
	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS TOTALES	0	720.170,45 €	1.632.386,36 €	3.648.863,64 €	4.801.136,36 €
GASTOS TOTALES	256.644,68 €	727.362,52 €	1.460.671,41 €	2.994.073,57 €	3.991.331,21 €
BENEFICIO	- 256.644,68 €	- 7.192,06 €	171.714,95 €	654.790,07 €	809.805,15 €

Fuente: Equipo Inverting

En cada uno de ellos, se estima un porcentaje de ingresos y costes diferente en función de las cantidades de cuota de mercado y de los costes que tendría INVERTING.

Cabe destacar que el escenario moderado entraría en beneficios a partir del año 4, mientras que los escenarios neutro y favorable lo harían en el tercer año, aunque este último lo haría con un mayor nivel de beneficio conseguido.

Nuestro objetivo es captar una primera financiación que pueda cubrir las pérdidas estimadas del primer ejercicio económico. Es normal que el primer año no nos vaya bien debido a la cantidad de costes iniciales que tiene lanzar una empresa al mercado y que no recibiremos ningún ingreso de nuestra principal vía, las comisiones.

Como bien sabemos, todos estos costes no se producen en el primer mes, y como iremos obteniendo ingresos a medida que Inverting vaya captando clientes y genere sus primeras transacciones creemos que con poder cubrir con las pérdidas estimadas del primer año será suficiente.

Por tanto, la inversión inicial de Inverting son 230.000€, de los cuales, el equipo de Inverting pondrá los primeros 50.000€.

Concretamente estamos buscando financiación flexible para el primer año, que se podrá ir realizando en pequeños pagos según vayamos necesitando la financiación y nuestros costes fijos y variables vayan aumentando.

La forma en que nuestros inversores participarán en Inverting será a través de reuniones mensuales donde se expondrán el camino que estaremos llevando, los cambios que estamos realizando y las nuevas proyecciones actualizadas que esperamos para los siguientes meses. Creemos que el *feedback* recibido será muy importante para nosotros y se tendrán en cuenta todas las opiniones para mejorar nuestros resultados.

Respecto del retorno de la inversión, por ahora sabemos se producirá poco a poco y a partir del tercer año, cuando pasemos el *break-even point* de resultados y repartamos los primeros beneficios que irán directamente a los inversores, los cuales, si los cálculos estimados son medianamente correctos recibirán un retorno de más del 100% de la inversión (ROI).

4.3 Futuro de Inverting

En los cinco primeros años de Inverting, se van a producir muchos cambios en el sector, las tendencias no serán las mismas, aparecerán nuevas tecnologías y el modelo de negocio de Inverting puede quedar obsoleto.

Por tanto, Inverting debe adelantarse a las nuevas tendencias y empezar a trabajar sobre futuros negocios que pueden ser rentables en un futuro. Un ejemplo, sería sacar nuestra propia línea de tarjetas de crédito para que los usuarios puedan disponer de sus ahorros inmediatamente y sin esperar de retiro en caso de que tuviesen alguna urgencia.

Asimismo, este negocio podría llamar la atención de los jóvenes si incluyésemos recompensas en forma de *Cashback* si llegas a un determinado umbral de gastos, estas recompensas podrían ser criptomonedas, acciones, o incluso participaciones a sorteos.

Este ejemplo representa una expansión del mercado (incluyéndonos en el mercado de las tarjetas de crédito y débito) a la vez que nos adelantamos a las tendencias del sector que son el dinero digital y la desaparición del efectivo. Como este ejemplo son muchos otros los negocios que se podrían ofrecer a una clientela joven que ya confía en Inverting como modelo de negocio para sus actividades financieras. Desde negocios muy tradicionales como préstamos, hipotecas o seguros hasta los más disruptivos como los NFT's, (*Non Fungible Token*) o futuros productos que aparecerán en los próximos años.

La clave para que cualquier negocio del futuro sea viable y compatible con Inverting será la relación con el cliente que tenga nuestra empresa. Es algo que tiene mucha más importancia de la que creíamos al principio, y que se tratará de cuidar con promociones, regalos, sorteos, el plan amigo, el programa *Earn*, etc.

Ya que una vez que nos hayamos consolidado en el mercado, como primera marca que ofrece productos a los jóvenes a la vez que les ayuda a entender el funcionamiento, riesgos y oportunidades de los mismos, será mucho más fácil que otras marcas o empresas quieran llegar a algún acuerdo para ofrecer sus productos a nuestra clientela.

Por último, el equipo de Inverting, en su proceso de *Brainstorming* pensó en la creación de un token de Inverting, es decir, un activo digital que representase el valor de la compañía y en el que puedan invertir los jóvenes, que pese a estar en las manos del mercado, podrá mostrar los buenos o malos resultados de la compañía en un activo.

Todas estas opciones podrán ser planteadas en un escenario futuro donde Inverting ya esté asentada en el mercado de las *Fintech* y necesite diferenciarse de sus competidores invirtiendo en nuevas tendencias de mercado, expandiendo su línea de negocio a otros sectores o mejorando su propio plan de negocio.

5. Conclusiones

A continuación, se plantean las conclusiones de este trabajo de fin de grado, donde se han dado respuesta a los objetivos mencionados en el primer capítulo:

1. Identificar las oportunidades de negocio del sector *Fintech*

El equipo de INVERTING ha analizado el sector *Fintech*, y concretamente el del ahorro y e inversión con gran detalle. La primera conclusión de este análisis es que se trata de un ecosistema que va a ir a más.

La razón de este crecimiento es que hoy en día, con la situación actual de los tipos de interés tan bajos o en algunos casos negativos, las nuevas generaciones que empiecen a trabajar no van a poder dejar su dinero en el banco para que les vaya generando un interés, como podían hacer sus padres, esta vez tendrán que buscar vías diferentes donde ganar rentabilidad o mantener tu patrimonio para que no sufra el efecto de la inflación.

El panorama actual es tan desfavorable que incluso a veces que el propio banco les va a cobrar comisiones por mantener su dinero en la cuenta. Esto implica que suponiendo una inflación del 2%, un estudiante que termina la carrera y decide meter sus ahorros en el banco puede estar perdiendo hasta un 5% de la cantidad depositada en 1 año.

Todos estos factores unidos a un mundo que cada vez es más tecnológico y donde las *Fintech* cada vez tienen un papel más importante harán que Inverting transforme una gran oportunidad en un negocio muy rentable. La transformación digital de las últimas décadas ha acelerado el desarrollo de numerosas y disruptivas aplicaciones de la tecnología en varios sectores, y creemos que Inverting puede hacer lo mismo dentro del sector del ahorro e inversión.

A través de la aplicación Inverting, los jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 38 años tendrán la oportunidad de introducirse en el mundo de la inversión. Si ya cuentan con los fondos suficientes, podrán invertir en los productos financieros que deseen, mientras que, si no disponen de ellos, la aplicación les servirá de guía para conseguir sus objetivos a través de diferentes métodos de ahorro.

2. Presentar el *Business Model Canvas* de Inverting

A través del *Business Model Canvas* se ha analizado los nueve diferentes elementos de un modelo de negocio que incluye esta herramienta:

Propuesta de valor: Inverting es una aplicación de ahorro, formación financiera e inversión que pretende dirigirse a un público joven ofreciéndole una interfaz sencilla y moderna para acercar el mundo de las finanzas a personas que no han tenido una educación financiera y que quieren aprender a invertir sus ahorros con eficiencia.

Segmento de clientes: después de un análisis del mercado de la industria *Fintech* de ahorro e inversión realizado por el equipo de Inverting, finalmente nos hemos centrado en las personas de entre 18 y 38 años. Nuestro cliente se caracteriza por ser alguien que maneja con facilidad la tecnología, que está interesado en el mundo de las finanzas y que busca una aplicación que le ofrezca servicios financieros a un precio económico.

Relaciones con los clientes: para Inverting la relación de los clientes es algo de suma importancia para poder crear en un futuro una red de clientes que confíe en nosotros para ofrecerles sus servicios financieros. Por ello hemos desarrollado el plan amigo, o el programa *Earn*, para ganar mayor lealtad con el cliente.

Canales: las redes sociales como *Instagram* o *Tik-Tok* serán el principal medio de comunicación con el usuario donde además se dará formación financiera. Además, utilizaremos otros canales como *LinkedIn* o las universidades (*Universia*) para aumentar nuestro rango de alcance a otros nichos de mercado que puedan tener interés en Inverting.

Socios clave: los principales socios clave de Inverting son los proveedores de las plataformas de inversión, las universidades, los inversores y los potenciales *partners* que lleguen a acuerdos con Inverting para ofrecer sus productos financieros a nuestra clientela.

Recursos clave: el recurso más importante de Inverting es su equipo, formado por sus cinco integrantes y el mentor especializado. Por otro lado, la aplicación y página web, así como la inversión inicial que necesitará Inverting para constituirse son recursos de gran importancia.

Actividades clave: como ya hemos explicado supra, las tres actividades clave de Inverting son el ahorro, la formación y la inversión. En el ahorro nos diferenciamos de la competencia ofreciendo Inverting *challenged*, la formación ya es de por sí una diferenciación respecto a los competidores y respecto a la inversión, Inverting ofrece una gran variedad de productos con un precio inicial muy bajo.

Fuente de ingresos: los ingresos de Inverting provienen de las comisiones que cobra por transacciones de compra y de venta de *Small Caps*, *ETFs* o criptomonedas. Asimismo, conforme la marca de la compañía vaya creciendo podrán surgir nuevas fuentes de ingresos que complementen a las comisiones.

Estructura de costes: Inverting cuenta con una inversión inicial de 230.000€, para poder cubrir los costes previstos para el primer año. El equipo de Inverting pondrá los primeros 50.000€ y el resto se espera conseguirlo con financiación externa.

3. Explicar detalladamente la planificación financiera y viabilidad económica

Partiendo de los datos los competidores como *Goin* o *Arbor*, se han estimado las proyecciones a cinco años de Inverting. Para ello se ha tenido en cuenta datos como la diferencia de capacidad económica entre los clientes de *Goin* y los que aspira a tener Inverting o que, el primer año Inverting no cobrará comisiones para ganar clientes y se han realizado las correcciones necesarias para neutralizar el efecto.

Para analizar la viabilidad económica se han elaborado tres escenarios de resultados, moderado, neutro y favorable, donde se ha explicado sus diferentes posibilidades y qué repercusión tendrían para Inverting. Finalmente, se ha decidido utilizar el escenario neutro como estimación de las proyecciones de Inverting durante los primeros cinco años.

Tras todos estos datos hemos llegado a la conclusión de que Inverting necesitará de una inversión inicial de 230.000€, de los cuales el equipo pondrá 50.000€ y el resto se conseguirá por financiación externa. Para el segundo año, se reevaluará la situación de Inverting y en función de si los resultados han sido mejor o peor de lo esperado volveremos a solicitar una nueva ronda de financiación.

6. Bibliografía

Borden, N. H. (1964). The concept of the marketing mix. *Journal of advertising research*, 4(2), 2-7.

Bridge for Billions. (2020). *Bridge for Billions*. Recuperado el 22 de marzo de 2021, de: <https://bridgeforbillions.org/es/incubadora-de-negocios/>

Brown, C., Dark, J., y Davis, K. (2010). Exchange traded contracts for difference: Design, pricing, and effects. *Journal of Futures Markets*, 30(12), 1108-1149.

Business Insider (2021). Entrevista CEO de Goin. Recuperado el 16 de marzo de <https://www.businessinsider.es/entrevista-ceo-app-ahorro-goin-david-riudor-409395>

Butzbach, E. R. (2012). *Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico*. Microtemas.

Cea, I. (2017). La industria bancaria española frente a los nuevos modelos de negocio «Fintech». ¿Competencia, colaboración o integración? «fintegration». *Icade. Revista de la Facultad de Derecho*, (101).

Del Barrio Cruz, Ó., Andrés, M. M., y Jiménez, J. W. I. (2017). *Fintech: la tecnología en las finanzas. Oportunidades y desafíos*. Icade. *Revista de la Facultad de Derecho*, (101).

El Referente (2020). Estudio del diario El Referente en colaboración con ABANCA Innova. Recuperado el 1 de abril de 2021 de <https://elreferente.es/scouting/en-espana-operan-ya-mas-de-400-startups-del-sector-fintech/>

Fernández-Manzano, E. P., Neira, E., y Clares-Gavilán, J. (2016). Data management in audiovisual business: Netflix as a case study. *El profesional de la información (EPI)*, 25(4), 568-576.

Finnovating (2020). Barómetro Innovación Financiera 2020. Observatorio de digitalización financiera de Funcas. Recuperado el 3 de abril de <https://www.finnovating.com/reports/barometro-innovacion-financiera-2020/>

H2 Venture y KPMG (2018). *Fintech 100*. Recuperado el 7 de abril de 2021 de <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/at/pdf/presse/fintech100-2018-report.pdf>

Jansen, H. (2013). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas: Una revista disciplinar de investigación*, 5(1), 39-72.

Jiménez, J. W. I. (2017). Cuestiones jurídicas en torno a la cadena de bloques («blockchain») y a los contratos inteligentes («smart contracts»). *Icade. Revista de la Facultad de Derecho*, (101).

IOSCO (2017). Research Report on Financial Technologies (*Fintech*). International Organization of Securities Commission. Recuperado el 12 de marzo de 2021 de <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD548.pdf>

Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. Recuperado el 13 de marzo de 2021 de <http://bitcoin.org/en/bitcoin-paper>.

Ontiveros, E., Martín, Á., Navarro, M., y Rodríguez, E. (2012). Las TIC y el sector financiero del futuro. *Barcelona: Fundación Telefónica, Ariel*.

Pérez, F. (2021). Bizum da el gran estirón y se va de tiendas. *Diario ABC*. Recuperado el 11 de abril de 2021 de https://www.abc.es/economia/abci-bizum-gran-estiron-y-tiendas-202102150210_noticia.html

Rivas, S. G. (2007). Las tarjetas de pago ante el proyecto SEPA: algunas reflexiones. *Estabilidad financiera*, (12), 75-92.

Románova, I., y Kudinska, M. (2016). Banking and Fintech: a challenge or opportunity?. In *Contemporary issues in finance: Current challenges from across Europe*. Emerald Group Publishing Limited.

Uría, F. y Ocaña, C. (2017). *Fintech, innovación al servicio del cliente. Informe del Observatorio de la Digitalización Financiera Funcas-KPMG*.

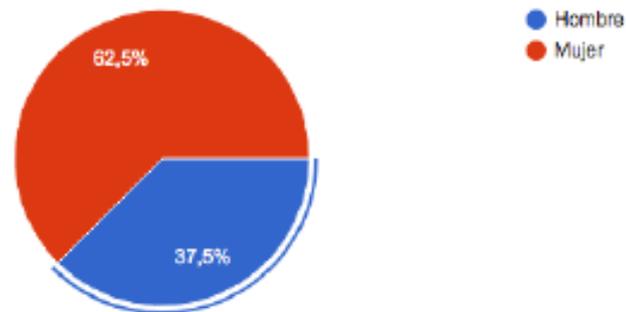
Vergara E. (2017). Payment Services at Silicon Valley Bank. *World Fintech Report 2017*.

7. Anexos

Anexo I. Encuesta Inverting

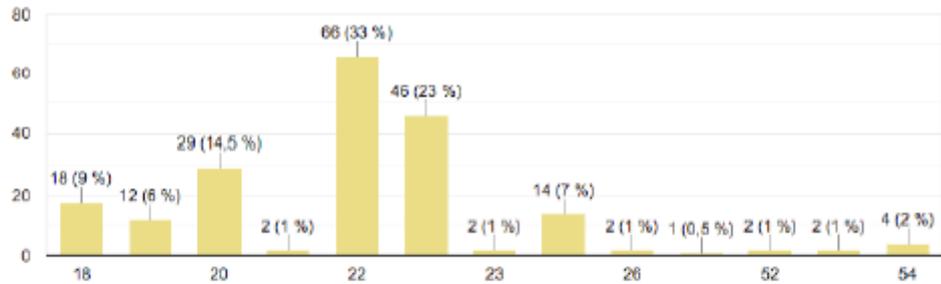
Indica tu sexo

200 respuestas



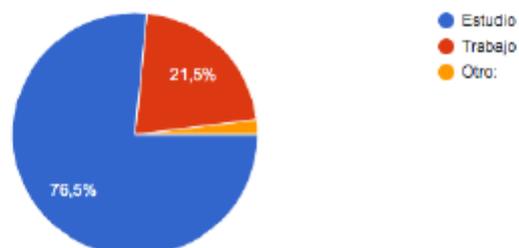
Indica tu edad

200 respuestas



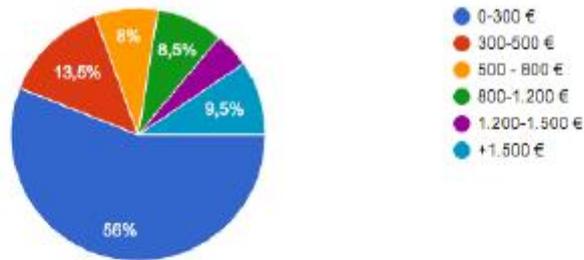
¿A qué te dedicas?

200 respuestas



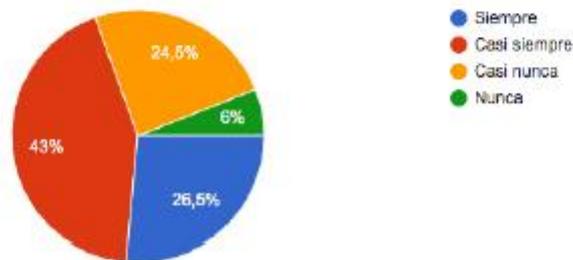
¿Cuál es tu nivel de ingresos mensual?

200 respuestas



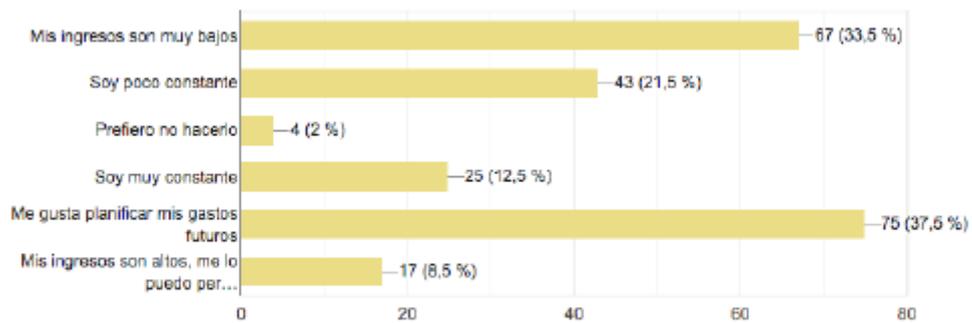
¿Sueles ahorrar?

200 respuestas



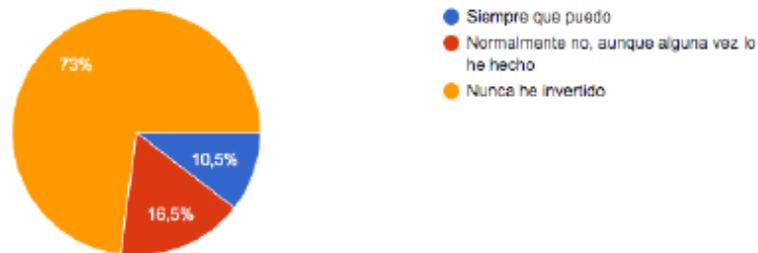
¿Por qué?

200 respuestas



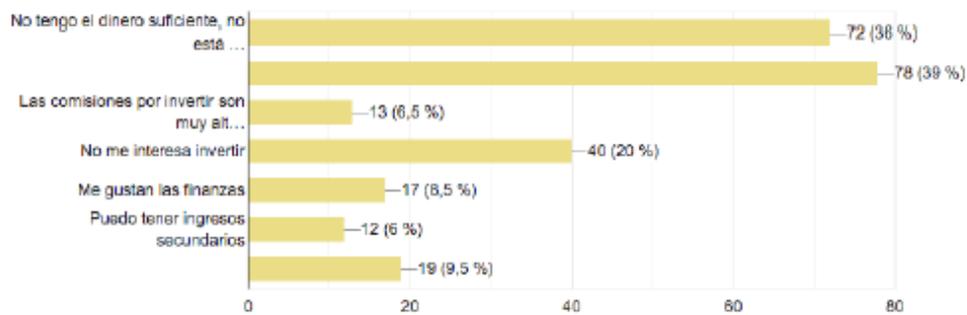
¿Sueles invertir parte de tus ingresos?

200 respuestas



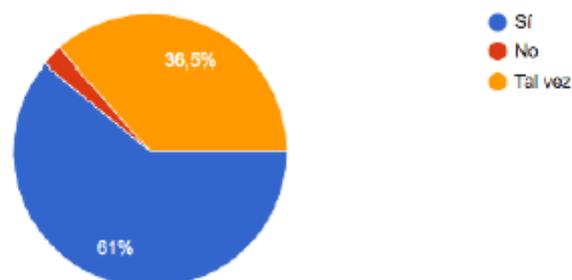
¿Por qué?

200 respuestas



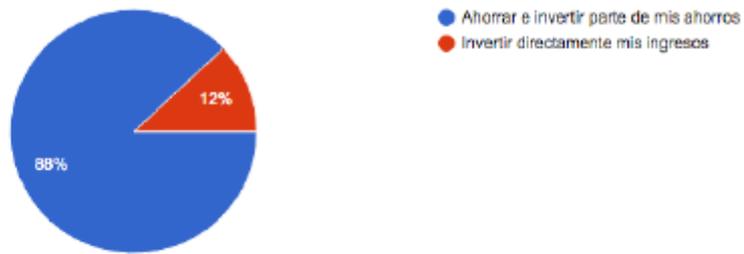
¿Invertirías si pudieras hacerlo de manera segura y sencilla?

200 respuestas



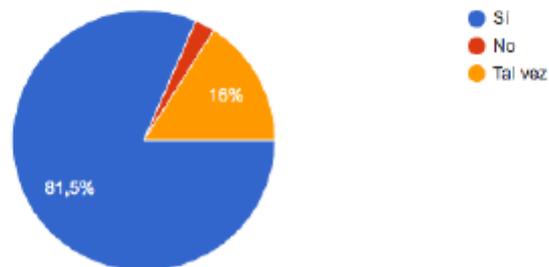
¿Qué preferirías?

200 respuestas



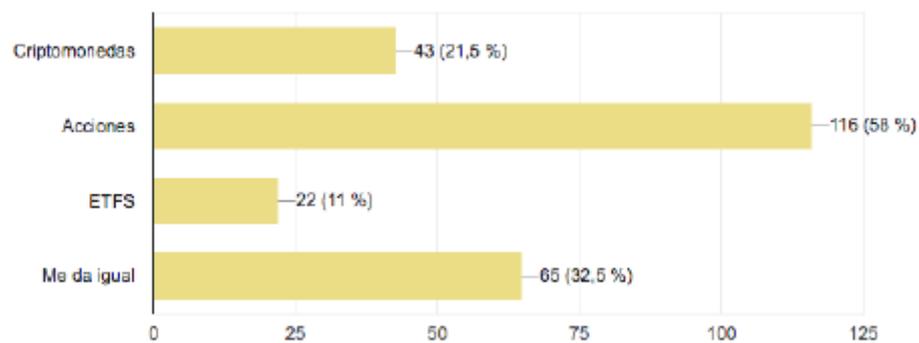
¿Te sería útil contar con información financiera básica y sencilla?

200 respuestas



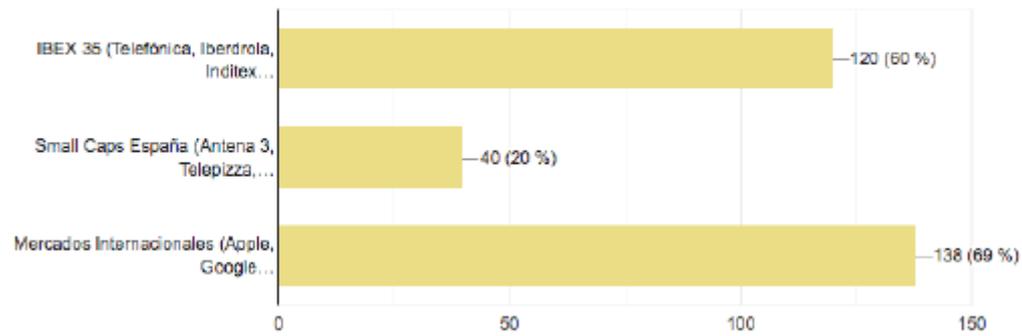
¿En qué preferirías invertir?

200 respuestas



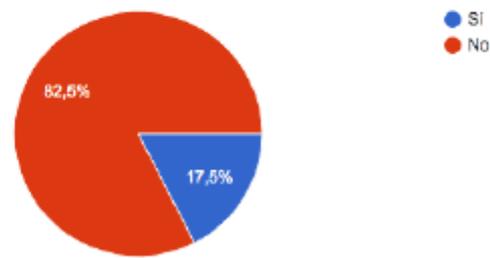
Y, ¿en qué mercados?

200 respuestas



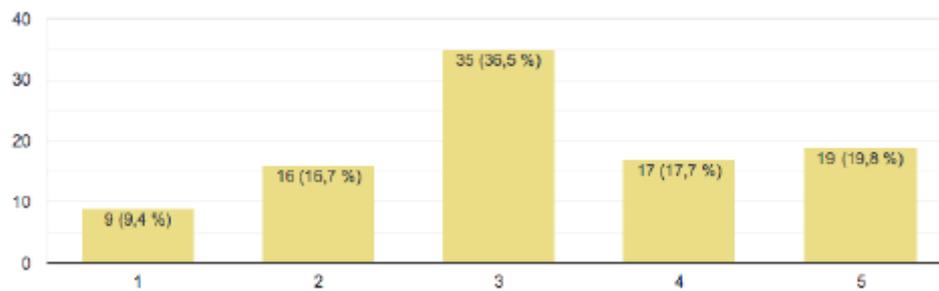
¿Utilizas alguna App que te ayude con tus finanzas?

200 respuestas



Si la utilizas, ¿qué piensas de las cantidades de inversión mínimas? (Ej. no se admiten operaciones de menos de 100 euros)

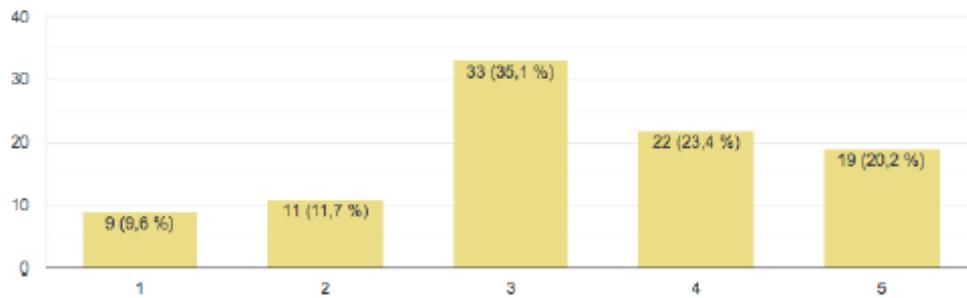
96 respuestas



¿Y de las comisiones por operación?



94 respuestas



Anexo II. *Instagram* Inverting

INVERTING

18 Publicaciones 271 Seguidores 255 Seguidos

INVERTING - finanzas
Producto/servicio

- Futura App de ahorro e inversión para jóvenes
- Todo lo que necesitas saber sobre finanzas

forms.gle/q1aKFUuXSoYkLgQ79

The screenshot shows a grid of Instagram posts. The posts feature various financial and investment-related graphics and text, including:

- A post with a lightning bolt icon and the word "TRENDS" repeated three times.
- A post with a scales of justice icon and the word "RELAX".
- A post with an upward-pointing arrow icon and the word "INVEST".
- A post with a globe icon and the word "NEWS" repeated three times.



invertingapp • Siguiendo ...

invertingapp ¿Te cuesta ahorrar?

Esta semana te contamos todo lo que necesitas saber para ahorrar casi sin darte cuenta

¡No te lo pierdas!

#InvertingApp #savingmoney #ahorro #jovenes

8 sem

javiergalu23 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

8 sem 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

Les gusta a vicoblanc95 y 33 personas más

15 DE FEBRERO

UNA SUBIDA ESPECTACULAR...

Gates contra Musk: la batalla de los más ricos por el bitcoin se enciende

CRIPTOMONEDAS
El bitcoin conquista el récord histórico de los 50.000 dólares

• El 'rally' de la criptomoneda se acelera tras los apoyos recibidos de algunas compañías y bancos

Bitcoin no tiene techo: ¿al borde del próximo desastre 'fintech' o ahora es diferente?

Desde programadores reconvertidos a inversores a 'traders' tradicionales, todos señalan que el bitcoin vive un momento de madurez, pero advierten de que lo fundamental no ha cambiado: es una inversión de alto riesgo

invertingapp • Siguiendo Bitcoin ...

invertingapp En las últimas semanas, Bitcoin ha llenado todos los titulares por su espectacular subida. Pero, ¿qué es Bitcoin? Y, ¿por qué ha subido tanto?

Bitcoin es una criptomoneda, un activo virtual controlado por algoritmos. Su principal ventaja es que se compra/vende directamente entre particulares, sin intermediarios (generalmente bancos).

En las últimas semanas, algunos de los principales inversores del mundo, entre

Les gusta a marialopezlg y 42 personas más

25 DE FEBRERO

Agrega un comentario... Publicar

PERO... ¿QUÉ ES UN BITCOIN?

- ★ Criptomoneda = activo virtual controlado por algoritmos
- ★ Sin Intermediarios: se compran y venden directamente entre particulares.

BITCOIN ES LA MÁS FAMOSA, PERO EXISTEN OTRAS CRIPTOMONEDAS COMO ETHEREUM O BINANCE COIN

invertingapp • Siguiendo Bitcoin ...

invertingapp En las últimas semanas, Bitcoin ha llenado todos los titulares por su espectacular subida. Pero, ¿qué es Bitcoin? Y, ¿por qué ha subido tanto?

Bitcoin es una criptomoneda, un activo virtual controlado por algoritmos. Su principal ventaja es que se compra/vende directamente entre particulares, sin intermediarios (generalmente bancos).

En las últimas semanas, algunos de los principales inversores del mundo, entre

Les gusta a marialopezlg y 42 personas más

25 DE FEBRERO

Agrega un comentario... Publicar