



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PLAN DE NEGOCIO: TRADE CIRCLE

Autor: Luis García-Salmones Gutiérrez
Director: Antonio Eutropio Ramírez del Río

MADRID | Marzo 2024.

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Resumen Ejecutivo	1
1.2 Objetivos	3
1.3 Metodología	3
1.4 Estado de la cuestión	4
1.5 Resumen de la idea de negocio	4
2. MERCADO	5
2.1 Análisis del mercado	5
2.1.1 Análisis de encuestas. Inversores particulares en España.	8
2.1.1.A Perfil de personas que actualmente no invierten	9
2.1.1.B Perfil de personas que actualmente sí invierten	11
2.1.1.C Evolución del número de usuarios en los brokers principales	13
2.1.3 Motivos por los que hay un aumento de inversores particulares:	15
2.1.4 Uso de redes sociales	16
2.2 Análisis de los competidores	17
2.3 Las cinco fuerzas de Porter	19
2.4 Oportunidad de negocio	22
3. PLAN DE NEGOCIO	29
3.1 Idea de negocio	29
3.2 Modelo de negocio	35
3.2.1 Modelo CANVAS	36
3.3 Estrategia competitiva	41
3.4 Retención de los usuarios y fidelización:	42
3.5 Ventaja competitiva	43
3.6 Propósito estratégico	43
4. PLAN ESTRATÉGICO	45
4.1 Plan de Marketing	45
4.1.1 Presupuesto	47

4.2 Plan de Recursos Humanos	48
4.2.1 Equipo directivo y organización	48
4.2.1 Dimensión de la plantilla y evolución	49
4.1.3 Condiciones y beneficios	50
4.1.4 Plan de retribución	50
4.3 Plan jurídico-fiscal	51
4.3.1 Forma jurídica	51
4.3.2 Obligaciones fiscales	52
4.3.3 Obligaciones laborales	53
4.3.4 Requisitos legales	53
4.4 Plan de operaciones	53
4.5 Plan económico-financiero	54
4.5.1 Inversión inicial	55
4.5.2 Estimación de ingresos	57
4.5.3 Estimación cuenta de resultados	60
4.5.4 Escenario de bajada de ingresos y subida de costes	65
4.5.5 VAN y TIR	67
4.5.6 Dividendos y retribución flexible al trabajador	68
4.6 Critical Path Method (CPM)	69
4.7 Subvenciones	71
5. CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFIA	74
ANEXO	78

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Entrada neta diaria por particulares (\$mn, media móvil de 21 días)</i>	6
Figura 2 Porcentaje de personas que actualmente invierten en activos.....	9
Figura 3 Motivos por los que no invierten actualmente.....	10
Figura 4 En qué activos invierten.....	12

Figura 5 Las fuentes de información utilizadas por los encuestados para la toma de decisiones de inversión.	13
Figura 6 Datos eToro	14
Figura 7 Datos XTB.....	14
Figura 8 Estadísticas sobre el uso de redes sociales en España.....	16
Figura 9 Esquema de las cinco fuerzas de Porter.	20
Figura 10 ¿Les resultaría útil a los inversores futuros conocer la opinión de otros inversores?..	23
Figura 11 ¿Les resultaría útil a los inversores actuales conocer la opinión de otros inversores?	23
Figura 12 ¿Les resultaría útil a los inversores actuales y futuros conocer la opinión de otros inversores?.....	24
Figura 13 ¿Usarían los inversores futuros y actuales TradeCircle?	24
Figura 14 Evolución de las principales magnitudes en el escenario pesimista.....	60
Figura 15 Evolución de las principales magnitudes en el escenario neutro.	63
Figura 16 Evolución de las principales magnitudes en el escenario optimista.....	63
Figura 17 Diagrama de red, técnica CPM para TradeCircle	70

Índice de Tablas

Tabla 1 Presencia de los inversores minoristas respecto al total de la negociación sobre los valores del IBEX 35 en las bolsas españolas.....	7
Tabla 2 Datos demográficos de los encuestados.....	8
Tabla 3 Datos demográficos de las personas que no invierten actualmente.....	9
Tabla 4 Datos demográficos de las personas que invierten actualmente.	11
Tabla 5 Relación competidor-amenaza	19
Tabla 6 Resumen cinco fuerzas de Porter	22
Tabla 7 Composición del grupo de discusión.....	26
Tabla 8 Inversión en Marketing (primera campaña).....	47
Tabla 9 Salario base y coste salarial por año según los escenarios.....	51
Tabla 10 Costes para la formación de la sociedad TradeCircle S.L	55

Tabla 11 Estimación de necesidades iniciales de inversión de TradeCircle para el primer año..	57
Tabla 12 Estimación de ingresos para los tres escenarios.	59
Tabla 13 Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario pesimista.	61
Tabla 14 Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario neutro.	62
Tabla 15 Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario optimista	64
Tabla 16 Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario pesimista.	65
Tabla 17 Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario neutro.	65
Tabla 18 Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario optimista	66
Tabla 19 VAN y TIR. Escenario pesimista.	67
Tabla 20 VAN y TIR. Escenario neutro y optimista.	68
Tabla 21 Dividendos y retribución flexible para los tres escenarios.....	69
Tabla 22 Actividades para iniciar la actividad de TradeCircle.....	70

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Ejemplo del aspecto de TradeCircle en la página web y aplicación de ordenador .	33
Ilustración 2 Contenido principal, menú lateral izquierdo y elementos complementarios parte derecha.	34
Ilustración 3 Ejmplo de la página principal de la TradeCircle App (para móviles y tablets): En la primera imagen con el menú lateral abierto y en la segunda cerrado.	35
Ilustración 4 Diseño del símbolo de la App de TradeCircle.	38
Ilustración 5 Ejemplo de creación de contenido propio en Twitter	46
Ilustración 6 Organigrama de TradeCircle.	49
Ilustración 7 Captura de pantalla de los servicios ofrecidos por Itechnolabs Inc.	56

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Resumen Ejecutivo

Tras un análisis del comportamiento de los inversores particulares en Estados Unidos y en España se ha determinado que el número de inversores particulares ha experimentado un aumento desde el año 2020, y se espera que siga esta tendencia al alza los próximos años. Tras realizar múltiples encuestas a inversores particulares, se ha detectado que estos desearían en su mayoría conocer la opinión de otros inversores particulares al invertir, tanto profesionales como no profesionales.

De este modo, se ha identificado una oportunidad de negocio que consiste en la creación de una red social, TradeCircle, destinada a inversores particulares con el objetivo principal de que interactúen entre ellos, enriquecida con muchas otras funciones que hacen de la red social un ecosistema ideal para el inversor particular. Asimismo, la red social busca ser un escaparate y lugar de trabajo para otros inversores emprendedores que deseen captar potenciales clientes.

Para la puesta en funcionamiento de la plataforma, se calcula una inversión inicial de 250.000 €. Las fuentes de ingresos son diversas, pero destaca el sistema de insignias como fuente de ingresos principal, junto con los anuncios. Se estima que en un escenario neutral se genere beneficio el segundo año, y que en el quinto año los beneficios superen el millón de euros, siendo un negocio atractivo y rentable para cualquier accionista.

Asimismo, se ha realizado un plan de marketing y de recursos humanos que sientan unas bases sólidas para el éxito de TradeCircle. Los cinco socios fundadores se irán rodeando de personal cualificado según las necesidades de la sociedad. Se estima que para el quinto año la plantilla cuente con 10 trabajadores y cerca de 300.000 usuarios activos, generando unos ingresos de dos millones de euros.

Se trata de un modelo de negocio innovador y único en el mercado que generará valor para los inversores particulares y todas las partes interesadas. Se trata de un modelo de negocio sólido, atractivo y que sigue una estrategia de diferenciación, además de contar con un plan estratégico claro y establecido que facilita el éxito de la sociedad de cara al futuro y su crecimiento.

Executive Summary

After an analysis of the behavior of individual investors in the United States and Spain, it has been concluded that the number of individual investors has increased, and it is expected that this upward trend will continue in the coming years. After conducting multiple surveys of individual investors, it has been found that most of them would like to know the opinion of other individual investors when investing, both professional and non-professional.

Thus, a business opportunity has been identified which consists of the creation of a social network, TradeCircle, aimed at individual investors with the main objective of allowing them to interact with each other, enriched with many other functions that make the social network an ideal ecosystem for the individual investor. The social network also aims to be a showcase and workplace for other entrepreneurial investors who wish to attract potential clients.

An initial investment of €250,000 is estimated for the start-up of the platform. The sources of income are diverse, but the badge system stands out as the main source of income, together with advertisements. It is estimated that in a neutral scenario a profit will be generated in the second year, and that in the fifth year profits will exceed one million euros, making it an attractive and profitable business for any shareholder.

In addition, a marketing and human resources plan has been drawn up to lay a solid foundation for TradeCircle's success. The five founding partners will surround themselves with qualified personnel according to the needs of the company. It is estimated that by the fifth year, the company will have 10 employees and close to 300,000 active users, generating revenues of two million euros.

It is an innovative and unique business model in the market that will generate value for individual investors and all stakeholders. It is a solid, attractive business model that follows a differentiation strategy and has a clear and established strategic plan that facilitates the company's future success and growth.

1.2 Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es:

- Definir, diseñar, desarrollar y analizar la elaboración de un plan de negocio para la creación de una red social destinada a inversores particulares para que puedan compartir y debatir sus ideas, conocimientos y estrategias sobre inversión en distintos activos, como es TradeCircle.

Por otro lado, podemos definir distintos objetivos específicos:

- Analizar el mercado de inversores e interesados en inversiones a nivel global y a nivel nacional.

- Establecer claramente los argumentos de la oportunidad de negocio.

- Proporcionar un análisis de la competencia con sus principales puntos fuertes y débiles.

- Definir una propuesta de valor que enfatice el valor diferencial de la empresa para sus usuarios e inversores.

- Desarrollar un modelo CANVAS completo y útil, además de explicar claramente en qué consiste el negocio y sus componentes.

- Estudiar la viabilidad económica del negocio.

- Establecer un plan financiero-económico, de marketing, de recursos humanos, jurídico-fiscal y de operaciones coherente.

1.3 Metodología

La metodología atiende al modo en el que se van a llevar a cabo los objetivos. En primer lugar, se realizará una investigación para determinar las cuestiones relevantes al mercado de los inversores en España y a nivel global. En esta fase se incluyen técnicas cuantitativas. Se estudiarán documentos e informes sobre la evolución de la inversión, sobre la inversión digital y su futuro, recogiendo datos relevantes. Así mismo, se realizarán encuestas para apoyar los datos recogidos e indagar más sobre la cuestión.

Por otra parte, para estudiar la oportunidad de negocio y asegurar la utilidad de la plataforma se harán encuestas y grupos de discusión. Adicionalmente, se llevará a cabo un análisis de la competencia recabando información primaria.

Para desarrollar los planes financieros, de marketing, y el resto de estos, será necesario contactar con programadores y diseñadores digitales, con anunciantes, además de buscar información por internet acerca de la monetización en medios digitales. Asimismo, se estudiarán técnicas de marketing y se pondrán de relieve los requisitos legales y jurídicos como registros, además de requerimientos técnicos. Se utilizarán fuentes de información primaria como secundaria para el correcto desarrollo del plan de negocio y la investigación.

1.4 Estado de la cuestión

En base a literatura y datos consultados, tal como se verá a continuación, sabemos que la inversión digital y particular está en auge. Gracias a la digitalización, las nuevas tecnologías y la globalización cada vez son más comunes las plataformas destinadas a la inversión y cada vez más personas adquieren conocimientos relacionados con la inversión.

Los resultados de las encuestas y los grupos de discusión sobre la implementación de una red social para inversores muestran cómo la mayoría de los participantes en la investigación estarían interesados en ser usuarios de una red social como la propuesta. Asimismo, otros muchos estarían interesados en aprender más sobre las inversiones financieras y no financieras.

1.5 Resumen de la idea de negocio

TradeCircle se presenta como una red social destinada, fundamentalmente, a inversores particulares ya sean expertos en la inversión o no. En esta red social los usuarios podrán publicar sus ideas, pensamientos, planes, información y más, sobre inversión en distintos activos como renta fija, renta variable, criptomonedas, criptoactivos, inmuebles, derivados financieros, etc. La idea principal de la red social es la comunicación entre inversores (independientemente de su nivel de conocimiento) y la discusión. TradeCircle

busca la interacción entre inversores. Se podría decir que es un *Twitter* diseñado para inversores.

Estará centrado en la interacción entre los inversores, pero incluirá funciones que permitan ser el escaparate y centro de trabajo para emprendedores que quieran ofrecer sus servicios como analistas o asesores financieros a usuarios de la plataforma, creando así una comunidad con actividad recurrente. Asimismo, entre las funciones que incluirá se encuentran las siguientes:

- Cotizaciones en directo.
- Noticias destacadas.
- Análisis de gráficos.
- Publicación de ideas.
- Emisión de webinars sobre distintos temas en directo.
- Videos y artículos sobre educación financiera.
- Informes financieros de empresas.
- Listas de difusión, canales privados y chat en directo.
- Dashboard (ranking) con los usuarios que más han contribuido.
- Sistema de puntuación de usuarios.
- Información macroeconómica.
- Artículos financieros sobre distintos temas.
- Calendario económico

2. MERCADO

A continuación, se analizará el mercado de los inversores particulares y su evolución, la competencia, el atractivo del sector, el uso de redes sociales y la inversión online.

2.1 Análisis del mercado

Este primer análisis se enfocará en la evolución de la inversión particular, puesto que este es el público objetivo de TradeCircle. Un inversor particular es “una persona (física o jurídica) que realiza inversiones por cuenta propia, conformando así su propia cartera con el objetivo de sacar rentabilidad a su ahorro” (Calvante, 2023).

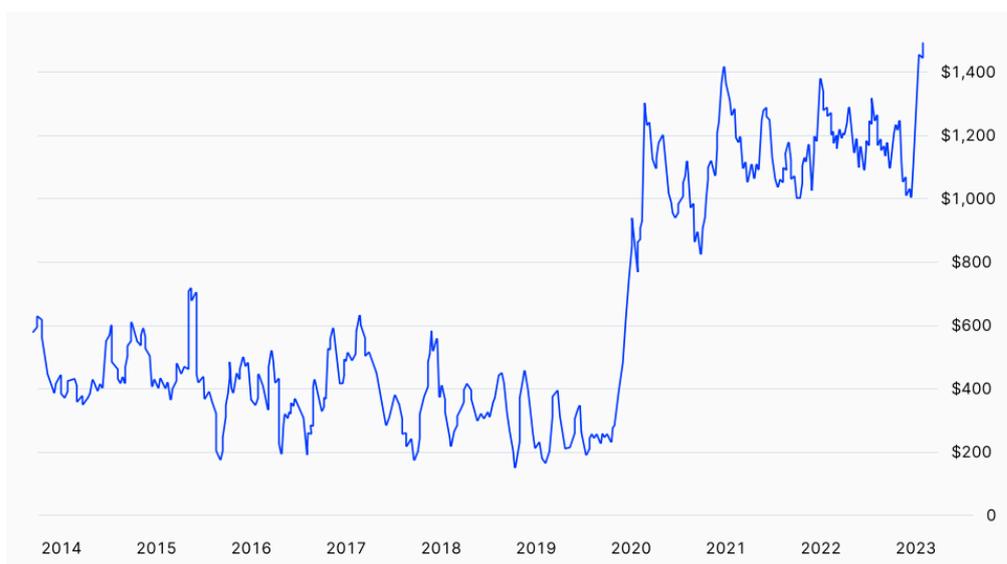
Una evolución positiva del inversor particular fortalecerá la red social propuesta. Primeramente, en un país referente como es Estados Unidos, basándonos en dos informes obtenemos conclusiones positivas acerca de la actividad este tipo de inversor, los cuales están cada vez más involucrados en los mercados financieros como se ve a continuación.

Según *The Retail Investor Report*, publicado por Public, en el año 2020, con la crisis derivada de la pandemia, una ola de inversores particulares entró en el mercado de valores. Durante los dos próximos años, aproximadamente 30 millones cuentas nuevas de corretaje se abrieron en Estados Unidos. En 2021 los inversores minoritarios comprendían el 25% del total del volumen de trading, casi el doble del porcentaje reportado en la década anterior.

En febrero de 2023, los inversores particulares alcanzaron un máximo de flujos de entradas semanales de 1,5 billones de dólares en una sola semana. La participación continúa siendo alta y promete serlo a futuro. Como se observa, la participación minoritaria es elevada.

Figura 1

Entrada neta diaria por particulares (\$mn, media móvil de 21 días).



Fuente: *The Retail Investor Report*, Public, 2023, p.2.

The State of the U.S. Retail Investor: Insights & Implications, un estudio de inversores minoristas redactado por Bank of New York Mellon que desprende la existencia de un interés y actividad sólidos en la inversión minorista en todos los grupos de inversores. De

este modo, en 2021 la Reserva Federal concluyó que los hogares y las organizaciones sin fines de lucro poseían el 41% de los activos financieros totales. Según el informe, los inversores incluían entre sus fuentes de información las redes sociales, las noticias online, los foros, los blogs y los medios online. La gran mayoría opera desde el móvil y ordenador, y en su mayoría defienden que seguirán invirtiendo más en el próximo año.

Es de relevancia para el contexto global tener constancia sobre la evolución de los inversores particulares en Asia. Kapron, en un artículo para la revista Forbes, comenta que la pandemia ha acelerado el crecimiento del segmento de inversores minoristas y la entrada en el mercado de inversores más jóvenes, con un perfil de mayor riesgo. Esto es en parte gracias a la digitalización, que reduce las barreras para acceder a los mercados financieros (2022).

Estados Unidos y Asia actúan como motor en la economía y en la bolsa, sin embargo, es necesario contemplar la situación de los inversores particulares en España. La CNMV proporciona un informe sobre los inversores minoristas al cierre de 2022, del cual se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- En 2022 se dio un leve aumento de la inversión particular en el mercado de renta variable manteniéndose en valores superiores a los observados antes de la pandemia, como se aprecia en la tabla 1.

Tabla 1

Presencia de los inversores minoristas respecto al total de la negociación sobre los valores del IBEX 35 en las bolsas españolas.

Año Sector	2019		2022	
	Operaciones de compra	Operaciones de venta	Operaciones de compra	Operaciones de venta
Comunicaciones	3,75 %	3,97 %	5,33 %	6,52 %
Consumo discrecional	1,63 %	2,11 %	4,35 %	4,19 %
Energía	3,02 %	4,19 %	4,00 %	5,20 %
Financiero	5,41 %	5,81 %	8,27 %	9,52 %
Industriales	2,89 %	3,58 %	6,55 %	6,52 %
Inmobiliario	2,00 %	2,87 %	2,57 %	2,31 %
Materiales	19,30 %	17,09 %	19,60 %	19,10 %
Sanidad	2,90 %	3,08 %	10,25 %	9,93 %
Tecnología	0,77 %	0,88 %	1,95 %	2,10 %
Total	3,94 %	4,48 %	6,23 %	7,00 %

Fuente: Análisis del comportamiento de los inversores minoristas en los mercados financieros de 2019 a 2022, CNMV, 2023.

- Su presencia en el total de las compras negociadas se situó en el 6,27% (6,13% en 2021) y en el total de las ventas fue del 7,04% (6,74% en 2021).
- La media de edad del inversor minorista es de 52 años, cifra en descenso en los últimos años.
- El 81,1% del volumen fue negociado por hombres, frente al 18,9% negociado por mujeres

2.1.1 Análisis de encuestas. Inversores particulares en España.

Para profundizar más sobre los inversores particulares en España se han realizado encuestas con el fin de obtener más información al respecto. Se han realizado encuestas online y encuestas presenciales en diferentes puntos de Madrid, para conseguir una mayor variedad de sujetos. De este modo, se ha conseguido una muestra representativa de 201 personas con los siguientes datos demográficos:

Tabla 2

Datos demográficos de los encuestados.

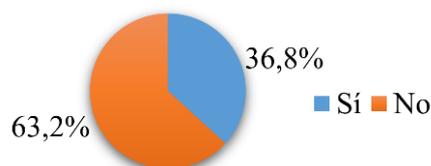
Categoría	Concepto	N.º personas	%
SEXO	Hombre	101	50,2 %
	Mujer	99	49,3 %
	Prefiere no decirlo	1	0,5 %
EDAD	Menor de 18 años	11	5,5 %
	18-24 años	50	24,9 %
	25-34 años	35	17,4 %
	35-44 años	29	14,4 %
	45-54 años	35	17,4 %
	55-64 años	27	13,4 %
	Mayor de 65 años	14	7,0 %
Número de encuestados		201	

Fuente: Elaboración propia según los datos de la encuesta.

La encuesta se ha dividido en dos partes: los que actualmente no invierten en activos y los que actualmente invierten en activos. A la pregunta de: *Como particular, ¿invierte en activos (inmuebles, acciones, bonos, criptomonedas, plan de pensiones, fondos de inversión, etc.)?* Los resultados revelan que el **63,2% de la muestra no invierte actualmente en activos, mientras que el 36,8% restante sí lo hace.**

Figura 2

Porcentaje de personas que actualmente invierten en activos.



Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

A continuación, se analizarán los resultados de las dos partes del cuestionario.

2.1.1.A Perfil de personas que actualmente no invierten

A los que contestaron que actualmente no invierten en activos se les preguntó la edad y el sexo:

- La mayoría de las personas que no invierten (27,6%) tienen entre 18 y 24 años.
- El 50,4% son mujeres y el 48,8% son hombres (0,8% prefiere no indicar su sexo).

Tabla 3

Datos demográficos de las personas que no invierten actualmente.

Categoría	Concepto	N.º personas	%
SEXO	Hombre	62	48,8 %
	Mujer	64	50,4 %
	Prefiere no decirlo	1	0,8 %
EDAD	Menor de 18 años	10	7,9 %
	18-24 años	35	27,6 %
	25-34 años	25	19,7 %
	35-44 años	20	15,7 %
	45-54 años	15	11,8 %
	55-64 años	14	11,0 %
	Mayor de 65 años	8	6,3 %
TOTAL		127	

Fuente: Elaboración propia según los datos de la encuesta.

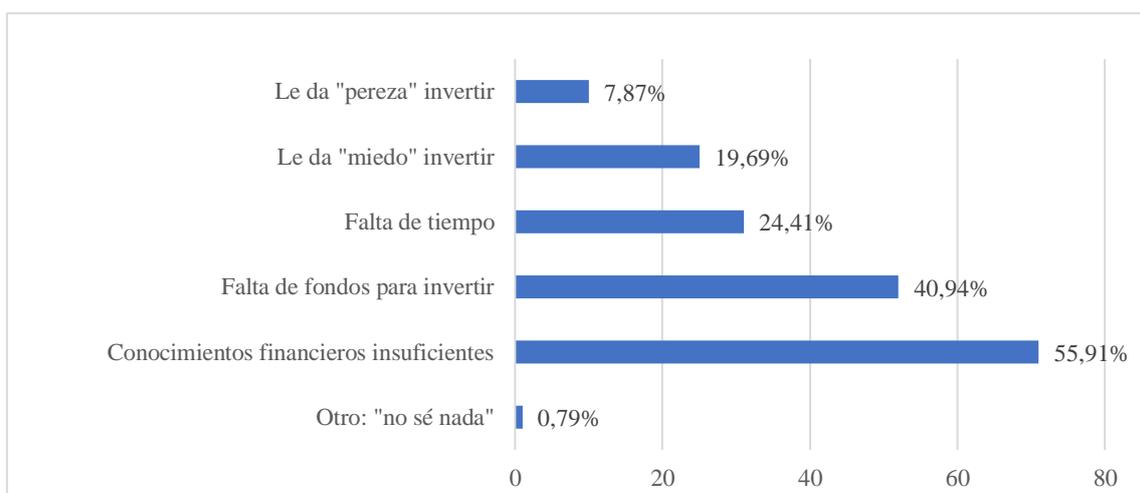
A estos, se les preguntó si invertirían en un futuro:

- **El 73,2% indicaron que sí invertirían en un futuro y el 26,8% indicó que no lo haría**, lo que nos indica que, según estas respuestas, el número de inversores particulares aumentará a futuro, suponiendo que los que invierten ahora no dejen de hacerlo.
- Entre los motivos por los que no invertirían en el futuro se encuentran tales como: falta de liquidez y/o capital, necesidad de comprarse una vivienda, necesidad de ahorro para diversas finalidades, falta de interés, no resulta atractivo, falta de utilidad o simplemente prefieren gastar los fondos en diversas actividades.

Los que sí invertirían en un futuro contestaron que los motivos por los cuales actualmente no invertían eran los siguientes, siendo la falta de conocimientos financieros el más común (elegido por el 55,91%), seguido de la falta de fondos para invertir.

Figura 3

Motivos por los que no invierten actualmente.



Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

Nota: *Los encuestados pudieron elegir más de una opción.*

2.1.1.B Perfil de personas que actualmente sí invierten

El 49% de la muestra sí que invierte actualmente. Se les preguntó la edad y el sexo, llegando a las siguientes conclusiones:

- El 52,7% son hombres y el 47,3% mujeres.
- La mayoría de los inversores particulares (27%) tienen entre 45 y 54 años siendo el segundo grupo más grande los situados entre los 18 y 24 años, como se puede observar a continuación:

Tabla 4

Datos demográficos de las personas que invierten actualmente.

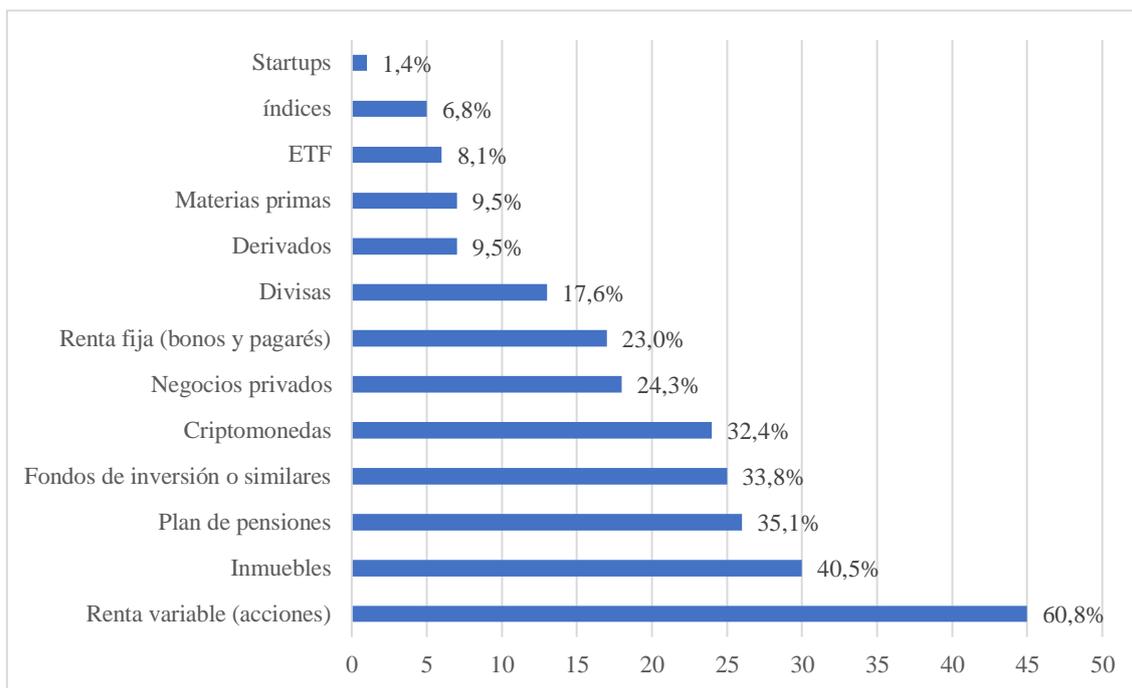
Categoría	Concepto	N.º personas	%
SEXO	Hombre	35	47,3 %
	Mujer	39	52,7 %
EDAD	Menor de 18 años	1	1,4 %
	18-24 años	15	20,3 %
	25-34 años	10	13,5 %
	35-44 años	9	12,2 %
	45-54 años	20	27,0 %
	55-64 años	13	17,6 %
	Mayor de 65 años	6	8,1 %
TOTAL		74	

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

Asimismo, se les preguntó en qué activos invertían sus fondos y el activo en el que más invierten es la renta variable, ya que el 60,8% de los inversores invierte al menos un euro en renta variable, seguido de la inversión inmobiliaria, tal como se puede ver a continuación.

Figura 4

En qué activos invierten.



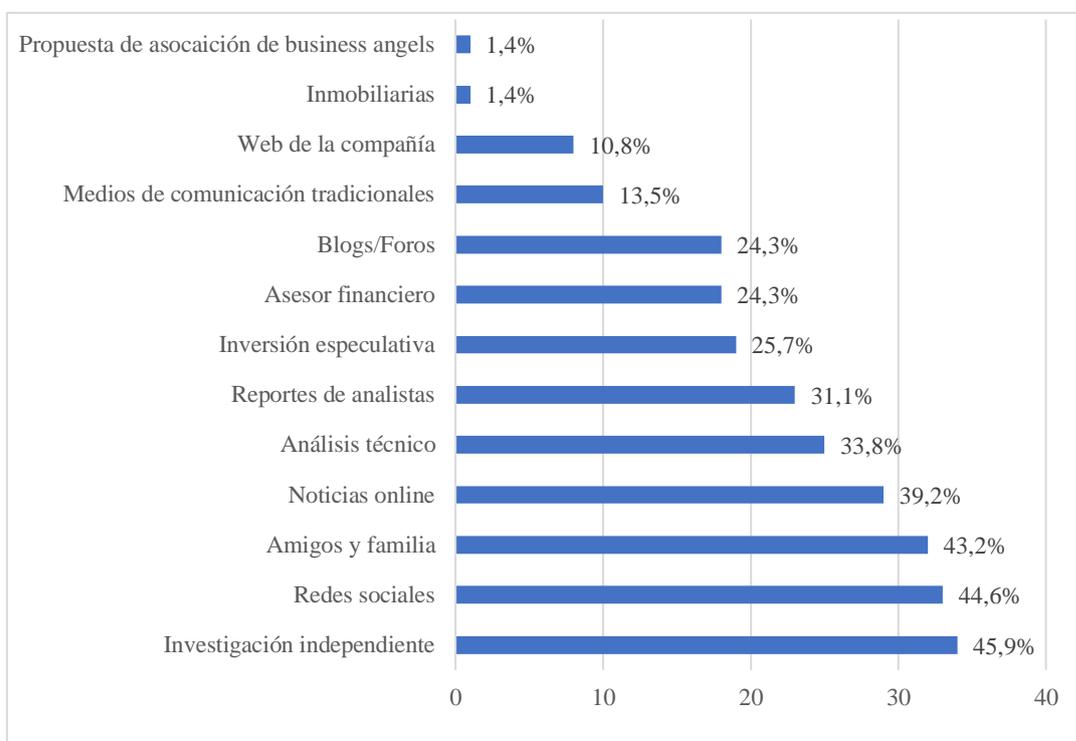
Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

Nota: Los porcentajes corresponden a la cantidad de personas que invierten en ese activo, los encuestados han podido seleccionar varios activos.

Las fuentes de información en las que se basan a la hora de tomar sus decisiones de inversión varían, pero por lo general, la más utilizada por los inversores particulares es la investigación independiente, seguida de las redes sociales, y los amigos y la familia. De esta forma, como se puede observar en la siguiente figura, así es el orden de las fuentes de información en las que se basan al tomar las decisiones de inversión.

Figura 5

Las fuentes de información utilizadas por los encuestados para la toma de decisiones de inversión.



Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

Nota: Los encuestados han podido seleccionar más de una fuente de información.

El 45,9% de los inversores particulares llevan a cabo una investigación independiente acerca de los activos en los que van a invertir. Así pues, destaca la gran cantidad de inversores que invierten tomando en cuenta lo que ven y escuchan por redes sociales, ya que el 44,6% de los inversores tiene en cuenta esta fuente de información, y el 43,2% toma decisiones basadas en las opiniones de amigos y familiares.

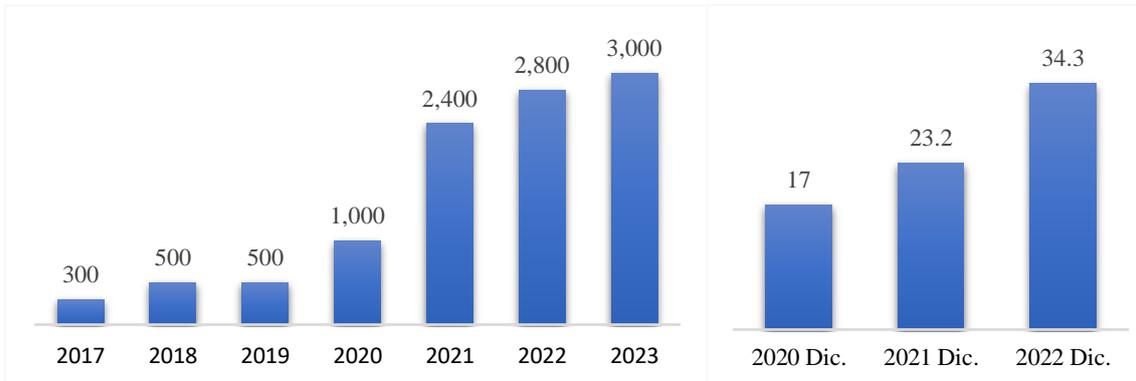
2.2.1.C Evolución del número de usuarios en los brokers principales

Para aportar más valor al análisis se pueden analizar dos de las plataformas de inversión más utilizadas por inversores particulares a nivel mundial: XTB (X-Trade Brokers) y eToro. En cuanto a las nuevas cuentas creadas y usuarios registrados obtenemos los siguientes datos.

Figura 6

Cuentas nuevas registradas en eToro (en miles), izquierda.

Usuarios totales registrados en eToro (millones), derecha.



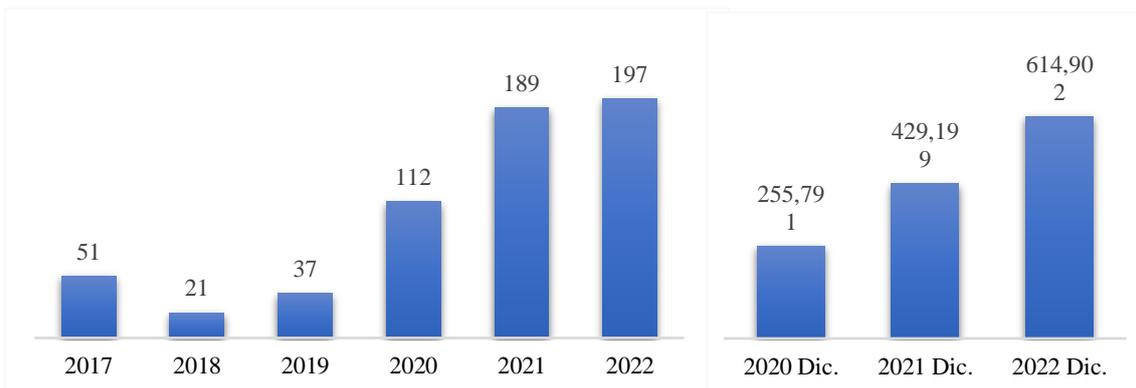
Fuente: Elaboración propia según Investor Presentation eToro, 2023.

Se observa cómo el número de usuarios de eToro ha estado amentando en los últimos años, al igual que el número de clientes activos, los cuales en promedio representan el 50% de los usuarios totales registrados. Lo mismo ha ocurrido en la plataforma XTB. Esto se puede tomar como un indicador del incremento de inversores particulares, lo que fortalece la idea de negocio de TradeCircle.

Figura 7

Cuentas nuevas registradas en XTB (en miles), izquierda.

Usuarios totales registrados en XTB, derecha.



Fuente: Elaboración propia según XTB Annual Report 2022.

Según Fintonic, el crecimiento de inversores particulares también se refleja en los resultados de un estudio de finanzas personales acerca de la inversión en criptomonedas. El número de usuarios de las plataformas de compraventa de criptomonedas ha crecido

exponencialmente en apenas dos años en España. El volumen de clientes que realizó alguna transacción durante el primer trimestre de 2022 se multiplicó por 11 con respecto al mismo periodo de 2020. Además, si comparamos los ejercicios 2020 y 2021, en el último año los usuarios aumentaron un 400%. (2022).

2.1.3 Motivos por los que hay un aumento de inversores particulares:

-Digitalización: Ha facilitado el acceso a nuevas oportunidades de inversión, a las operaciones y reducción de intermediarios, a la educación financiera y ha reducido las barreras permitiendo que invertir hoy en día sea más accesible para toda la población.

Bilal Majbour, CEO de Wealthface en un artículo publicado por Forbes, defiende que, con la digitalización aplicada a la inversión, invertir es cada vez más accesible. Antes, los interesados en invertir necesitaban tiempo para abrir una cuenta de inversión y trabajar con un asesor financiero en su oficina. Pero ahora, las limitaciones que una persona corriente debe superar para empezar a invertir y construir una cartera personalizada para alcanzar sus objetivos financieros son menores.

La prestigiosa revista Forbes (2023) asegura que desde 2021 se ha observado un aumento en las visualizaciones de contenido sobre acciones, pensiones, inversiones y educación financiera en general. Una de las razones es la generación *millennial* que opta por instruirse usando los avances de la era digital.

-Globalización: Ha permitido a los inversores acceder a mercados internacionales con facilidad, al igual que ha contribuido a la interconexión de mercados financieros facilitando la diversificación de activos y facilitando el acceso a una mayor variedad de instrumentos financieros, atrayendo a un mayor número de inversores particulares.

-Facilidad de acceso a información financiera: Realmente se encuentra muy relacionado con la digitalización. Hoy en día es fácil obtener información financiera sobre cualquier empresa o activo. Existen multitud de plataformas de fácil acceso y gratuitas que dan este tipo de información como Trading View, Market Screener, Yahoo Finance, además de periódicos digitales y otros medios como redes sociales (YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Telegram, etc.), contribuyendo también a la educación financiera.

-Pandemia: BNY Mellon asegura que la facilidad del acceso a la información financiera, el mayor tiempo en casa durante la pandemia, la facilidad para abrir cuentas y la posibilidad de invertir pequeñas cantidades, además de lo mencionado anteriormente, y opciones de trading sin comisiones, unido a una volatilidad en el mercado por la pandemia y el auge de las criptomonedas, creó una atmósfera perfecta para la llegada de nuevos inversores particulares.

-Marketing, influencers y creación de contenido financiero: Cada vez es más común que la información acerca de contenido financiero se de en formato audiovisual, como ya hacen muchos bancos a través de plataformas como YouTube. Así pues, en estos últimos años ha tenido lugar un aumento de contenido de este tipo. Los canales, cuentas e *influencers* dedicados a finanzas y emprendimiento han visto como sus seguidores han aumentado. Por otro lado, los anuncios relacionados con este tipo de contenido también han sido más frecuentes que en años anteriores.

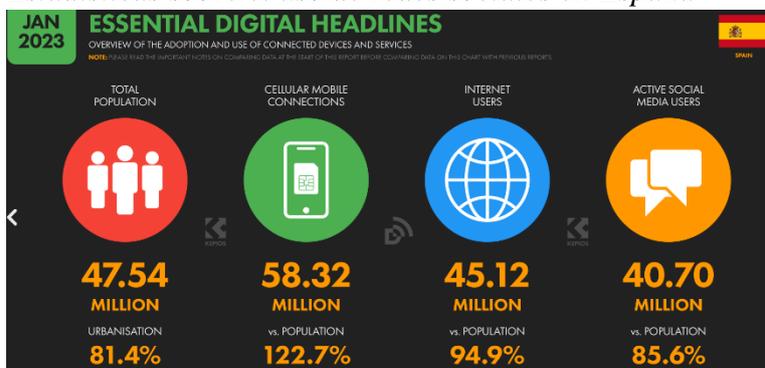
2.1.4 Uso de redes sociales

Es de vital importancia para este plan de negocio analizar las tendencias del uso de redes sociales, ya que una evolución positiva y un mayor número de usuarios será trascendental para el respaldo del modelo de negocio de TradeCircle.

Un informe elaborado por Data Report en enero de 2023, según fuentes de GWI establece que en España el 94,9% de la población ha sido usuario de internet, y el 85,6% de la población ha sido un usuario activo en redes sociales. Por otro lado, de forma global, el 59,4% de la población mundial fue un usuario activo de redes sociales en 2023.

Figura 8

Estadísticas sobre el uso de redes sociales en España



Fuente: Digital Spain, 2023.

Así pues, Fernández, en un informe para Statista indica que el número de usuarios en redes sociales en España no ha parado de crecer hasta 2023 y de cumplirse las previsiones, el número de usuarios de redes sociales a partir de 2027 podría situarse fácilmente por encima de los 45 millones (2023).

Según el informe mencionado anteriormente, El orden de plataformas por millones de usuarios en España sería: YouTube, con 40,7 millones de usuarios; Instagram, con 21,90 millones; Facebook, con un 19,35 %; LinkedIn, con 17 millones; TikTok, con 16,36 millones; Twitter, con 10,85 millones; Facebook, con 9,05 millones; Pinterest, con 7,01 millones y Snapchat, con 3,90 millones.

De forma adicional, resalta la gran cantidad de inversores particulares que, según las encuestas, tienen en cuenta las redes sociales para tomar decisiones sobre sus inversiones. Según la encuesta realizada para obtener información primaria sobre el perfil de inversores particulares en España, el 44,6% de estos utiliza las redes sociales con esta finalidad.

Como resumen de este análisis de mercado, obtenemos los siguientes puntos clave:

- El número de inversores particulares ha aumentado en los últimos años y, si se cumplen las previsiones de la encuesta, seguirá aumentando.
- La mayoría de los inversores particulares son hombres.
- La mayoría de los inversores particulares tienen entre 45 y 54 años, seguido de los inversores jóvenes, los situados entre 18 y 24 años.
- El uso de redes sociales como fuente de información para la toma de decisiones de inversión es fuerte.
- La digitalización es una tendencia consolidada, el futuro está en las plataformas digitales.
- La renta variable es el activo en el que más se invierte.

2.2 Análisis de los competidores

A la hora de analizar la competencia no se ha encontrado ninguna plataforma o web que se dedique a una actividad idéntica a la que se quiere lograr con TradeCircle. Cada uno de estos competidores son distintos entre sí y distintos a TradeCircle. A continuación, se

analizará brevemente cada uno de ellos.

- **Finect:** Ofrece una plataforma para que el ahorrador encuentre lo que necesita para sus finanzas. No hay interacción entre inversores particulares, simplemente estos acuden a esta plataforma para buscar información, ver webinars, comparar fondos de inversión y más funciones que en resumen son herramientas para que el inversor pueda invertir “mejor”. También actúan como intermediarios con asesores financieros. Cuenta con cerca de 500.000 visitas al mes.
- **Rankia:** Tienen más de 20 años de experiencia. Se trata de una web social para inversores donde estos encuentran distintas funciones como: foros, blogs, noticias, comparadores de índices, videos formativos, eventos, comparador de hipotecas, brokers, y más funciones útiles para inversores particulares. Cuentan con más de un millón de usuarios registrados y están presentes en 10 países. Sin embargo, la interfaz de usuario no es atractiva y no tienen aplicación móvil, además de no contar con otras funciones que sí tendrá TradeCircle.
- **Seeking Alpha:** Se trata de una plataforma que ofrece noticias, análisis del mercado, datos del mercado, además de dar información sobre distintos tipos de activos y actuar como intermediario de distintos grupos de inversión. Está solo en inglés y no hay interacción entre inversores.
- **TradingView:** Es una de las plataformas gratuitas más completas del mundo de las finanzas. Es una plataforma de gráficos y una red social utilizada por más de 50 millones de *traders* e inversores de todo el mundo. Sí presenta una sección de “ideas” en la que los inversores pueden publicar sus análisis, sin embargo, está muy centrada en el trading y en el análisis técnico siendo la interacción relativamente baja para tener 50 millones de usuarios, además, no cualquiera puede escribir y preguntar, es necesario obtener “puntos de reputación”. Ofrece muchas funciones y será un proveedor estratégico de TradeCircle.
- **Twitter:** Es una de las redes sociales más conocidas en todo el mundo. Según datos de Statista cuenta con más de 330 millones de usuarios. Hay cuentas que publican información sobre las finanzas e inversiones, pero son difíciles de cuantificar. Es una plataforma intuitiva y con una interfaz de usuario atractiva. Sin

embargo, no está destinada a inversores particulares, es para el público general, así que no incluye muchas de las funciones que TradeCircle tendrá, aunque esta estará inspirada en Twitter.

- **Brokers y exchanges:** Algunos brokers y exchanges, como es el caso de eToro o Binance, cuentan con una opción para que los inversores puedan publicar sus opiniones y análisis sobre distintos productos de inversión. Sin embargo, los usuarios de estas plataformas se centran en operar y no prestan mucha atención a esas publicaciones. La interacción es baja y no es la función principal de la plataforma.

De forma aclaratoria:

Tabla 5

Relación competidor-amenaza

Competidor	Amenaza
Finect	Baja
Rankia	Media
Seeking Alpha	Baja
TradingView	Media-alta
Twitter	Baja
Brokers	Baja

Fuente: Elaboración propia según el análisis de competidores.

2.3 Las cinco fuerzas de Porter

Como comentan David y David (2017) Michael Eugene Porter en 1979 elabora un modelo que ayuda a identificar el atractivo (rentabilidad potencial) de una industria en términos de cinco fuerzas competitivas. Estas son fuentes de amenazas y oportunidades para todas las empresas que operan en dicho sector.

Figura 9

Esquema de las cinco fuerzas de Porter.



Fuente: ESGInnova Group.

- Poder de negociación de los clientes: **Moderado-bajo**

Aguilar (2006) defiende que los clientes “pueden inclinar la balanza de negociación a su favor cuando existen en el mercado productos sustitutos, exigen calidad, un servicio superior y precios bajos, lo que conduce a que los proveedores compitan entre ellos por esas exigencias.”

TradeCircle se trata de un servicio diferenciado de la competencia con funciones propias, herramientas especializadas en la inversión y que los competidores no tienen en su gran mayoría. Por otro lado, es cierto que el coste de cambio de los clientes es relativamente bajo, lo que juega en contra, aunque si desean una plataforma similar hay pocas opciones. Además, estos pueden obtener el mismo valor que ofrecen las funciones de TradeCircle a través de distintas fuentes en internet, pero ya tendrían que acceder a varias plataformas, lo que resulta más tedioso.

- Poder de negociación de los proveedores: **Moderado-alto**

Herrera (2018) defiende que “Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio”.

Los proveedores de TradeCircle van a ser fundamentales para ofrecer el servicio distintivo que ofrecerá la red social. Estarán concentrados (son pocos o difíciles de encontrar) y van a proporcionar un aporte especializado en cuanto a contenido relacionado con la inversión. Asimismo, es necesario hacer hincapié en la importancia de aquellos que llevarán a cabo los webinars, redacción de artículos, análisis de noticias y educación financiera. Es esencial contar con colaboraciones sólidas.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores: Moderado**

Las barreras de entrada toman especial relevancia. En este caso, es necesario superar ciertas barreras de entrada. Hoy en día, es relativamente fácil montar una página web, contactar con un ingeniero informático y desarrollar un negocio digital. La dificultad puede venir por la recaudación de capital, la presencia de una base de clientes sólida o comunidad establecida y el desarrollo de características especializadas. Esto conlleva tiempo y esfuerzo, lo que puede disuadir a nuevos competidores.

- **Amenaza de productos sustitutos: Baja**

Los sustitutos son productos o servicios que ofrecen un beneficio similar a los productos o servicios de una industria, pero tienen una naturaleza diferente. Pueden ser, por ejemplo: reuniones de inversores, foros genéricos, blogs especializados en finanzas e inversiones, cursos online, etc. TradeCircle ofrece un ecosistema que incluye muchas de estas alternativas y la diferenciación radica en su enfoque específico de la interacción entre inversores, por lo que la amenaza es baja.

- **Rivalidad entre competidores existentes: Baja**

Como se ha analizado antes, la competencia en el sector no es elevada ya que cada plataforma otorga distintas utilidades a sus usuarios. No hay ninguna que sea de gran parecido a otra. Cada una cuenta con sus ventajas y desventajas. TradeCircle trata de quedarse con lo mejor de ellas sin dejar de lado su identidad propia. La rivalidad entre competidores es baja.

Tabla 6
Resumen cinco fuerzas de Porter

5 fuerzas de Porter	
Poder de los clientes	Moderado - Bajo
Poder de los proveedores	Moderado - Alto
Amenaza de nuevos competidores	Moderada
Amenaza de productos sustitutos	Baja
Rivalidad entre competidores	Baja

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, se observa un atractivo y una potencial rentabilidad dentro de la industria. TradeCircle parece tener una posición favorable si logra diferenciarse de la competencia y si logra establecer una relación sólida con los proveedores, colaboradores y usuarios.

2.4 Oportunidad de negocio

Tras este análisis y las conclusiones a las que se ha podido llegar, de forma preliminar se puede pensar que TradeCircle puede aportar valor real a los inversores particulares. Sin embargo, para fundamentar esta teoría, en las encuestas realizadas, se introdujeron dos preguntas relacionadas con este tema con la finalidad de conocer si realmente el público objetivo utilizaría TradeCircle.

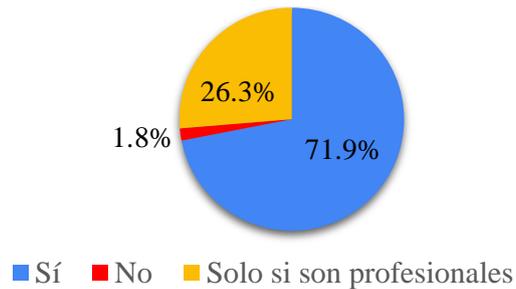
1. ¿Cree que es útil conocer la opinión de otros inversores particulares (profesionales o no) a la hora de invertir?
2. ¿Estaría interesado/a en ser miembro de una red social gratuita destinada a compartir las opiniones, las ideas, debatir e interactuar entre inversores particulares, al mismo tiempo que tiene acceso a información financiera, noticias, cotizaciones y más funciones útiles en una misma plataforma?

Se preguntaron ambas tanto a los que habían respondido que sí que eran inversores particulares en la actualidad como a los que dijeron que no pero que en un futuro sí que estarían interesados en invertir.

En cuanto a la primera pregunta, aquellos que actualmente no invierten, pero sí que lo harían en un futuro, contestaron en un 71,9% que sí que les resultaría útil conocer la opinión de otros inversores tanto profesionales como no profesionales, mientras que el 26,3% solo les resultaría útil conocer la opinión de los profesionales, mientras que al 1,8% restante no les resultaría útil conocer la opinión de otros inversores.

Figura 10

¿Les resultaría útil a los inversores futuros conocer la opinión de otros inversores?

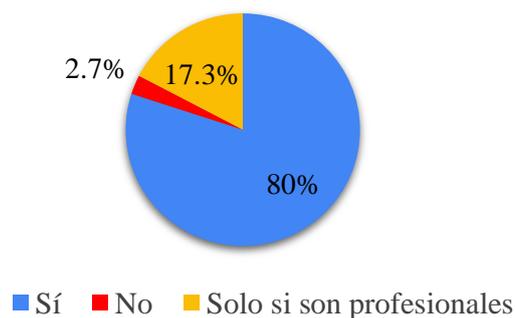


Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

Siguiendo con la primera pregunta, para el 80% de los inversores actuales les resulta útil conocer la opinión de otros inversores tanto profesionales como no profesionales, para el 17,3% solo si son profesionales, mientras que el porcentaje restante no desea conocer la opinión de otros inversores.

Figura 11

¿Les resultaría útil a los inversores actuales conocer la opinión de otros inversores?

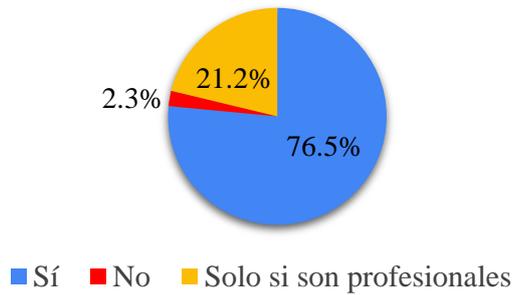


Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

De este modo, juntando ambos grupos, se concluye que **la gran mayoría de los inversores actuales y futuros (76,5%) está interesado en conocer la opinión de otros inversores (profesionales o no)**, el 21,2% solo si son profesionales y tan solo el 2,3% restante no cree que sea útil conocer esa información.

Figura 12

¿Les resultaría útil a los inversores actuales y futuros conocer la opinión de otros inversores?

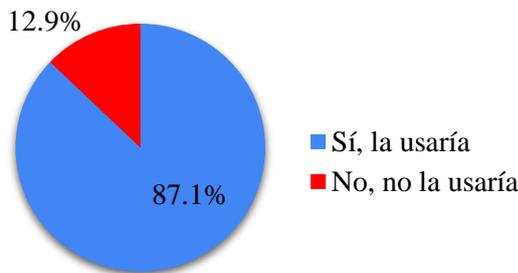


Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

En cuanto a la segunda pregunta, que quizá sea la que afecte más a TradeCircle de forma directa, los resultados han sido positivos. De los futuros inversores, la inmensa mayoría, **el 91,2%, aseguró estar interesado en ser miembro de TradeCircle en un futuro** mientras que tan solo el 8,8% dijo que no. Por otro lado, **el 84% de los inversores actuales estaría interesado en ser miembro de TradeCircle** mientras que el 16% restante no lo sería. Juntando ambos grupos, el 87,1% de la muestra utilizaría TradeCircle.

Figura 13

¿Usarían los inversores futuros y actuales TradeCircle?



Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta.

De forma conjunta entre inversores actuales y futuros, de los que contestaron que sí que están interesados en conocer la opinión de otros inversores (ya sean profesionales o no), el 89,1% usarían TradeCircle. De los que contestaron que sí están interesados en saber la opinión de profesionales y no profesionales, el 92,2% usaría TradeCircle. De los que contestaron que solo están interesados en conocer la opinión de profesionales, el 96,9% usaría TradeCircle.

Entre los **motivos por los que no serían miembros de TradeCircle** se encuentran algunos como los siguientes:

- No me gusta.
- Hago inversiones en viviendas para alquilar muy puntualmente cada mucho tiempo. Con la información de las inmobiliarias me es suficiente.
- Prefiero compartir información únicamente con mi círculo de confianza.
- Porque soy analógica.
- Falta de tiempo.
- No me gusta, no sé, y me aburre, confío en mi inversor.
- Prefiero información personalizada de asesores conocidos.
- Complicado ver opiniones formadas en redes.
- Me parece buena idea, pero yo no uso redes sociales.
- No uso redes sociales, soy muy mayor.
- No quiero que nadie se interponga en mis opiniones.

Grupo de discusión y análisis de los resultados

Como parte de este análisis, para acompañar los resultados de las encuestas, se decidió llevar a cabo un grupo de discusión con el fin de comprobar la oportunidad de negocio entre los inversores actuales. De este grupo de discusión se obtuvo retroalimentación e ideas para la implementación de TradeCircle. El grupo estuvo integrado por siete miembros tal como se ve a continuación:

Tabla 7
Composición del grupo de discusión.

<i>Sujeto</i>	<i>Sexo</i>	<i>Edad</i>	<i>Invierte actualmente</i>
<i>Anónimo 1</i>	H	52	Sí
<i>Anónimo 2</i>	H	21	Sí
<i>Anónimo 3</i>	M	28	Sí
<i>Anónimo 4</i>	M	44	Sí
<i>Anónimo 5</i>	M	59	Sí
<i>Anónimo 6</i>	H	32	Sí

A estos sujetos se les preguntó:

1. ¿Qué opinan de las inversiones?
2. ¿Os gustaría conocer la opinión de otros los inversores a la hora de invertir?
3. ¿Cómo creéis que podría afectar a vuestras inversiones el conocer las inversiones de otras personas?
4. ¿Alguna vez habéis hablado con otras personas sobre vuestras inversiones?
¿Cómo os sentisteis?
5. ¿Recomendarías a la gente que comparta sus opiniones y que debata sobre las inversiones personales?
6. ¿Crees que sería útil que existiese una red social gratuita que permita que los inversores compartan sus ideas, opiniones, y que debatan entre ellos sobre las inversiones particulares, que, además cuente con distintas funciones dentro de la red social como: cotización en directo, noticias online, canales privados, etc.? ¿Y qué funciones incluiríais vosotros en la red social?

Respuestas grupales y discusión:

Pregunta 1:

Todos los participantes defendieron que las inversiones son una forma muy útil de poner dinero que no es estrictamente necesario para vivir en funcionamiento, además de que abre la puerta a grandes oportunidades de obtener un rendimiento extra por el dinero incluso dedicándole un tiempo mínimo, aunque eso depende del tipo de activo en el que se invierte. La gran mayoría defendieron que cuanto antes se empezase a invertir y a obtener conocimientos básicos de la inversión, mejor.

Pregunta 2:

Cinco de los seis participantes estaban de acuerdo con que sí que era útil saber en qué invertían otros inversores, ya que esto podía ayudar a encontrar nuevas oportunidades o a corregir errores en las inversiones propias. Por otro lado, el otro sujeto restante defendía que solo quería saber las opiniones de los profesionales para no confundirse y no cometer errores.

Pregunta 3:

Todos sostenían que el conocer las inversiones de los demás afectaba a las suyas. Algunos comentaban como a veces habían abierto o cerrado posiciones por lo que le comentaba la gente, otros dijeron que se animaron a invertir en vivienda por que un amigo suyo se lo recomendó, otros decían que habían invertido en fondos por que lo habían recomendado por los foros, y así varios ejemplos. Ciertamente es que todos eran más propensos a modificar o iniciar sus inversiones si era un profesional o alguien reconocido del cual obtenían opinión.

Pregunta 4:

Todos habían hablado con familiares y amigos sobre inversiones. Otros también habían utilizado las redes sociales para poner comentarios acerca de este tema. Los sentimientos eran gratificantes cuando hablaban con alguien que no sabía mucho del tema y ellos podían ayudar a esa persona a entender más acerca del asunto, a veces también afloraba un sentimiento de superioridad.

Pregunta 5:

En general todos dijeron que sí pero que las más personales o las que no querían que fuesen copiadas que no las compartirían con nadie. Pero en el caso de inversiones más básicas como acciones o criptomonedas sí que lo recomendarían.

Pregunta 6:

Los seis integrantes del grupo afirmaron que sí que serían miembros. “Al ser gratuita no tenemos nada que perder, yo creo, y sí mucho que ganar”, contestó uno. Asimismo, comentaron cosas como “La verdad que tenga todas esas funciones puede ser muy útil para nosotros y así, aunque sea un ratito al día podemos meternos a ver qué está pasando”. “Creo que es muy buena idea y facilita el trabajo” contestó otro. También como aspecto “negativo” resalta el comentario que se hizo “Supongo que para que esto funcione tiene que haber muchas personas que se la descarguen y la usen, así que la tenéis que dar a conocer muy bien”.

En cuanto las **funciones que incluirían** surgieron las siguientes ideas:

- Videos o artículos cortos sobre educación financiera.
- Distinción entre profesionales y corrientes.
- Grupos privados y listas de difusión.
- Oportunidad para inversores de darse a conocer y vender cursos.
- Oportunidad para proyectos de ser financiados.
- Comentarios sobre noticias.

Además de algunos que se repiten con los de la encuesta. Las funciones se detallan más adelante.

Oportunidad de negocio

Con esta información se define claramente los argumentos de la oportunidad de negocio. La **oportunidad de negocio** radica en la creación de una red social gratuita e interactiva, especialmente destinada a inversores particulares para que estos puedan compartir sus opiniones e ideas sobre en lo que han invertido o en lo que invertirán, discutan entre ellos aspectos relevantes y puedan accedan a distintas funcionalidades útiles dentro de la misma red social, favoreciendo así la comodidad y creando valor para los usuarios e inversores de la red social TradeCircle quienes podrán beneficiarse de nuevos conocimientos e ideas de inversión, así como de la posibilidad de usar TradeCircle como escaparate para crear comunidades de inversores y ofrecer servicios.

Esta oportunidad se apoya en los estudios analizados y realizados, a través de las fuentes de información primaria y secundaria que vienen dadas en este mismo documento acerca de la inversión particular en España y su contexto global. La evolución positiva de la inversión particular, el auge de las redes sociales, la digitalización y el interés mostrado por los potenciales usuarios en compartir y contrastar ideas, conocimientos y estrategias de inversión, son la clave para que se lleve a cabo este proyecto como negocio.

TradeCircle quiere convertirse en el principal punto de encuentro virtual de inversores particulares, un lugar en el que estos se sientan cómodos y trascendentales para otros usuarios, en el que puedan acceder a información relevante de forma sencilla y en el que todos tengan la oportunidad de crecer como inversores, al mismo tiempo que los más inexpertos aprenden de otros usuarios con más experiencia. TradeCircle es un ecosistema de funciones valiosas que mejora la experiencia del inversor.

3. PLAN DE NEGOCIO

3.1 Idea de negocio

La red social gratuita TradeCircle va a contar con una serie de funciones de las que ya se ha hablado antes. En resumen, incluirá las siguientes:

- **Publicación de opiniones, ideas de inversión y comentarios generales:** Es la función principal. Podrán hacer las publicaciones acompañadas de contenido multimedia, a modo Twitter.

- **Respuesta a esas publicaciones:** los usuarios podrán responder de forma pública o privada a esas publicaciones. Si es de forma privada, el mensaje de respuesta le llegará solo a quien haya hecho la publicación.
- **Likes, repost, contador de visualizaciones y “compartir”**, serán las opciones disponibles en cada publicación.
- **Seguimiento** de usuarios.
- **Elementos de configuración:** como gestión de cuentas de perfil, de contraseñas, nombre de usuario, elementos guardados, información personal, verificación del usuario, etc.
- **Búsqueda de publicaciones o de temas mediante hashtags y palabras clave**, además de un sistema de clasificación de las publicaciones en un tema determinado, por ejemplo: acciones, bonos, inversión sostenible, vivienda, criptomonedas, etc.
- **Opción para los usuarios de crear “mi espacio”** distintas carpetas de interés.
- **Mensajería privada** con usuarios (usuario-usuario).
- **Emisión en directo de contenido multimedia o podcast (Streaming).** Los usuarios podrán crear una comunidad interesada en ese contenido que reproducen en directo y generar ingresos por anuncios o donaciones de otros usuarios (estilo Twitch).
- **Posibilidad de los usuarios de seguir temas de su interés**, los cuales saldrán en la página principal de la cuenta del usuario, en “para ti”.
- **Sistema de guardado de publicaciones** al que se puede acudir en cualquier momento desde el menú del usuario.
- **Listas de difusión y grupos.** Los inversores podrán formar grupos dentro de la plataforma con otros usuarios para difundir contenido variado (entradas, salidas, comentarios de noticias, etc.). Se da libertad al usuario a que use esos grupos como considere siempre respetando los términos y condiciones. Los grupos pueden ser privados o públicos, gratuitos o de pago. Podrán escribir todos los integrantes o pueden ser restringidos.

Esta opción abre las puertas a los inversores profesionales o con más experiencia a hacer de TradeCircle un lugar de trabajo, pudiendo ganar reputación y seguidores. Esto es positivo para la empresa ya que se consiguen comunidades activas dentro de la red social, pudiendo resultar en un aumento del número de usuarios. Además, los ingresos generados (en caso de ser canales de pago) son en su totalidad para el creador, consiguiendo así una retención y fidelización del usuario.

- **Cotizaciones en directo:** los usuarios podrán acceder a las cotizaciones de mercado de distintos activos en la plataforma. Asimismo, podrán ver los ganadores, perdedores y los activos que los usuarios han decidido seguir.
- **Noticias:** las noticias más relevantes financieras y económicas.
- **Gráficos:** gracias a los recursos que proporciona TradingView y sus códigos abiertos, los usuarios podrán hacer análisis técnico.
- **Educación financiera:** los usuarios podrán acceder a videos y artículos cortos y sencillos sobre finanzas y cultura general sobre las inversiones. La creación de contenido de este tipo será constante. Los usuarios también podrán buscar vídeos antiguos y estos estarán clasificados por temas. Los videos se subirán a la cuenta de TradeCircle en YouTube.
- **Sistema de puntuación de usuarios y ranking diario:** según los *likes*, respuestas y referencias, los usuarios adquirirán una serie de trofeos que los situarán en un lugar más alto del ranking. Los usuarios con mayor ranking recibirán una insignia que les da credibilidad y reconocimiento público.
- **Sección de proyectos:** esta sección da la posibilidad a las pequeñas empresas o startups obtener visualización y financiación. Los inversores interesados podrán acceder a la información acerca de los nuevos proyectos. Los proyectos están clasificados por categorías. Sin duda esto aporta un mayor valor diferencial a TradeCircle al servir de escaparate para pequeños negocios, algo que otras aplicaciones no tienen.
- **Chat en directo:** posibilidad de que haya un chat en directo tanto privado como público. Relacionado con mensajes.

- **Recomendaciones de TradeCircle:** La plataforma hará recomendaciones sobre *exchanges*, brokers, fondos y cursos. Los usuarios se ven beneficiados de esas recomendaciones.
- **Clasificación del inversor:** los usuarios de TradeCircle estarán diferenciados con insignias de colores para distinguir a los profesionales (o con mucha experiencia), intermedios, empresas y novatos. Los colores son: verde, naranja y azul respectivamente. Los novatos no tienen insignias. Una de las claves de la plataforma es que pretende servir también como escaparate para aquellos profesionales o emprendedores que quieran utilizar la red social para generar ingresos, ya sea promocionando cursos, inversiones, canales, etc.
- **Análisis del mercado financiero y del mercado cripto:** Vídeo explicativo de los puntos clave del mercado para la sesión.
- **Sección macroeconomía:** sección destinada a los más interesados sobre la macroeconomía. Habrá información macroeconómica.
- **Calendario económico:** calendario con las fechas clave de publicación de datos macro y de cuentas anuales de empresas cotizadas.
- **Sección inmobiliaria:** en esta sección se discutirá acerca de la inversión inmobiliaria. Los usuarios también podrán publicar anuncios sobre los pisos que quieran vender o alquilar.
- **Sección de inversión sostenible:** desde TradeCircle creemos en la inversión sostenible y en los principios ESG, por lo que se considera pertinente reservar una sección para la discusión y visualización de estos principios. Aquí aparecerán las publicaciones relacionadas con la inversión social y medioambiental, los proyectos relacionados con esto y las últimas noticias. Además, se notificará a los usuarios sobre la emisión de bonos verdes e instrumentos similares.
- **Artículos de interés:** se trata de la publicación de artículos de interés acerca de diversos temas. Pueden ser: bancarios, financieros, económicos, etc. Se diferencia del apartado de educación financiera en que este lleva un orden más lineal y por temas, en cambio los artículos de interés no tienen por qué mantener una relación entre sí.

- **La cita del día y desafío diario de rompecabezas:** cada día se incluye una cita (frase corta) y un rompecabezas para entretener a los usuarios.
- **Utilidades que hacen más cómoda la experiencia del usuario** en la plataforma: se trata de las opciones y distintas configuraciones que pueden utilizar los usuarios para obtener una experiencia mejor mientras disfrutan de la navegación por TradeCircle.
- **Una interfaz de usuario cómoda limpia y sencilla de utilizar.** Apta para todas las edades.
- **Soporte al usuario:** TradeCircle brindará asistencia y ayuda al usuario en todo lo que necesite relacionado con la plataforma, aparte de contar con tutoriales sobre las distintas funciones que ofrece.

Ilustración 1

Ejemplo del aspecto de TradeCircle en la página web y aplicación de ordenador.

The screenshot displays the TradeCircle web application interface. On the left is a user profile for Luis García (@luis.garcia_) with 82 followers and 1120 following. The main content area shows a feed of posts from users like Liuxury Investor and BTC FundsHero. On the right, there are market data sections for 'Tendencia' (Trends) and 'Cripto' (Crypto) with tables of gainers and losers.

Rank	Asset	Posts
1.	Grifols	1202 posts
2.	Apple	1.001 posts
3.	Pisos Barcelona	802 posts

Asset	%	Asset	%
CIE	+ 0.25%	GRF	- 27.80%
TSLA	+ 6.04%	RIO	- 12.40%
PUM	+ 5.30%	BARN	- 11.08%
NVDA	+ 5.15%	COL	- 10.90%

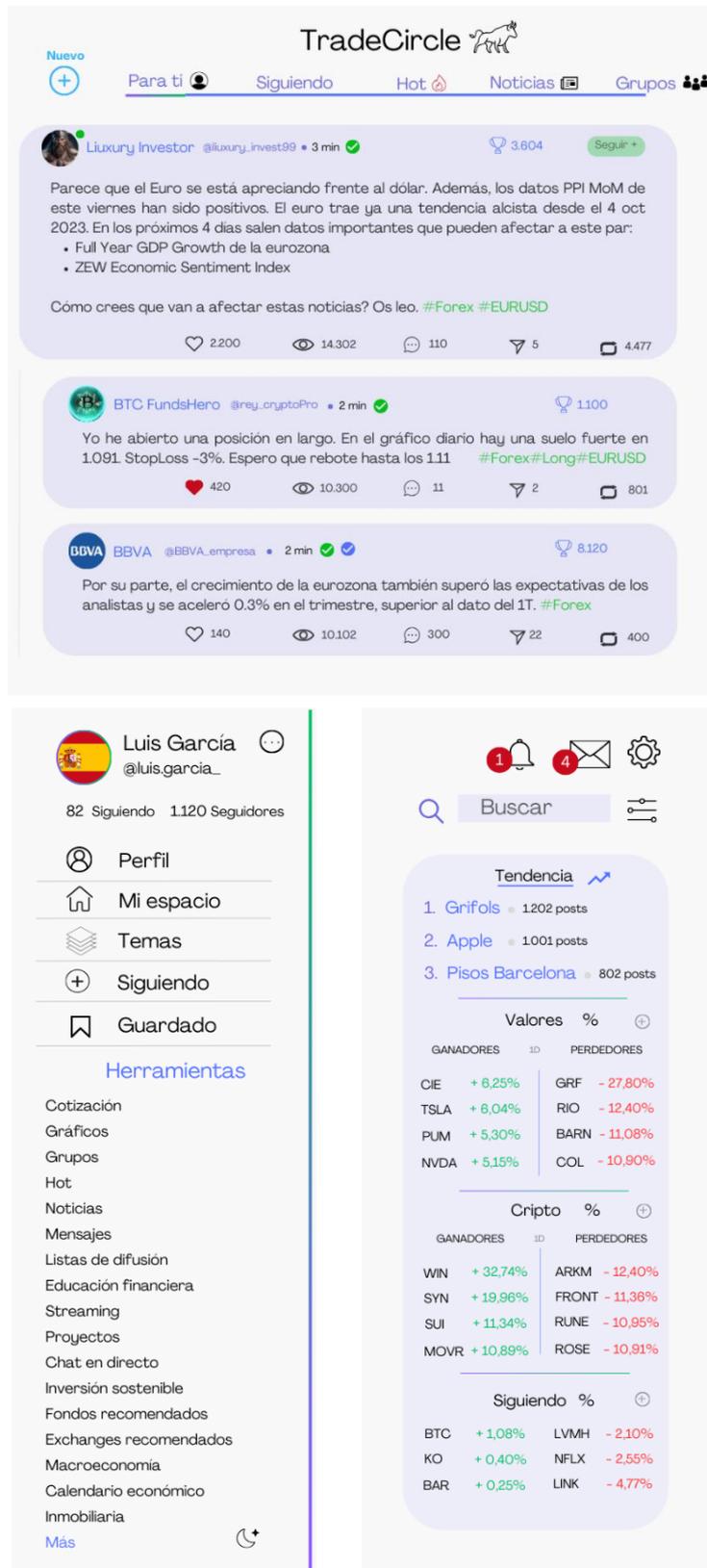
Asset	%	Asset	%
WIN	+ 32.74%	ARKM	- 12.40%
SYN	+ 19.98%	FRONT	- 11.38%
SUI	+ 11.34%	RUNE	- 10.85%
MOVR	+ 10.88%	ROSE	- 10.81%

Asset	%	Asset	%
BTC	+ 1.08%	LVMH	- 2.10%
KO	+ 0.40%	NFLX	- 2.55%
BAR	+ 0.25%	LINK	- 4.77%

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 2

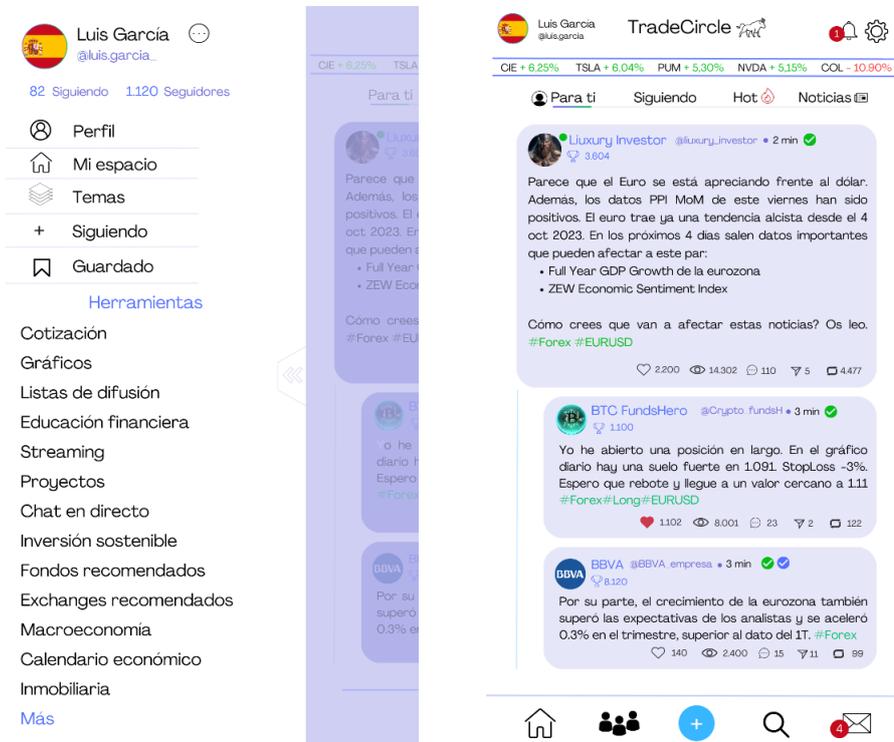
Contenido principal, menú lateral izquierdo y elementos complementarios parte derecha.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 3

Ejemplo de la página principal de la TradeCircle App (para móviles y tablets): En la primera imagen con el menú lateral abierto y en la segunda cerrada.



Fuente: Elaboración propia.

3.2 Modelo de negocio

Whittington et al. defienden que “El modelo de negocio describe una propuesta de valor para los clientes y otros participantes, una configuración de actividades que produce este valor y las estructuras de ingresos y costes asociadas. Fundamentalmente, se refiere a las formas y mecanismos de creación, configuración y captura de valor de una organización. (2020, p.287).

Existen tres elementos fundamentales en un modelo de negocio:

- **Creación de valor:** describe qué es lo que se ofrece y a quién, además de establecer qué valor reciben las diversas partes interesadas.
- **Configuración de valor:** cómo los diversos recursos y actividades interdependientes de la cadena de valor subyacen a la propuesta de valor. Es decir, cómo se crea ese valor.

- **Captura de valor:** se refiere al sistema de ingresos y estructura de costes. Se trata de entender cómo la empresa genera beneficio.

3.2.1 Modelo CANVAS

Estos tres conceptos se resumen en una matriz denominada CANVAS. Desarrollando los conceptos del **modelo CANVAS** para TradeCircle obtenemos lo siguiente:

-**Creación de valor:** dividida en propuesta de valor, relación con los consumidores, canales de distribución y segmentos de clientes. Teniendo en cuenta lo que cada elemento recoge, podemos aplicarlo a TradeCircle.

- **Propuesta de valor:**

TradeCircle ofrece principalmente un servicio de interacción entre inversores particulares y usuarios interesados en la inversión. Todo ello complementado con diversas herramientas de utilidad integradas en la misma plataforma para que los miembros de TradeCircle puedan cómodamente enriquecerse con la información recibida y con las herramientas disponibles desde un único dispositivo digital, con una interfaz sencilla e intuitiva y apta para cualquier edad.

TradeCircle es beneficiosa para los usuarios y la comunidad financiera en general ya que proporciona información, además de fomentar la interacción y colaboración deseada por los inversores, ofrece herramientas prácticas para la toma de decisiones financieras, facilita el aprendizaje y favorece la comodidad. Por otro lado, da visibilidad y reconocimiento a los usuarios, ofrece la posibilidad de crecer como referente de inversión pudiendo estos hacer negocio con la plataforma. En definitiva, con todas las funciones descritas en el apartado anterior, el valor otorgado a los usuarios es alto, además, es la única empresa que ofrece todo esto en el mercado.

- **Relación con los consumidores:**

El cliente es el mayor activo de la empresa y “La relación con el cliente tiene como objetivo principal fidelizar al consumidor manteniendo con él un vínculo a largo plazo para, de esa forma, convertirlo en un legítimo defensor de la marca.” (SalesForce, 2024). Por ello, es importante que haya una fuerte CRM (Customer Relationship Management) para que el usuario tenga una mayor confianza en TradeCircle, se fidelice y la recomiende

a otras personas. TradeCircle tratará de cuidar, mantener y satisfacer a sus clientes para enriquecer la experiencia. Se busca una relación cercana pero profesional, además de un nivel proactivo de relación con los clientes para estar siempre en contacto con ellos.

TradeCircle contará con los siguientes servicios:

- Asistencia personal:** Online, para ayudar en cualquier problema que pueda surgir.
- Contacto:** información de contacto para que el cliente pueda comunicarse: correo electrónico, número de teléfono y dirección.
- Correos electrónicos dirigidos a los usuarios: en fechas importantes** como año nuevo, los usuarios registrados recibirán un mensaje de felicitación. Además, es probable que semanalmente reciban un correo con el resumen de la actuación del mercado y con los anuncios más importantes. Para esto se tratará de colaborar con el encargado que realiza este mismo servicio en el portal financiero MarketScreener.
- Tutoriales:** tutoriales antes mencionados acerca del uso de la plataforma.
- Cuentas en redes sociales:** TradeCircle contará con cuentas en distintas redes sociales: Instagram, WhatsApp, TikTok, Twitter y Facebook. Los usuarios además de poder ver los posts que se hacen desde TradeCircle, podrán hablar con la cuenta oficial de la red social a modo de atención al cliente, como es común con muchas otras empresas, siendo las redes sociales otra vía de comunicación con los clientes.
- **Formulación de preguntas a la comunidad:** desde la cuenta oficial de TradeCircle se plantearán preguntas a los usuarios sobre diversos temas relacionados con la inversión con el objetivo de fomentar la interacción y dinamismo.

- **Canales de distribución:**

El objetivo de los canales de distribución es hacer llegar la propuesta de valor a los consumidores. En TradeCircle los únicos canales van a ser:

- Aplicación para móvil: disponible para iOS y Android.
- Aplicación para ordenador: disponible para iOS y Windows.
- Página Web: www.tradecircle.xyz

Ilustración 4

Diseño del símbolo de la App de TradeCircle.



Fuente: Elaboración propia.

- **Segmento de clientes:**

Permite identificar cuál es el cliente objetivo de TradeCircle. El cliente objetivo de TradeCircle es toda aquella persona, independientemente de la edad y del sexo que invierta y/o que esté interesada en la inversión en diferentes activos. También es interesante contar con empresas como clientes que puedan enriquecer la experiencia del usuario, como bancos y plataformas de noticias financieras.

-Configuración de Valor: incluye los socios, recursos y actividades clave.

- **Socios o aliados clave:**

En primer lugar, es indispensable contar con la ayuda de un ingeniero informático y programador para el desarrollo de todo el ecosistema TradeCircle que diseñen y programen la página web y las aplicaciones. Por otro lado, TradingView brindará con su código abierto las funciones de cotización en directo e información financiera (o a lo sumo con un retraso de 15 minutos).

También es importante contar con perfiles influyentes financieros que atraigan a usuarios. Los encargados de la educación financiera y en la redacción de artículos y noticias también son importantes, aunque otra opción es comprar las noticias y artículos de otros portales. Algunos como Estrategias de Inversión los facilitan de forma gratuita. La plataforma de gestión contable Holded será quien ayude en la gestión de las cuentas cuando el negocio alcance un tamaño significativo, lo que la convierte en aliado clave.

- **Actividades clave:**

Todas las anteriormente descritas. La actividad principal es lograr la interacción entre usuarios inversores o interesados en la inversión, para ello es clave la publicación de posts y la interacción que se pueda tener con estos.

- **Recursos clave:**

El principal recurso es la página web y las aplicaciones para móvil y ordenador junto con todas las funcionalidades que incluye TradeCircle, destacando la publicación de posts, las noticias y las cotizaciones. Por otro lado, las redes sociales son clave ya que servirán como vínculo entre el usuario y TradeCircle, además de ser un importante canal de marketing. Los usuarios de TradeCircle son otro recurso clave, al igual que aquellos usuarios más profesionales que crean valor para los más inexpertos creando así una relación mentor-alumno.

-Captura de valor: Qué es lo que generará costes e ingresos.

- **Estructura de costes:**

- Creación de la página web y aplicaciones móviles y para ordenador.
- Informático / Ingeniero informático.
- Mantenimiento de estas.
- Servidores (AWS).
- Licencia de App Store y Google Play Store.
- Dominio de la página web (tradecircle.xyz).
- Marketing.
- Pago por la obtención de material para publicar en TradeCircle. Pago a portales de noticias como Reuters y Europa Press. Otras serán gratuitas. Se utilizará IA para reducir costes.
- Sistema de recompensas a usuarios clave.

- Community Manager.
- Colaboradores (YouTube, Twitter, Blogs...)
- Holded (Gestión contable).
- Trabajadores (salarios).

- **Estructura de ingresos:**

- **Anuncios:** empresas podrán pagar para aparecer en la red social. Se utilizará el método CPM (Coste por Mil Impresiones) como modelo principal. También se implementará el método CPC (Coste por Clic).

- **Pago para aparecer en el ranking:** algunos usuarios podrán invertir dinero en aparecer en la sección del ranking de TradeCircle, pudiendo estos sacar provecho para darse a conocer y posteriormente hacer negocios. El precio se determina según el tipo de ranking (diario, semanal, mensual, anual) y por subasta.

- **Pago para aparecer en la sección “Recomendaciones de TradeCircle”:** en esta sección donde aparecerán brokers y cursos recomendados, los usuarios y brokers podrán pagar para aparecer en la sección a modo de anuncio.

- **Enlaces de afiliados:** mediante este sistema TradeCircle se llevará una comisión por las compras y ventas que se hagan de activos en los distintos brokers anunciados.

- **Pago para aparecer en la sección inmobiliaria:** los usuarios y empresas también podrán publicar anuncios sobre los pisos que quieran vender o alquilar.

- **Pago por obtención de insignias:** ya se ha explicado el sistema de insignias que TradeCircle usará, pero se da la opción a los usuarios de obtener una insignia de modo “artificial” pagando una suscripción mensual o anual. Así, los usuarios que lo deseen adquieren prestigio y credibilidad. La insignia naranja tiene un coste de 4,99 € al mes, mientras que la verde tiene un coste de 10,99 € mensuales.

- **Donaciones:** los usuarios podrán donar una cantidad de dinero a TradeCircle si están satisfechos con la plataforma.

- **YouTube:** los videos de educación financiera se subirán a YouTube, lo que puede

generar una fuente de ingresos extra. Habrá dos opciones: creación propia de los videos o colaborar con creadores (vídeos ya existentes) y repartir los ingresos.

- **Ingresos por la sección “proyectos”**: las empresas pequeñas por norma general deberán abonar una pequeña cantidad por aparecer en la sección. Cuánto más arriba esté, más deberán abonar. Los proyectos cambian de orden cada 2 días. También se puede implementar un sistema de subasta por el orden sin limitar así los posibles ingresos que se pueden generar con esta sección.

Cabe destacar que los ingresos aumentarán a medida que aumenta el número de usuarios de la red social. En las fases tempranas, los pagos que deben hacer los usuarios y empresas para aparecer en las secciones serán pequeños, cuya cuantía aumentará según el número de usuarios intentando siempre mantener la satisfacción.

3.3 Estrategia competitiva

Whittington et al. (2020) defienden que según Porter existen principalmente dos estrategias competitivas genéricas que las empresas pueden llevar: Diferenciación de producto/servicio o liderazgo en costes.

En TradeCircle se busca crear un servicio único para los usuarios de la red social a través de un conjunto de funciones creen valor para ellos y les ofrezca comodidad. El servicio ofrecido buscará ser el mejor posible. Por ello, TradeCircle sigue una **estrategia de diferenciación**. Sin embargo, esto no quiere decir que el coste no sea controlado para obtener esta diferenciación. El coste e inversión tratará de ser lo más eficiente posible para conseguir los objetivos. Ahora bien, la estrategia que TradeCircle utilizará en rasgos generales será la siguiente:

En primer lugar, la financiación. Financiarse es una etapa clave en el proceso. Sin dinero no hay proyecto. Una vez que la financiación sea efectiva, el trabajo de los ingenieros informáticos y programadores será clave para tener la red social preparada en todos los aspectos, con una cantidad de contenido considerable ya disponible en la plataforma.

Una vez que la plataforma en su conjunto esté completa, se llevará a cabo una campaña de marketing agresiva para dar a conocer la red social a través de diversos medios, como

se verá posteriormente en el plan de marketing. En las etapas tempranas la aplicación para ordenador no estará disponible para ahorrar costes, pero sí que lo estarán la de móvil ya que es un aspecto diferencial que tiene respecto a otros competidores como se vio en el análisis de mercado.

Un aspecto importante es retener a los usuarios en la plataforma, hacer que utilizar por lo menos cinco minutos al día en TradeCircle sea una necesidad, por ello se ha desarrollado un plan destinado a la retención de usuarios y a la fidelización.

3.4 Retención de los usuarios y fidelización:

Crear un hábito en los usuarios puede ser muy difícil y sin duda será todo un desafío. Para que esto ocurra se ha desarrollado una serie de estrategias:

- **Las funciones y las opciones que ofrece TradeCircle** a los usuarios se consideran poderosas en sí mismas para retener a los clientes, junto con el ecosistema que TradeCircle crea. Es innovador y nunca antes visto.

- **Sistema de puntos:** anteriormente se comentó que se implementaría un sistema de ranking para dar a los usuarios visibilidad. Por esto mismo, cada día que los usuarios entren de forma periódica diaria a la plataforma se darán una serie de puntos importantes para mantenerse o ascender en el ranking. Por ejemplo, el primer día recibe el usuario siete puntos, el segundo recibe ocho puntos y así sucesivamente. Para que no sea excesiva la puntuación habrá días seguidos en el que la puntuación se mantenga constante.

Por ejemplo, en la semana cinco, los cuatro primeros días el usuario recibe 35 puntos cada día. Si el usuario olvida meterse en la aplicación perderá la racha de puntos y comenzará desde ocho puntos otra vez. Se dará un margen de dos días para no perder la racha. De este modo, la psicología entra en juego. Las puntuaciones utilizan números altos (véase empieza por ocho) para una mayor atracción del usuario.

- **Marketing recordatorio:** a través de redes sociales y correo electrónico. Se trata de publicaciones y correos electrónicos para que los usuarios no se olviden de TradeCircle. También incluye agradecimientos a los usuarios por formar parte de la familia TradeCircle, y mensajes de felicitación de Navidad, año nuevo y fechas importantes.

- **Sorteos:** una opción es realizar sorteos aleatorios sobre distintos productos o servicios.
- **“Cualquier post se puede hacer viral”:** La viralidad de los posts depende en su gran medida de las interacciones y visualizaciones que tenga, pero se da oportunidad a que cualquiera pueda aparecer en la sección principal de la red social, como ocurre en TikTok, siendo esta una de las claves de su éxito.

3.5 Ventaja competitiva

TradeCircle es una red social para inversores única en el mercado. Todas las funciones ya descritas hacen de esta una experiencia única para los usuarios. La tecnología y la comodidad de tener todas esas funciones en una misma plataforma son ideales para que TradeCircle se posicione en una situación ventajosa frente a la mayoría de los competidores en su sector.

3.6 Propósito estratégico

TradeCircle establece su propósito mediante la misión, visión, valores y objetivos. David y David (2017) recomiendan desarrollar el propósito estratégico para asegurar que todos los empleados y gerentes comprendan el propósito y razón de ser de la empresa, así como para ofrecer una base para priorizar factores que lleven a la formulación de estrategias, y para sentar las bases de la organización del trabajo, actividades y segmentos. En su conjunto crean expectativas compartidas para los accionistas.

-Misión: Nuestros clientes son inversores particulares interesados en la inversión, que buscan la interacción con otros inversores a la vez que enriquecen su experiencia en el ámbito de las inversiones. Proveemos una red social con múltiples funciones útiles y novedosas que facilitan las decisiones de inversión. Nuestra plataforma es innovadora y única en el mercado. Opera alrededor del mundo utilizando una tecnología que hace posible que la experiencia del usuario sea óptima y saquen provecho de ella, conociendo más acerca de las finanzas e inversiones.

El desarrollo personal y profesional que ofrecemos asegura proporcionar a nuestros usuarios un enorme valor, motivación a nuestros empleados y rentabilidad a los propietarios. Aseguramos a nuestros empleados y clientes el mejor trato y cuidado, ya que el ser humano es siempre lo primero.

-Visión: TradeCircle aspira a ser la mejor red social para inversores particulares e individuos interesados en la inversión en territorio hispanohablante, consiguiendo tener una gran comunidad activa de usuarios satisfechos que interactúen entre sí.

-Valores: “son los principios y creencias que guían la cultura y el comportamiento de una empresa. Son importantes porque ayudan a determinar cómo se toman decisiones y cómo se trata a los clientes, empleados y socios” (Linares, 2022). Para TradeCircle:

- Honestidad, transparencia y ética en la toma de decisiones.
- Respeto hacia las personas.
- Innovación.
- Compromiso con el cliente.
- La rentabilidad es importante.
- Esfuerzo.
- Un ambiente de trabajo agradable y cohesión grupal.

-Objetivos:

- Lograr 10.000 usuarios en los primeros seis meses.
- Expansión a Hispanoamérica en un año.
- Conseguir un 80% de usuarios activos (que usen la red social al menos una vez cada dos días).
- Aumentar la visibilidad de la marca en un 30% en los próximos nueve meses.
- Obtener fondos para escalar la campaña de marketing.

4. PLAN ESTRATÉGICO

A continuación, se verá cuál es el plan de marketing, de recursos humanos, jurídico-fiscal, económico-financiero, y de operaciones.

4.1 Plan de Marketing

Es indispensable la elaboración de un plan de marketing adecuado para tratar de alcanzar los objetivos de la organización. En la fase de nacimiento, es necesario para dar a conocer la organización, mientras que, en las fases posteriores para crecer en número de usuarios, fidelizar y recordar. Se buscará la coordinación e integración de los canales de comunicación de la empresa para transmitir un mensaje claro, coherente y atractivo sobre la organización y sus servicios.

En este plan se analizarán las estrategias, canales de comunicación y presupuesto para un correcto desarrollo del marketing de TradeCircle. De este modo, se comenzará con una campaña de marketing agresiva para dar visualización a la red social. Se basará especialmente en el uso de otras redes sociales tanto para crear contenido como para generar publicidad.

Para esta campaña inicial se utilizarán los siguientes métodos:

- **Creación de contenido propio:** TradeCircle contará con una cuenta oficial en Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok, Facebook y Reddit, a través de la cual se creará contenido propio relacionado con la inversión particular consiguiendo llegar a potenciales clientes ya sea por publicaciones propias o por interacciones en los comentarios de otras cuentas y/o blogs.

Por otra parte, también se generará contenido en la página web de TradeCircle mediante la redacción de artículos, los cuales intentarán ser posicionados en las secciones superiores de los motores de búsqueda mediante técnicas de SEO, los usuarios acceden al artículo situado en la web y conocen lo que es TradeCircle. Igualmente, para los vídeos de YouTube aplica la misma estrategia.

Ilustración 5

Ejemplo de creación de contenido propio en Twitter.



Fuente: Elaboración propia.

- **Creación de contenido por colaboradores:** de forma gratuita, amigos, familiares y personas comprometidas con la red social pueden crear contenido en sus redes sociales ayudando a la promoción de la empresa.
- **Marketing de influencers:** existen influencers que publican contenido sobre inversiones que tienen grandes comunidades a su alrededor. Una forma de llegar a ese público es contactando con los influencers y que estos den a conocer a TradeCircle dentro de su comunidad, a través de colaboraciones pagadas o beneficios mutuos.
- **Anuncios online:** campañas de publicidad pagadas en redes sociales, webs y blogs. Se basa en la difusión de anuncios atractivos y persuasivos para captar nuevos usuarios, ya sea en formato foto, vídeo o texto.
- **Eventos:** se realizarán diversos eventos de inauguración en universidades para captar usuarios jóvenes. Se planea estar presente en las principales universidades de negocios como IE, Comillas, Carlos III, CUNEF, UCM, UAM, Universidad de Navarra, etc. En estos eventos habrá artículos corporativos a la disposición de los asistentes.
- **Patrocinios:** una buena forma de dar a la red social visualización es patrocinar

eventos relacionados con la inversión. Algunos ejemplos de eventos que TradeCircle puede patrocinar son: Foro de Inversión Madrid Emprende, NextGen VC, PropTech and tokenization in Spain.

- **Correo electrónico:** Mensajes de correo electrónico con el fin de persuadir sobre la utilidad de TradeCircle.

4.1.1 Presupuesto

La inversión necesaria para esta primera campaña de TradeCircle es la siguiente.

- Creación de contenido propio: el canal de comunicación es gratuito sin embargo se necesita un equipo que genere ese contenido en todas las redes sociales y el coste de la optimización del SEO que se estima en 1.500 € por campaña, además de la creación de contenido. La inversión total ronda los 9.000 €.
- Creación de contenido por colaboradores: gratuito.
- Marketing de influencers: dependiendo del colaborador, se destinarán 6.000 € a este tipo de colaboraciones.
- Anuncios: la inversión se divide en dos, en crear el anuncio y en poner en marcha la campaña. Se destinarán 15.000 € a estas actividades.
- Eventos: Se destinarán 5.000 € a los eventos.
- Patrocinio: Se destinarán 4.500 € a esta actividad.
- Correo electrónico: gratuito.

Tabla 8

Inversión en Marketing (primera campaña)

Creación de contenido propio	9.000 €
Marketing de influencers	6.000 €
Anuncios	15.000 €
Eventos	5.000 €
Patrocinios	5.500 €
TOTAL	40.500 €

Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que el presupuesto anual para marketing el segundo año será en principio el mismo que para el primero. En los años posteriores se harán ajustes pertinentes, aunque se espera que el presupuesto de marketing se sitúe alrededor del 15% de los ingresos anuales del ejercicio anterior, ya que se buscará dar prioridad a otros aspectos. No obstante, el presupuesto dependerá del rendimiento del negocio.

Por otro lado, en un futuro se espera diversificar más en los medios de marketing publicitando la red social en prensa, marquesinas, mupis, autobuses, metro, vallas y monopostes, logrando así una mayor penetración en el mercado.

4.2 Plan de Recursos Humanos

La implementación de buenas prácticas y de políticas de recursos humanos es cada vez más importante en las empresas actuales. Sin embargo, en TradeCircle se trata de un departamento no esencial en las primeras fases de desarrollo puesto que habiendo cinco trabajadores socios y conocidos entre ellos no es necesario destinar recursos a un departamento de recursos humanos. No obstante, a medida que la empresa crezca, sí que será necesario. A continuación, se muestra la planificación de esta área en TradeCircle.

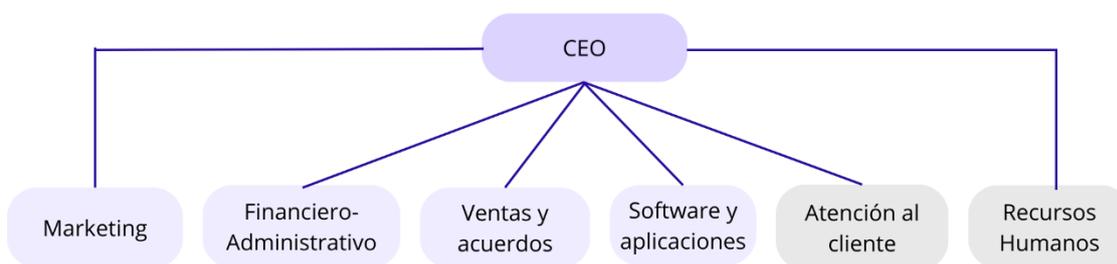
4.2.1 Equipo directivo y organización

El equipo directivo de TradeCircle está compuesto por el fundador, Luis García-Salmones, y sus colaboradores socios Mikel Herrero y Miguel Cabrerizo. Luis García-Salmones será el CEO de la organización mientras que estos últimos se ocupan del departamento de marketing y el financiero-administrativo respectivamente. El departamento de software y aplicaciones será llevado por Claudia Sobrino mientras que el de ventas y acuerdos por Alicia Rodríguez. El departamento de recursos humanos se desarrollará a medida que crezca la organización, al igual que el de atención al cliente.

El organigrama óptimo para la organización es uno funcional, tal como se muestra en la siguiente ilustración.

Ilustración 6

Organigrama de TradeCircle.



Fuente: Elaboración propia.

Nota: *En gris se muestran los departamentos que se crearán en un futuro.*

4.2.1 Dimensión de la plantilla v evolución

En la fase de nacimiento de la red social se contará con las cinco personas mencionadas anteriormente que serán especialistas en sus departamentos. Sin embargo, cada uno puede desempeñar múltiples roles si es necesario. Una vez que la startup crezca, genere más tráfico de usuarios y aumenten sus ingresos, un mayor número de trabajadores serán necesarios para el correcto desarrollo de la actividad.

Adicionalmente, se prevé que el departamento de software y aplicaciones sea uno de los departamentos que más carga de trabajo soporte ya que es el nexo entre las demás actividades y la red social. Si bien se contará con Claudia Sobrino como directora del departamento, para la creación de la página web, el software, las aplicaciones móviles y todo el apartado informático se contactará con un equipo de ingenieros de software independiente para realizar un trabajo conjunto.

Cabe destacar que siempre se tratará de optimizar el número de empleados con el objetivo de lograr una eficiencia en los gastos de personal contribuyendo así al crecimiento de los márgenes y seguridad financiera, pero nunca olvidando la importancia del equipo humano en la organización. De este modo, es posible que en diversas ocasiones se recurra a los contratos por horas, por trabajo realizado o a trabajadores independientes (freelancers). Asimismo, se ofrecerán becas para ofrecer prácticas dentro de la empresa.

Asimismo, TradeCircle tratará de contar con un equipo joven que tenga ganas, determinación, talento y organización a la hora de desarrollar sus actividades. Un equipo

joven puede aumentar las sinergias entre los trabajadores y mejorar el clima laboral, creando una mayor cohesión de grupo que se verá reflejado en los resultados de la empresa.

4.1.3 Condiciones y beneficios

Los empleados de TradeCircle contarán con una serie de condiciones como son el cumplimiento de las horas de trabajo firmadas en el contrato según la ley y los convenios, además de la obligación de cumplir con el código ético y código de conducta de TradeCircle. Cualquier irregularidad será automáticamente anotada. En cuanto a los beneficios, los empleados y colaboradores de TradeCircle podrán disfrutar de un ambiente laboral relajado, con flexibilidad horaria y de teletrabajo.

4.1.4 Plan de retribución

Se ha tratado de estimar el coste salarial para TradeCircle según la guía de mercado laboral de Hays para 2024. Habiendo hecho un análisis por sector de la retribución de los puestos de trabajo, los salarios que ofrece TradeCircle se encuentran en la media española. Sin embargo, habrá una parte variable dependiente de los resultados de la empresa. Además, los años iniciales el salario será relativamente bajo puesto que se prioriza el trabajo antes que el salario siempre que las cinco personas que parten de inicio estén de acuerdo.

Adicionalmente, cabe destacar que se harán los ajustes pertinentes cuando sea necesario. A continuación, se estiman los salarios y el coste salarial para la empresa en tres escenarios distintos: pesimista, neutro y optimista.

Tabla 9

Salario base y coste salarial por año según los escenarios.

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	11.000	22.000	40.000	65.000	85.000
Número de empleados	5	5	6	6	6
Salario base bruto	15.000 €	18.000 €	20.000 €	20.000 €	21.000 €
Seguridad Social (31,75%)	4.763 €	5.715 €	6.350 €	6.350 €	6.668 €
TOTAL Coste salarial	98.813 €	118.575 €	158.100 €	158.100 €	166.005 €

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	25.000	40.000	70.000	147.000	300.000
Número de empleados	5	5	7	8	10
Salario base bruto	15.000 €	18.000 €	20.000 €	20.000 €	21.000 €
Seguridad Social (31,75%)	4.763 €	5.715 €	6.350 €	6.350 €	6.668 €
TOTAL Coste salarial	98.813 €	118.575 €	184.450 €	210.800 €	276.675 €

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	35.000	60.000	105.000	220.500	573.300
Número de empleados	5	6	8	9	12
Salario base bruto	15.000 €	18.000 €	21.000 €	23.000 €	26.000 €
Seguridad Social (31,75%)	4.763 €	5.715 €	6.668 €	7.303 €	8.255 €
TOTAL Coste salarial	98.813 €	142.290 €	221.340 €	272.723 €	411.060 €

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Plan jurídico-fiscal

El correcto diseño de un plan jurídico-fiscal aborda aspectos fiscales y legales que afectan de forma directa a la sociedad, tanto en su formación como a lo largo de su vida efectiva.

4.3.1 Forma jurídica

Al llevar a cabo la formación de una sociedad, uno de los pasos iniciales es establecer cuál va a ser la forma jurídica que más se adecue al negocio. En este caso, la **sociedad de responsabilidad limitada** es la más adecuada. A continuación, se analizará las principales características de este tipo de sociedades.

La elección de esta forma jurídica se basa en la responsabilidad limitada de los socios a

su capital aportado ante deudas y obligaciones contraídas por la empresa, manteniendo a salvo el patrimonio personal y familiar. Adicionalmente, entre las ventajas de este tipo de sociedad capitalista, según el portal PYME del Ministerio de Industria y Turismo, se encuentran las siguientes:

- Forma jurídica pensada especialmente para PYMES.
- El capital mínimo exigido para la constitución es reducido (3.000€), no exige cantidad mínima por socio y permite aportaciones dinerarias y no dinerarias.
- No existen restricciones respecto al número de socios.
- Proceso de constitución sencillo respecto a otro tipo de sociedad.
- Libertad de pactos y acuerdos entre socios.

En términos generales este modelo societario aporta flexibilidad para la creación de TradeCircle bajo la sociedad **TradeCircle S.L.** En una primera instancia, el fundador principal aportará 25.000€, los socios colaboradores 8.333,3€ cada uno, y los dos socios restantes 4.166.6€ cada uno, cada uno con su respectivo porcentaje de participación y control. En total cinco socios fundadores. Luis García-Salmones ejercerá de administrador de la sociedad. El capital social aportado por los socios fundadores será de 50.000€.

4.3.2 Obligaciones fiscales

Los trámites necesarios para formalizar la constitución de TradeCircle S.L. son los siguientes.

1. Reservar la denominación social, la cual debe de ser única y no existir previamente. El Registro Mercantil debe emitir una certificación negativa sobre el nombre societario, indicando que no existe previamente.
2. Aportar el capital social con el objetivo de obtener el NIF (Número de Identificación Fiscal) y crear la empresa. Se deberá crear una cuenta bancaria a nombre de la empresa en la que se depositarán los 50.000€. Posteriormente, se obtendrá un certificado bancario con la información pertinente sobre las aportaciones de cada socio y se entregará al notario
3. Redacción de los Estatutos Sociales por el representante legal de la empresa o un abogado, que se integrarán en la escritura pública de la constitución.

4. Escritura pública de la constitución y su firma ante el notario.
5. Trámites de Hacienda. Se deberá obtener el NIF provisional, etiquetas y tarjetas identificativas. Asimismo, es necesario darse de alta en el IAE (Impuesto de Actividades Económicas).
6. Inscripción en el Registro Mercantil y obtención del NIF definitivo.

4.3.3 Obligaciones laborales

Otros trámites necesarios para iniciar la actividad de la sociedad son la inscripción en la Seguridad Social de la Comunidad de Madrid y el alta de los trabajadores en la Tesorería de la Seguridad Social. Asimismo, es necesario comunicar a la Dirección General de Trabajo de la Seguridad Social la apertura del centro de trabajo, así como presentar los contratos de trabajo en las oficinas de empleo de la Comunidad de Madrid.

4.3.4 Requisitos legales

Adicionalmente, para poder funcionar, TradeCircle debe garantizar que se cumplan las siguientes leyes respecto a la protección de datos:

- Reglamento (UE) 2016/679.
- Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.
- Real Decreto-ley 12/2018, de seguridad de las redes y sistemas de información.

Cabe destacar que siempre se cumplirá con la ley vigente que aplique a la empresa.

4.4 Plan de operaciones

Un plan de operaciones ayuda a concretar las necesidades operativas para la prestación del servicio. Este plan de operaciones contempla los siguientes pasos.

Una vez obtenida la financiación necesaria, en un plazo máximo de tres meses el ingeniero informático y el diseñador, junto con Claudia Sobrino (departamento de software y aplicaciones) habrán concluido la creación de la página web y las aplicaciones móviles. El código fuente quedará en manos de TradeCircle y los empleados recibirán

una formación informática sobre cómo poder desarrollar sus tareas. Posteriormente, el equipo de TradeCircle comenzará a subir contenido a TradeCircle: noticias, artículos, información financiera, etc. Con ayuda de la inteligencia artificial.

Una vez haya contenido suficiente, se comenzará la campaña de marketing creando contenido, contactando con referentes, etc. En resumen, atrayendo a nuevos usuarios, los cuales tendrán pequeños incentivos para comenzar a hacer posts y para invitar a amigos a la plataforma. La creación de contenido debe ser constante y actual con el fin de retener a los usuarios.

Por otro lado, será necesaria la gestión activa de los contratos y acuerdos con terceros (creadores de vídeos, redactores, analistas, TradingView, etc.), al igual que con los anunciantes y generadores de ingresos. Esto implicará establecer los términos y condiciones de cada contrato, además de un seguimiento constante y verificación de cumplimiento. La comunicación y transparencia serán fundamentales para mantener sólidas las relaciones.

Adicionalmente, el mantenimiento de la página web y las aplicaciones móviles se llevará a cabo por el departamento de software y aplicaciones de forma periódica. Como servidores se utilizará Amazon Web Services (AWS), con renovación anual de la suscripción. Los datos y estadísticas se analizarán al día para sacar conclusiones e implementar estrategias.

4.5 Plan económico-financiero

El plan económico-financiero es quizá el más importante al emprender un nuevo negocio. A lo largo de este plan se observará cuál es la inversión inicial necesaria para comenzar la actividad, las previsiones de costes e ingresos a lo largo de los próximos cinco años en tres escenarios (pesimista, neutro, optimista), la evolución de los principales indicadores y magnitudes, el VAN y TIR del proyecto, así como una estimación de la cuenta de resultados.

4.5.1 Inversión inicial

El coste de la formación de la sociedad limitada se estima en 800 €, desglosados en la siguiente tabla.

Tabla 10

Costes para la formación de la sociedad TradeCircle S.L.

Registro mercantil	100 €
Notario	600 €
Registro de empresas	100 €
TOTAL	800 €

Fuente: Elaboración propia.

Además, hay que tener en cuenta los 50.000€ de capital social. Estos costes corren a cuenta de los socios fundadores, sin embargo, para poder iniciar la actividad, se necesita una financiación de 200.000 € que podrá ser aportada por uno o varios socios inversores. No se descartan futuras ampliaciones de capital. La inversión inicial para el primer año se analiza a continuación.

En primer lugar, la creación de la página web y las aplicaciones móviles será llevada a cabo por Itechnolabs Inc, una empresa india especializada en el desarrollo de software y aplicaciones móviles. Trabajarán junto a Claudia Sobrino (departamento de software y aplicaciones). La inversión se estima en 10.100 €, 9.581 € de trabajo base más revisiones y ajustes.

Itechnolabs Inc cuenta con más de 15 años de experiencia en el desarrollo de software y aplicaciones. Ha colaborado con grandes empresas como Procter & Gamble. Los comentarios y reseñas son positivas, además que se comprometen a acompañar en todo el proceso y a colaborar de manera conjunta logrando la excelencia y la funcionalidad plena del producto resultante. Se cree que es la opción óptima para el desarrollo de la plataforma TradeCircle.

Ilustración 7

Captura de pantalla de los servicios ofrecidos por Itechnolabs Inc.

Básico	Estándar	Premium
		De primera calidad 9581 € ⓘ
Una solución de aplicación web con todas las funciones para su negocio.		
⌚ Entrega en 60 días 🔄 1 revisión		
✓ 10 páginas		
✓ Personalización de diseño		
✓ Carga de contenido		
✓ Diseño receptivo		
✓ Código fuente		
✓ Comentarios detallados del código		
Continuar →		

iTechnoLabs

Fuente: Fiverr.com

Aunque la inversión en el desarrollo de la web y las aplicaciones sea la más significativa, también es necesario: ChatGPT 4, contrato de Holded, ordenadores de empresa (cinco), material de oficina, alquiler de servidores (AWS), licencia de desarrollador de Apple y Google Play, dominio web, servicio de noticias de Reuters y Europa Press, inversión en el pool de recompensas de usuarios, freelancers, acuerdos con colaboradores, la inversión en marketing y el coste salarial.

Dependiendo del concepto el pago puede ser mensual, anual o según las necesidades. Invirtiéndose en estos elementos se logra el inicio de la actividad de TradeCircle. Se puede observar como el coste salarial es significativamente el más elevado de la tabla, seguido de la inversión en marketing, la cual es fundamental para poder atraer usuarios y generar futuros ingresos. A continuación se desglosa la inversión necesaria para el primer año.

Tabla 11

Estimación de necesidades iniciales de inversión de TradeCircle para el primer año.

Necesidades de TradeCircle S.L.	Coste mensual	Coste anual/total	Tipo de pago
ChatGPT 4	18 €	219 €	Mensual
Holded	59 €	708 €	Mensual
Equipos informáticos	246 €	2.950 €	Único
Servidores	23 €	274 €	Mensual
Licencia de desarrollador Apple	8 €	90 €	Anual
Licencia de desarrollador Google Play	2 €	23 €	Único
Dominio Web	1 €	12 €	Anual
Salarios	8.234 €	98.813 €	Mensual
Marketing	3.375 €	40.500 €	Según necesidades
Servicio de noticias	55 €	660 €	Mensual
Pool de recompensas	833 €	10.000 €	Según necesidades
Freelancers	667 €	8.000 €	Según necesidades
Asesor fiscal	450 €	5.400 €	Según necesidades
Creación de vídeos	700 €	8.400 €	Según necesidades
Creación Web y aplicaciones	842 €	10.100 €	Único
Mantenimiento Web y aplicaciones	500 €	6.000 €	Según necesidades
Material de oficina	15 €	180 €	Según necesidades
TOTAL	16.027 €	192.330 €	

Fuente: Elaboración propia según estimaciones.

4.5.2 Estimación de ingresos

A continuación, se detalla la estimación de los ingresos provenientes de la actividad de TradeCircle para los próximos cinco años teniendo en cuenta tres escenarios (pesimista, neutro y optimista).

Basándonos en los ingresos de otras redes sociales por anuncios, los ingresos mensuales por anuncios representan una cifra cercana al 5% del número de usuarios activos. Los cobros serán por CPM y CPC.

Los ingresos recibidos por los pagos que los usuarios pueden realizar para aparecer en el ranking son por subasta, por lo que se ha estimado una cantidad elocuente teniendo en cuenta que hay cuatro tipos de ranking (diario, semanal, mensual, anual).

Los ingresos de la sección de recomendaciones se estimaron desde la hipótesis que

aparecer en esa sección tiene un coste inicial semanal de 15€ (60€ al mes). Se estima que cuatro empresas se promocionen en la sección. El precio y el número de anunciantes aumenta a medida que aumentan los usuarios.

Se estima que por 12.500 personas se obtengan unos ingresos de 200€ mensuales provenientes de los enlaces de afiliados. De este modo, manteniendo la proporción en el tiempo, se obtienen las estimaciones resultantes.

Asimismo, se estima que la cantidad de interesados en promocionar sus viviendas en la sección inmobiliaria equivalga al 0,05 % de los usuarios. El coste semanal es de 16,25€ (65€ al mes).

El modelo de suscripción de insignias es la principal fuente de ingresos. Recordemos que hay dos suscripciones disponibles: la verde (profesional) por 10,99€ al mes, y la naranja (intermedio) por 4,99€ al mes. Se estima que a partir del tercer año el 2% de los usuarios paguen la suscripción profesional y que el 4% de los usuarios el plan de insignia intermedio. Es factible que cerca del 8% de los usuarios contraten algún plan de suscripción.

Por otro lado, se calcula que el 1% de los usuarios haga donaciones mensuales de 2€. Así como que por video subido a YouTube se obtengan unos ingresos de 3€ por mil visualizaciones. Teniendo en cuenta que se subirán diez videos al mes, y que el número de visualizaciones oscilará entorno a la mitad de los usuarios, se obtienen los ingresos estimados.

Por último, dar opción a los proyectos a promocionarse dentro de la plataforma puede traer ingresos extra. Los pagos se recibirán de forma semanal o mensual. Se estiman 25€ mensuales por campaña con una rotación de cuatro o cinco proyectos.

Es de suma importancia destacar que los ingresos van a depender de forma directa del número de usuarios activos en la plataforma. De este modo, cuantos más usuarios activos existan, más ingresos generará la red social. Las diferencias de los tres modelos planteados provienen en su inmensa mayoría del número de usuarios activos.

Tabla 12

Estimación de ingresos para los tres escenarios.

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	11.000	22.000	40.000	65.000	85.000
Incremento de usuarios	-	100%	82%	63%	31%
Anuncios	6.600 €	13.200 €	24.000 €	39.000 €	51.000 €
Aparecer en el ranking	1.440 €	2.880 €	5.236 €	8.580 €	11.977 €
Sección "Recomendaciones"	2.880 €	4.200 €	4.800 €	4.980 €	6.120 €
Enlaces de afiliados	2.112 €	4.224 €	7.680 €	12.480 €	16.320 €
Sección Inmobiliaria	3.900 €	7.800 €	14.182 €	23.045 €	30.136 €
Insignias	21.094 €	97.548 €	201.312 €	327.132 €	427.788 €
Donaciones	2.640 €	5.280 €	9.600 €	15.600 €	20.400 €
YouTube	1.980 €	3.960 €	7.200 €	11.700 €	15.300 €
Sección Proyectos	1.200 €	1.500 €	1.500 €	1.620 €	1.944 €
TOTAL	43.846 €	140.592 €	275.510 €	444.137 €	580.986 €

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	25.000	40.000	70.000	147.000	300.000
Incremento de usuarios	-	60%	75%	110%	104%
Anuncios	15.000 €	24.000 €	42.000 €	88.200 €	180.000 €
Aparecer en el ranking	3.273 €	5.236 €	9.164 €	19.404 €	42.273 €
Sección "Recomendaciones"	6.545 €	7.636 €	8.400 €	11.262 €	21.600 €
Enlaces de afiliados	4.800 €	7.680 €	13.440 €	28.224 €	57.600 €
Sección Inmobiliaria	8.864 €	14.182 €	24.818 €	52.118 €	106.364 €
Insignias	47.940 €	177.360 €	352.296 €	739.822 €	1.509.840 €
Donaciones	6.000 €	9.600 €	16.800 €	35.280 €	72.000 €
YouTube	4.500 €	7.200 €	12.600 €	26.460 €	54.000 €
Sección Proyectos	2.727 €	2.727 €	2.625 €	3.664 €	6.861 €
TOTAL	99.649 €	255.622 €	482.143 €	1.004.434 €	2.050.538 €

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de usuarios	35.000	60.000	105.000	220.500	573.300
Incremento de usuarios	-	71%	75%	110%	160%
Anuncios	21.000 €	36.000 €	63.000 €	132.300 €	343.980 €
Aparecer en el ranking	4.582 €	7.855 €	13.746 €	29.106 €	80.784 €
Sección "Recomendaciones"	9.164 €	11.455 €	15.273 €	24.402 €	51.597 €
Enlaces de afiliados	6.720 €	11.520 €	20.160 €	42.336 €	110.074 €
Sección Inmobiliaria	12.409 €	21.273 €	37.227 €	78.177 €	203.261 €
Insignias	155.190 €	301.968 €	528.444 €	1.109.732 €	2.885.304 €
Donaciones	8.400 €	14.400 €	25.200 €	52.920 €	137.592 €
YouTube	6.300 €	10.800 €	18.900 €	39.690 €	103.194 €
Sección Proyectos	3.818 €	4.091 €	4.773 €	7.938 €	16.390 €
TOTAL	262.583 €	479.361 €	831.723 €	1.737.103 €	4.505.477 €

Fuente: Elaboración propia según estimaciones.

4.5.3 Estimación cuenta de resultados

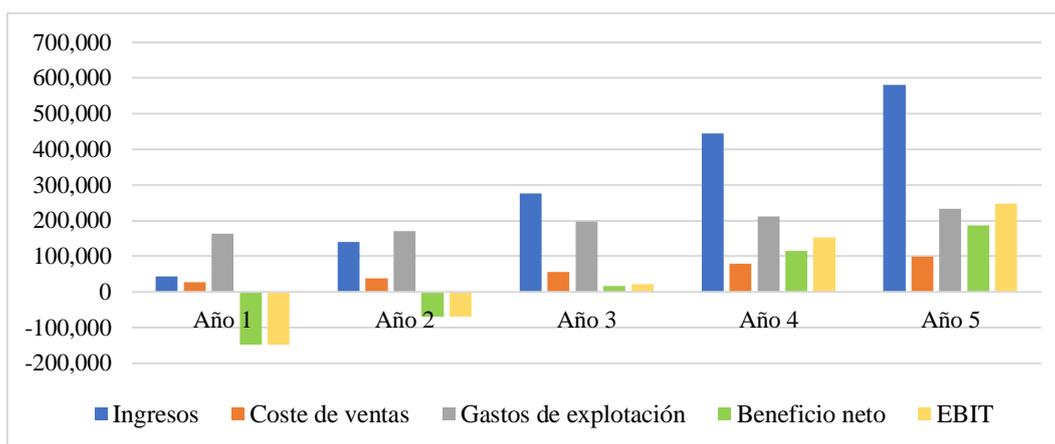
Además de estimar los ingresos es necesario hacer una previsión sobre la cuenta de resultados en los tres escenarios anteriores. De este modo, se obtiene una imagen más amplia de los márgenes y la rentabilidad de la empresa. Un factor favorable del modelo de negocio es que los costes en general no siguen al crecimiento de los ingresos, por lo que se trata de un modelo de negocio que busca economías de escala.

Escenario pesimista

Parte de la hipótesis de un menor crecimiento anual de número de usuarios activos en la plataforma. Muestra cómo a partir del tercer año el beneficio neto reportado es positivo.

Figura 14

Evolución de las principales magnitudes en el escenario pesimista.



Fuente: Elaboración propia.

Partiendo de 11.000 usuarios anuales activos de media, los ingresos son insuficientes para cubrir los costes, por ello hay pérdidas cercanas a los 150.000€. Sin embargo, a partir del tercer año, con una media de 40.000 usuarios anuales activos, el EBIT supera los 20.000€, siendo el beneficio neto de 16.000€, el cual se mantiene positivo hasta llegar al quinto año con una media de 85.000 usuarios activos y unos ingresos que superan el medio millón de euros, llegando el beneficio a los 185.000€. A continuación se detalla la cuenta de resultados.

Tabla 13

Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario pesimista.

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios	11.000	22.000	40.000	65.000	85.000
Incremento de usuarios	-	100%	82%	63%	31%
INGRESOS	43.846 €	140.592 €	275.510 €	444.137 €	580.986 €
COSTE DE VENTAS	27.679 €	37.777 €	55.279 €	79.130 €	99.410 €
ChatGPT 4	219 €	219 €	219 €	219 €	219 €
Servidores	274 €	274 €	274 €	300 €	300 €
Licencia de desarrollador Apple	90 €	90 €	90 €	90 €	90 €
Licencia de desarrollador Google	23 €	23 €	23 €	23 €	23 €
Dominio Web	12 €	12 €	12 €	12 €	12 €
Servicio de noticias	660 €	660 €	700 €	700 €	700 €
Pool de recompensas	10.000 €	19.998 €	36.360 €	59.085 €	77.265 €
Creación de vídeos	8.400 €	8.500 €	8.600 €	8.700 €	8.800 €
Freelancers	8.000 €	8.000 €	9.000 €	10.000 €	12.000 €
Margen Bruto	16.167 €	102.815 €	220.232 €	365.008 €	481.576 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	163.943 €	171.183 €	198.326 €	211.535 €	233.113 €
Marketing	40.500 €	40.500 €	28.118 €	41.327 €	55.000 €
Personal	98.813 €	118.575 €	158.100 €	158.100 €	166.005 €
Tecnología	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Administrativo	5.400 €	6.108 €	6.108 €	6.108 €	6.108 €
Arrendamientos	- €	- €	- €	- €	12.000 €
Otros gastos de explotación	13.230 €	180 €	550 €	180 €	190 €
EBITDA	- 147.776 €	- 68.368 €	21.905 €	153.473 €	248.463 €
Amortización	492 €	492 €	559 €	559 €	559 €
EBIT	- 148.268 €	- 68.860 €	21.346 €	152.914 €	247.904 €
EBT	- 148.268 €	- 68.860 €	21.346 €	152.914 €	247.904 €
Impuestos (25%)	- €	- €	5.337 €	38.229 €	61.976 €
Beneficio Neto	- 148.268 €	- 68.860 €	16.010 €	114.686 €	185.928 €
Margen Neto	-338,16%	-48,98%	5,81%	25,82%	32,00%
EBIT/ingresos	-338,16%	-48,98%	7,75%	34,43%	42,67%

Escenario neutro

Se parte de la hipótesis de que este es el escenario más coherente con la evolución del negocio si se siguen los planes establecidos. Parte de que en el primer año habrá un total de 25.000 usuarios activos de media, los cuales crecen a una tasa anual relativamente alta, para el último año acabar con 382.200 usuarios activos. Por otro lado, se observa que solo se reportan pérdidas el primer año, llegando el beneficio a superar el millón de euros en el quinto año.

Tabla 14*Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario neutro.*

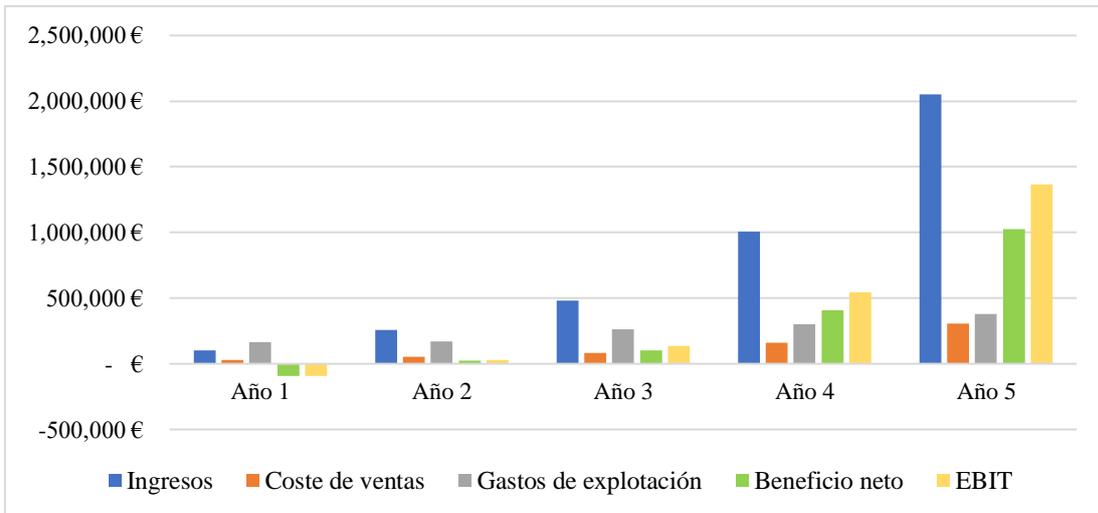
Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios	25.000	40.000	70.000	147.000	300.000
Incremento de usuarios	-	60%	75%	110%	104%
Ingresos	99.649 €	255.622 €	482.143 €	1.004.434 €	2.050.538 €
COSTE DE VENTAS	27.679 €	54.139 €	83.975 €	160.128 €	304.405 €
ChatGPT 4	219 €	219 €	219 €	219 €	219 €
Servidores	274 €	274 €	300 €	400 €	500 €
Licencia de desarrollador Apple	90 €	90 €	90 €	90 €	90 €
Licencia de desarrollador Google	23 €	23 €	23 €	23 €	23 €
Dominio Web	12 €	12 €	12 €	12 €	12 €
Servicio de noticias	660 €	660 €	700 €	760 €	860 €
Pool de recompensas	10.000 €	36.360 €	63.630 €	133.623 €	272.700 €
Creación de vídeos	8.400 €	8.500 €	9.000 €	11.000 €	13.000 €
Freelancers	8.000 €	8.000 €	10.000 €	14.000 €	17.000 €
Margen Bruto	71.970 €	201.483 €	398.168 €	844.306 €	1.746.133 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	163.943 €	171.363 €	263.538 €	300.388 €	380.283 €
Marketing	40.500 €	40.500 €	50.000 €	55.000 €	60.000 €
Personal	98.813 €	118.575 €	184.450 €	210.800 €	276.675 €
Tecnología	6.000 €	6.000 €	8.000 €	12.000 €	15.000 €
Administrativo	5.400 €	6.108 €	8.108 €	9.108 €	12.608 €
Arrendamientos	- €	- €	12.000 €	12.000 €	14.000 €
Otros gastos de explotación	13.230 €	180 €	980 €	1.480 €	2.000 €
EBITDA	- 91.972 €	30.120 €	134.630 €	543.918 €	1.365.850 €
Amortización	492 €	492 €	652 €	732 €	892 €
EBIT	- 92.464 €	29.628 €	133.978 €	543.186 €	1.364.958 €
EBT	- 92.464 €	29.628 €	133.978 €	543.186 €	1.364.958 €
Impuestos (25%)	- €	7.407 €	33.495 €	135.797 €	341.240 €
Beneficio Neto	- 92.464 €	22.221 €	100.484 €	407.390 €	1.023.719 €
Margen Neto	-92,79%	8,69%	20,84%	40,56%	49,92%
EBIT/ingresos	-92,79%	11,59%	27,79%	54,08%	66,57%

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar cómo los ingresos tienen una correlación positiva con el número de usuarios. Entre el tercer y cuarto año se espera superar los 100.000 usuarios activos, para acabar el último año de la estimación con aproximadamente 300.000 usuarios en la plataforma. Se habla de una tasa anualizada de crecimiento de número de usuarios del 64,34%. Se trata de un escenario atractivo y rentable.

Figura 15

Evolución de las principales magnitudes en el escenario neutro.



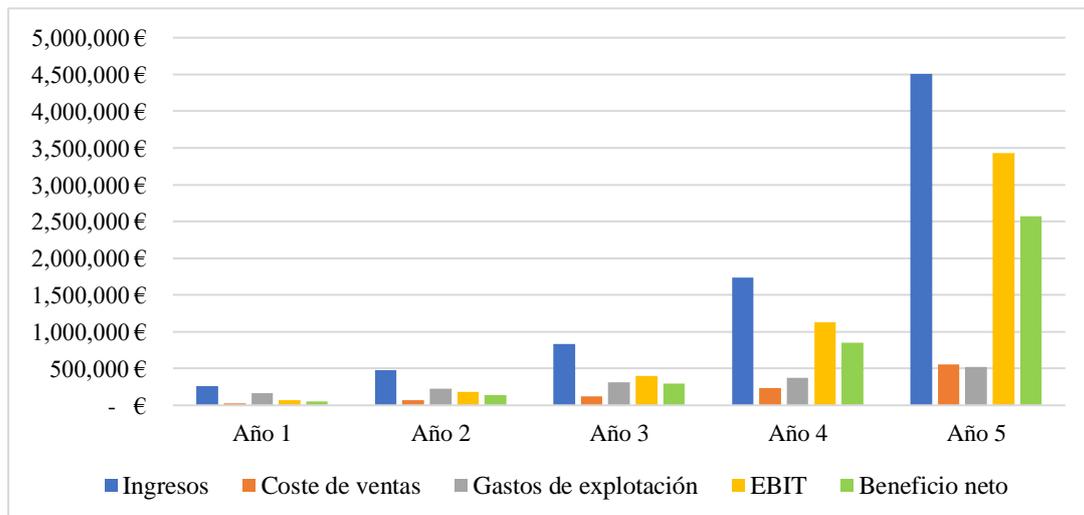
Fuente: Elaboración propia.

Escenario optimista

Se trata del escenario menos probable de los tres, en este escenario se alcanzan el medio millón de usuarios en el quinto año y se llegan a obtener unos beneficios de más de dos millones de euros. Sin embargo, con una ejecución excelente de la estrategia es posible alcanzarlo. Se observa cómo no se reportan pérdidas en ningún momento generado dividendos y reservas para la empresa.

Figura 16

Evolución de las principales magnitudes en el escenario optimista.



Fuente: Elaboración propia.

Sin duda se trata de un escenario ideal y extremadamente rentable. Para lograr este escenario es necesario ejecutar a la perfección todo el plan estratégico y brindar a los usuarios una experiencia gratificante e inmejorable. La tasa de crecimiento anual del número de usuarios es del 75%, mientras que la del beneficio neto es del 117%.

Tabla 15

Cuenta de resultados de TradeCircle S.L. para el escenario optimista

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios	35.000	60.000	105.000	220.500	573.300
Incremento de usuarios	-	71%	75%	110%	160%
Ingresos	262.583 €	479.361 €	831.723 €	1.737.103 €	4.505.477 €
COSTE DE VENTAS	27.679 €	73.385 €	122.090 €	231.329 €	558.424 €
ChatGPT 4	219 €	219 €	219 €	219 €	219 €
Servidores	274 €	300 €	500 €	700 €	1.100 €
Licencia de desarrollador Apple	90 €	90 €	90 €	90 €	90 €
Licencia de desarrollador Google	23 €	23 €	23 €	23 €	23 €
Dominio Web	12 €	12 €	12 €	12 €	12 €
Servicio de noticias	660 €	700 €	800 €	850 €	850 €
Pool de recompensas	10.000 €	54.540 €	95.445 €	200.435 €	521.130 €
Creación de vídeos	8.400 €	8.500 €	11.000 €	13.000 €	15.000 €
Freelancers	8.000 €	9.000 €	14.000 €	16.000 €	20.000 €
Margen Bruto	234.904 €	405.977 €	709.633 €	1.505.774 €	3.947.052 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	163.943 €	223.878 €	310.828 €	371.829 €	518.698 €
Marketing	40.500 €	50.000 €	55.000 €	57.500 €	57.500 €
Personal	98.813 €	142.290 €	221.340 €	272.723 €	411.060 €
Tecnología	6.000 €	7.500 €	9.000 €	15.000 €	21.000 €
Administrativo	5.400 €	11.508 €	12.508 €	14.008 €	15.758 €
Arrendamientos	- €	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Otros gastos de explotación	13.230 €	580 €	980 €	598 €	1.380 €
EBITDA	70.962 €	182.099 €	398.805 €	1.133.945 €	3.428.354 €
Amortización	492 €	572 €	732 €	812 €	1.032 €
EBIT	70.470 €	181.527 €	398.073 €	1.133.133 €	3.427.322 €
EBT	70.470 €	181.527 €	398.073 €	1.133.133 €	3.427.322 €
Impuestos (25%)	17.617 €	45.382 €	99.518 €	283.283 €	856.831 €
Beneficio Neto	52.852 €	136.145 €	298.555 €	849.850 €	2.570.492 €
Margen Neto	20,13%	28,40%	35,90%	48,92%	57,05%
EBIT/ingresos	26,84%	37,87%	47,86%	65,23%	76,07%

Fuente: Elaboración propia.

4.5.4 Escenario de bajada de ingresos y subida de costes

Una vez hemos estimado la cuenta de resultados en los tres escenarios se puede llevar a cabo un análisis sobre una hipotética subida de los costes totales (costes de venta y gastos de explotación), de una bajada de los ingresos o de ambos al mismo tiempo. Se analizará con una variación del 10% de las magnitudes antes mencionadas.

Escenario pesimista:

Tabla 16

Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario pesimista.

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	43.846 €	140.592 €	275.510 €	444.137 €	580.986 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	229.856 €	278.966 €	319.730 €	365.775 €
EBIT	- 168.209 €	- 89.756 €	- 4.014 €	123.848 €	214.652 €

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	39.461 €	126.533 €	247.959 €	399.724 €	522.887 €
Costes totales	192.330 €	208.960 €	253.605 €	290.664 €	332.523 €
EBIT	- 153.361 €	- 82.919 €	- 6.205 €	108.501 €	189.806 €

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	39.461 €	126.533 €	247.959 €	399.724 €	522.887 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	229.856 €	278.966 €	319.730 €	365.775 €
EBIT	- 172.594 €	- 103.815 €	- 31.565 €	79.434 €	156.553 €

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar cómo estas variaciones provocan que ya no haya EBIT positivo en el tercer año. Sin embargo, el EBIT supera los 100.000€ el quinto año.

Escenario neutro:

Tabla 17

Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario neutro.

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	99.649 €	255.622 €	482.143 €	1.004.434 €	2.050.538 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	248.052 €	382.264 €	506.567 €	753.156 €
EBIT	- 112.406 €	7.078 €	99.227 €	497.135 €	1.296.490 €

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	89.684 €	230.060 €	433.929 €	903.991 €	1.845.484 €
Costes totales	192.330 €	225.502 €	347.513 €	460.516 €	684.688 €
EBIT	- 103.138 €	4.066 €	85.764 €	442.743 €	1.159.904 €

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	89.684 €	230.060 €	433.929 €	903.991 €	1.845.484 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	248.052 €	382.264 €	506.567 €	753.156 €
EBIT	- 122.371 €	- 18.484 €	51.013 €	396.691 €	1.091.436 €

Fuente: Elaboración propia.

Se observa como a pesar de estas posibles variaciones el escenario neutro es bastante atractivo.

Escenario optimista

Tabla 18

Variación de ingresos y costes, y su repercusión en el EBIT. Escenario optimista.

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	262.583 €	479.361 €	831.723 €	1.737.103 €	4.505.477 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	326.989 €	476.209 €	663.473 €	1.184.834 €
EBIT	50.528 €	151.801 €	354.782 €	1.072.817 €	3.319.610 €

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	236.324 €	431.425 €	748.551 €	1.563.392 €	4.054.929 €
Costes totales	192.330 €	297.263 €	432.918 €	603.158 €	1.077.122 €
EBIT	43.502 €	133.591 €	314.901 €	959.423 €	2.976.775 €

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (-10%)	236.324 €	431.425 €	748.551 €	1.563.392 €	4.054.929 €
Costes totales (+10%)	211.563 €	326.989 €	476.209 €	663.473 €	1.184.834 €
EBIT	24.269 €	103.865 €	271.609 €	899.107 €	2.869.063 €

Fuente: Elaboración propia.

En este escenario las variaciones no cambian de signo el EBIT. Es menos probable que el resto.

4.5.5 VAN y TIR

Para el análisis de viabilidad de un nuevo proyecto o empresa es necesario estimar los ingresos, costes y beneficios. Hernández (2024) sostiene que “el VAN es el mejor indicador para analizar la viabilidad de una inversión”. Para ello es necesario descontar a un tipo de interés exigido WACC los flujos de caja generados en el futuro al presente, y calcular el Valor Actual Neto de la inversión. El TIR (Tasa Interna de Retorno) es el tipo de interés que hace que el VAN sea cero. Es importante que el TIR sea mayor que el WACC. Se analizará el VAN a cinco años en los tres escenarios.

Para sacar estos dos indicadores se partirá de una inversión inicial de 250.000 €, la inversión necesaria para poder funcionar y soportar las pérdidas de los primeros periodos dependiendo del escenario.

Escenario pesimista

Como se ve a comprueba a continuación, el VAN sale negativo para una inversión de cinco años. Probablemente, a un mayor plazo sí saldría positivo. De este modo, al salir negativo indica que si se da el escenario pesimista el negocio no sería rentable a cinco años.

Tabla 19

VAN y TIR. Escenario pesimista.

Pesimista	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-250.000	- 147.776 €	- 68.368 €	16.569 €	115.245 €	186.487 €

WACC	VAN
5%	- 197.508 €
6%	- 205.708 €
7%	- 213.415 €
8%	- 220.662 €
9%	- 227.477 €
10%	- 233.888 €

TIR	-9%
-----	-----

Fuente: Elaboración propia.

Escenario neutro y optimista

El VAN en ambos escenarios es positivo lo que indica que el proyecto es viable en términos financieros y puede generar rendimientos positivos a los inversores, lo que resulta atractivo en relación con la búsqueda de financiación. Claramente, estos números abalan el atractivo del proyecto y el éxito financiero.

Tabla 20

VAN y TIR. Escenario neutro y optimista.

Neutro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-250.000	91.972 €	22.713 €	101.136 €	408.122 €	1.024.611 €

Optimista	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-250.000	53.344 €	136.717 €	299.287 €	850.662 €	2.571.524 €

Neutro		Optimista	
WACC	VAN	WACC	VAN
5%	908.946 €	5%	2.898.044 €
6%	857.284 €	6%	2.768.686 €
7%	808.328 €	7%	2.646.003 €
8%	761.913 €	8%	2.529.587 €
9%	717.885 €	9%	2.419.061 €
10%	676.100 €	10%	2.314.071 €
11%	636.425 €	11%	2.214.288 €

TIR	43%
-----	-----

TIR	96%
-----	-----

Fuente: Elaboración propia.

4.5.6 Dividendos y retribución flexible al trabajador

Tras el año o los años de pérdidas iniciales, cuando se genere beneficio en la sociedad se valora positivamente la posibilidad de retribuir al accionista vía dividendos siempre que las circunstancias lo permitan. Asimismo, como ya se ha comentado, una parte de la retribución de los trabajadores se planea que sea flexible y esta será dependiente del beneficio neto generado por la sociedad. Se espera que la inversión inicial sea suficiente para sustentar la actividad de la empresa hasta que sea viable financiar el ejercicio con los ingresos del mismo y con el beneficio anterior, manteniendo un margen de seguridad.

A continuación, se puede apreciar la política de dividendos planteada para los tres escenarios. No obstante, esta política es susceptible de sufrir modificaciones.

Tabla 21*Dividendos y retribución flexible para los tres escenarios.*

Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio Neto	- 148.267,52 €	- 68.859,60 €	16.009,65 €	114.685,79 €	185.928,13 €
Pay-out	0%	0%	0%	60%	75%
Dividendo	- €	- €	- €	68.811,47 €	139.446,10 €
Retribución flexible	0%	0%	0%	10%	11%
Retribución flexible	- €	- €	- €	11.468,58 €	20.452,09 €
Cantidad a reservas	- €	- €	16.009,65 €	34.405,74 €	26.029,94 €

Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio Neto	- 92.464,03 €	22.221,18 €	100.483,76 €	407.389,80 €	1.023.718,70 €
Pay-out	0%	0%	60%	75%	80%
Dividendo	- €	- €	60.290,25 €	305.542,35 €	818.974,96 €
Retribución flexible	0%	5%	10%	11%	12%
Retribución flexible	- €	1.111,06 €	10.048,38 €	44.812,88 €	122.846,24 €
Cantidad a reservas	- €	21.110,12 €	30.145,13 €	57.034,57 €	81.897,50 €

Optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio Neto	52.852,27 €	136.145,22 €	298.555,12 €	849.849,92 €	2.570.491,84 €
Pay-out	20%	65%	75%	80%	80%
Dividendo	10.570,45 €	88.494,39 €	223.916,34 €	679.879,94 €	2.056.393,47 €
Retribución flexible	5%	10%	11%	12%	12%
Retribución flexible	2.642,61 €	13.614,52 €	32.841,06 €	101.981,99 €	308.459,02 €
Cantidad a reservas	39.639,20 €	34.036,30 €	41.797,72 €	67.987,99 €	205.639,35 €

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Critical Path Method (CPM)

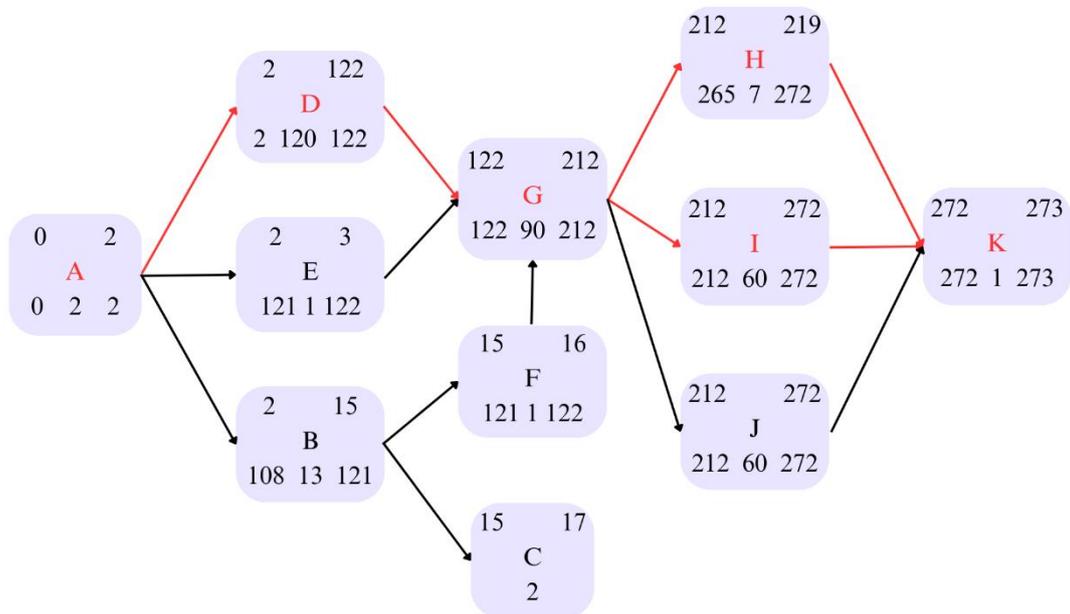
En cuanto a la gestión de proyectos se refiere, el Critical Path Method (CPM) es una de las técnicas más comunes utilizadas para analizar cuáles son las actividades críticas por realizar y el tiempo necesario para desarrollar el proyecto. En el caso de TradeCircle, se han detectado 11 actividades necesarias para poder poner en marcha la plataforma, las cuales se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 22*Actividades para iniciar la actividad de TradeCircle.*

Actividad	Designación	Precedentes inmediatos	Tiempo (días)
Reunión de socios	A	-	2
Formar la sociedad	B	A	13
Abrir cuenta bancaria	C	B	2
Obtener financiación	D	A	120
Compra de ordenadores	E	A	1
Contacto con Itechnolabs	F	B	1
Desarrollo de la plataforma	G	E,D,F	90
Formación del personal	H	G	7
Buscar acuerdos	I	G	60
Puesta a punto de la plataforma	J	G	60
Lanzamiento	K	H,I,J	1

Fuente: Elaboración propia.

De este modo, el diagrama de red para el CPM es el siguiente.

Figura 17*Diagrama de red, técnica CPM para TradeCircle.*

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el tiempo necesario para completar el proceso es de 273 días (9 meses). El camino y las actividades críticas están marcadas en rojo. Un retraso en estas actividades supondría un retraso en todo el proceso.

4.7 Subvenciones

TradeCircle S.L. tratará de acogerse al mayor número de subvenciones y ayudas posibles.

Algunas de las subvenciones a las que la empresa puede optar son:

3. Programa Horizonte Europa.
4. Acelerador del CEI.
5. Activa Startups.
6. Líneas Enisa.
7. Programa de Innovación y Desarrollo Empresarial.

5. CONCLUSIONES

A lo largo de este plan de negocio se han analizado distintos aspectos clave para comprobar si la implementación de la red social innovadora para inversores particulares, TradeCircle, es viable en términos de mercado, conceptuales y financieros. En primera instancia, se ha indagado en el mercado de los inversores particulares y gracias a los informes señalados a lo largo del documento se conoce que la inversión particular está en auge en España, Estados Unidos y en China gracias en gran medida a la digitalización y la reducción de las barreras para la inversión.

Asimismo, en cuanto a los resultados obtenidos de las entrevistas y las discusiones en grupo sobre TradeCircle, deducimos que la tasa de aceptación de la plataforma es suficientemente elevada como para desarrollar la red social y contar en principio con un número considerable de usuarios. Adicionalmente, la multitud de posibilidades que ofrece la plataforma hace que sea única en el mercado, y que la competencia dentro del sector en el que opera no resulte intensa.

Del mismo modo, es recalable el sólido modelo CANVAS con el que cuenta la red social, teniendo muy claro cuál va a ser su creación y configuración de valor. El tener estos elementos bien definidos aumenta notablemente las posibilidades de éxito. Así pues, las estructuras de costes y de ingresos también están bien determinadas, lo cual facilita la gestión y guía la organización.

Por otro lado, el plan estratégico es claro y factible. El plan de marketing y de recursos humanos está planificado de tal manera que apoya el crecimiento de la plataforma y la

fidelización de los usuarios y empleados. El plan económico-financiero demuestra el gran atractivo del negocio. Con una inversión de 250.000 € en un escenario neutral, en el segundo año el beneficio es positivo y en el quinto año los accionistas ya han obtenido un retorno notable sobre su capital.

La generación de caja es alta y los costes de ventas y gastos de explotación no crecen a la misma tasa que los ingresos, por lo que el margen cada vez es mayor a medida que incrementa el número de usuarios activos. Asimismo, la cantidad destinada al pago de dividendos es relativamente alta y la retribución variable a los empleados genera compromiso y un buen incentivo para la motivación laboral.

En conclusión, TradeCircle es una red social que cuenta con todos los ingredientes necesarios para triunfar entre los inversores particulares y para crear valor para sus accionistas y para toda la comunidad formada alrededor de la plataforma.

Declaración de uso de Herramientas de Inteligencia Artificial

Por la presente, yo, Luis García-Salmones Gutiérrez, estudiante de E-2 de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Plan de negocio: TradeCircle", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
3. **Generador previo de diagramas de flujo y contenido:** Para esbozar diagramas iniciales.
4. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 18/03/2024

Firma: _____

BIBLIOGRAFIA

- Baroja, A. G. (14 de junio de 2023). Las redes sociales ganan terreno en el consumo de noticias y TikTok sigue su ascenso entre los jóvenes. *El País*.
<https://elpais.com/comunicacion/2023-06-14/las-redes-sociales-ganan-terreno-en-el-consumo-de-noticias-y-tiktok-sigue-su-ascenso-entre-los-jovenes.html>
- Forbes. (16 de septiembre de 2021). *Taking A Look At The Digital Investing Landscape*.
<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/09/16/taking-a-look-at-the-digital-investing-landscape/>
- Fernández Fernández. A. J. (2022) *EL AUGE DE LAS CRIPTOMONEDAS* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena].
<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/11512/tfg-fer-aug.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Forbes. (28 de abril de 2023). *El auge del contenido financiero en plataformas digitales*.
<https://www.forbes.com.mx/el-auge-del-contenido-financiero-en-plataformas-digitales/>
- FundsPeople. (8 de junio de 2023). *LISTADO DE PLATAFORMAS DIGITALES QUE OPERAN EN ESPAÑA*. <https://fundspeople.com/es/insights/listado-de-plataformas-digitales-que-operan-en-espana/>
- Public.com. (Agosto de 2023). *The retail investor report*.
<https://public.com/documents/2023-the-retail-investor-report>
- BNY MELLON. (2022). *The State of the U.S. Retail Investor: Insights & Implications*
<https://www.bnymellon.com/content/dam/bnymellon/documents/pdf/insights/the-state-of-the-us-retail-investor.pdf>
- Deloitte. (2017). *Wealth Management Digitalization changes client advisory more than ever before*.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/financial-services/Wealth%20Management%20Digitalization.pdf>
- Evercom. (2023). *EL INVERSOR MINORISTA ESPAÑOL*. https://evercom.es/wp-content/uploads/2023/02/EstudioRRII_InversorMinorista_Feb2023-FINAL.pdf

CNMV. (2023). *LA PARTICIPACIÓN DE LOS INVERSORES MINORISTAS EN BOLSA AUMENTÓ LIGERAMENTE EN 2022 TRAS EL DESCENSO DEL AÑO ANTERIOR.*

<https://www.cnmv.es/webservices/verdocumento/ver?t=%7B1d1082f9-5aaa-4add-8732-640ace82ad55%7D>

Calvante, M. (s/f). *Estrategias de inversión: ¿Qué tipos de inversores existen en los mercados financieros?* BBVA. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-tipos-de-inversores-existen-en-los-mercados-financieros/>

CNMV. (2023). *Análisis del comportamiento de los inversores minoristas en los mercados financieros de 2019 a 2023.* CNMV.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNzViZTZjOGYtYWM5OC00MzRiLWJkMzQtMmQxYTc4NzRmODFiIiwidCI6IjRiZDElNWQzLWNiYjUtNGFjMC04MzZiLWJkMmFhMjljZDk2OSIsImMiOiI9>

eToro. (2023). *Investor Presentation.* <https://docsend.com/view/nuitqecen5vsyrbt>

CAPITAL GROUP XTB S. A. (2023). *Annual Report for 2022.*

<https://ircdn.xtb.com/files/2023/03/31133538/Raport-roczny-GK-XTB-2022-ENG-opinion-PwC-1.pdf>

Jimenez, J. (2022). *Estudios Fintonic: el número de inversores en criptomonedas en España se multiplica por 11 en dos años.*

<https://www.fintonic.com/blog/numero-criptomonedas-aumenta-por-11-espana/>

Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: SPAIN.* <https://datareportal.com/reports/digital-2023-spain>

de Gracia, R. R. (2023). *Análisis del uso de internet y redes sociales en España en*

2023. Holded. <https://www.holded.com/es/blog/analisis-digital-espana-2023#:~:text=En%20enero%20de%202023%20hab%C3%ADa%20en%20Espa%C3%B1a%2040%2C70,plataformas%20registran%20de%20la%20misma%20forma%20su%20uso.>

TradingView. <https://es.tradingview.com/about/>

- Finect. <https://www.finect.com/sobre-finect>
- SeekingAlpha. <https://seekingalpha.com/>
- Rankia. <https://www.rankia.com/quienes-somos>
- Dixon, S. J. (2023). *Number of X (formerly Twitter) users worldwide from 2019 to 2024*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/>
- Aguilar, J. C. (2006). *MARCO TEORICO 5 FUERZAS DE PORTER*.
<https://www.monografias.com/trabajos-pdf/cinco-fuerzas-porter/cinco-fuerzas-porter.pdf>
- R. David, F y R. David, F (2017). *Conceptos de administración estratégica, decimoquinta edición*. Pearson.
- Whittington, R. , Regné, P., Angwin D., Johnson, G., Scholes, K. (2020). *EXPLORING STRATEGY*. Pearson.
- Latam, S. (2023, septiembre 7). *Relación con el cliente: que és y cómo mejorarla*. Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/relacion-con-el-cliente/>
- Ballesteros, J.M. (2022, diciembre 20). *Misión, visión y valores de una empresa. Un elemento imprescindible para la empresa*. LinkedIn.com.
<https://www.linkedin.com/pulse/misi%C3%B3n-visi%C3%B3n-y-valores-de-una-empresa-un-elemento-la-jose-miguel/?originalSubdomain=es>
- Kapron, Z. (2022, noviembre 22). *Empowering the Asian Retail investor*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/zennonkapron/2022/11/22/empowering-the-asian-retail-investor/>
- BBVA. (2023, octubre 31). *¿A qué ayudas y subvenciones pueden optar las startups?* BBVA. <https://www.bbva.com/es/innovacion/a-que-ayudas-y-subvenciones-pueden-optimar-las-startups/>
- Hays. (s/f). *Guía salarial*. Hays. <https://guiasalarial.hays.es/empresa/calculadora-salarial/resultado>

Persona, B. (s/f). *¿Cuál es el coste de una campaña de marketing digital?* Smartbound.
<https://smartbound.io/blog/cual-es-el-coste-de-una-campana-de-marketing-digital>.

ANEXO

Cuestionario realizado para el análisis de mercado

TradeCircle

¡Hola! Gracias por participar en este **estudio de mercado** sobre inversores particulares en España, realizado para el desarrollo de una red social innovadora, TradeCircle.

Toda la información se tratará de forma **anónima** y confidencial. **No te llevará más de 2 minutos responder.**

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Como particular, ¿invierte en activos (inmuebles, acciones, bonos, criptomonedas, plan de pensiones, fondos de inversión, etc.)? *Seleccione una opción.* *

Sí.

No.

Tras esta pregunta la encuesta lleva por dos caminos diferentes según la contestación. Si la contestación es “Sí”, el camino es el siguiente:

Edad y sexo (Sí invierte)

¿Cuál es su rango de edad? *Selecciona una opción:* *

Menos de 18 años.

18-24 años.

25-34 años.

35-44 años.

45-54 años.

55-64 años.

Mayor de 65 años.

Indique su sexo. *Seleccione una opción: **

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo
- Otro: _____

Sí invierte

¿Puede indicar en qué invierte? *Seleccione una o varias opciones: **

- Renta variable (acciones).
- Renta fija (bonos y pagarés).
- Criptomonedas.
- Inmuebles.
- Derivados (futuros, opciones, swaps, CFD, etc.).
- Divisas.
- Materias primas.
- ETF.
- Fondos de inversión o similares.
- Índices.
- Plan de pensiones.
- Negocios privados.
- Otro: _____

¿Qué fuentes de información utiliza para realizar sus inversiones? *Seleccione una* *
o varias opciones:

- Reportes de analistas.
- Asesor financiero.
- Amigos y familia.
- Noticias online.
- Redes sociales.
- Web de la compañía.
- Medios de comunicación tradicionales.
- Blogs/Foros.
- Análisis técnico.
- Invierto de forma especulativa.
- Investigación independiente.
- Otro: _____

¿Cree que es útil conocer la opinión de otros inversores particulares *
(profesionales o no) a la hora de invertir? *Seleccione una opción:*

- Sí.
- No.
- Solo si son profesionales.

¿Estaría interesad@ en ser miembro de una **red social gratuita** destinada a *
compartir las opiniones, las ideas, debatir e interactuar entre inversores
particulares, al mismo tiempo que tiene acceso a información financiera, noticias,
cotizaciones y más funciones útiles en una misma plataforma? *Seleccione una
opción:*

- Sí, la usaría.
- No, no la usaría.

Sí la usaría

¿Qué funcionalidades incluiría en esta red social? *Indíquelas en "otro" si lo desea: **

- No tengo opinión.
- Otro: _____

No la usaría

¿Por qué no la usaría? *Explique brevemente el motivo: **

Tu respuesta

Ahora, si en la primera pregunta se ha contestado “No.”, el camino es el siguiente:

Edad y sexo (No invierte)

¿Cuál es su rango de edad? *Selecciona una opción.* *

- Menos de 18 años.
- 18-24 años.
- 25-34 años.
- 35-44 años.
- 45-54 años.
- 55-64 años.
- Mayor de 65 años.

Indique su sexo. *Seleccione una opción.* *

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo
- Otro: _____

No invierte

¿Estaría interesad@ en invertir en un futuro? *Seleccione una opción.* *

- Sí.
- No.

En este punto se vuelve a dividir. Si la respuesta a la pregunta anterior es “Sí”:

Invertiría en un futuro

¿Cuál es el motivo por el que no invierte actualmente? *Seleccione uno o más.* *

- Falta de fondos para invertir.
- Conocimientos financieros insuficientes.
- Falta de tiempo.
- Actualmente le da "miedo" invertir.
- Le da "pereza" invertir.
- Otro: _____

Sí invertiría en un futuro

Cuando invierta, ¿Cree que es útil conocer la opinión de otros inversores particulares (profesionales o no) a la hora de invertir? *Seleccione una opción:* *

- Sí.
- No.
- Solo si son profesionales.

Cuando decida invertir, ¿Estaría interesad@ en ser miembro de una **red social gratuita** destinada a compartir las opiniones, las ideas, debatir e interactuar entre inversores particulares, al mismo tiempo que tiene acceso a información financiera, noticias, cotizaciones y más funciones útiles en una misma plataforma? *Seleccione una opción:* *

- Sí, la usaría.
- No, no la usaría.

Si la respuesta a la pregunta de división es "No":

No invertiría.

¿Podría indicar brevemente el motivo por el cuál no invertiría? *Explique el motivo* *
en "Otro" si lo desea.

No.

Otro: _____