



PLATAFORMA DE INVERSIÓN CONSCIENTE

Fernando Agustí, Sanae Ángel, Ainara Aramburu,
Maitane Aramburu e Inés Ferguson

Madrid, 14 de Noviembre de 2021

Agradecimientos

Queremos agradecer especialmente a Daniel Trurán, quien ha sido nuestro mentor en este trabajo, que nos ha ayudado mucho en todo el recorrido y, sobretodo, en convertir la idea en modelo de negocio.

Agradecer también a todo el profesorado del máster por haber compartido su conocimiento, el cual nos ha permitido poder realizar este trabajo y a todo el personal que está detrás de toda la plataforma de trabajo, que nos ha permitido una perfecta comunicación del equipo.

Del mismo modo, agradecer a aquellas personas que han participado en la validación de la idea de negocio y que nos han ido ayudando en el transcurso del proyecto.

Por último, agradecer a todos y cada integrante del equipo por su dedicación y esfuerzo en la elaboración de este proyecto de negocio.

Contenido

1.	Introducción.....	1
1.1.	Plataforma de inversión consciente	1
1.2.	Misión, visión y valores.....	1
1.3.	Equipo	1
2.	Análisis del entorno	3
2.1.	Contexto.....	3
2.1.1.	El auge del desarrollo sostenible como respuesta a los retos globales.....	3
2.1.2.	Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia	4
2.1.3.	La Inversión Sostenible	5
2.1.4.	Marco regulatorio.....	8
2.2.	Mercado.....	1
2.2.1.	Plataformas formativas.....	1
2.2.2.	Plataformas base de datos	2
2.2.3.	Plataformas de trading	2
2.2.4.	Principales conclusiones del estudio	3
2.3.	DAFO	1
3.	La solución	2
3.1.	Formación e información.....	2
3.2.	Base de datos.....	5
3.3.	Comunidad.....	7
3.4.	Otras soluciones: Análisis de modelos de negocio	10
4.	Modelo de negocio	14
4.1.	Canvas	14
4.2.	Validación, hipótesis descriptivas y encuestas	19
5.	Planificación Operativa	21
5.1.	Operaciones – mapa de procesos.....	21
5.2.	Marketing.....	22
5.3.	Recursos Humanos	26
5.4.	Legal.....	27
6.	Planificación financiera	28
6.1.	Inversión	28
6.2.	Ingresos.....	28
6.3.	Gastos	30
6.4.	Análisis: VAN, TIR.....	31

7. Bibliografía	32
8. Anexos	34

1. Introducción

1.1. Plataforma de inversión consciente

Asistimos al nacimiento de una nueva **conciencia social**. Cada vez más **personas** tienen una profunda **inquietud** por la **sostenibilidad** y quieren alinear su **propósito** de vida con el **cuidado de las personas, el planeta y la prosperidad a largo plazo**, buscando generar **impactos positivos**.

Al mismo tiempo, hay un **gran volumen de financiación privada** con interés en invertir en proyectos sostenibles desde el punto de vista ambiental, social y de buen gobierno que ofrezcan una **adecuada gestión de los riesgos**. La Organización de las Naciones Unidas estima que en la **próxima década** se necesitará destinar 6 billones de dólares cada año **para poder cumplir con la Agenda 2030**. Sin embargo, para **movilizar la inversión** es imprescindible impulsar el **conocimiento de las finanzas sostenibles** y facilitar el **acceso a la información** sobre productos de inversión sostenible y su **impacto** en el desarrollo.

Para dar respuesta a estos retos, creamos la **Plataforma de Inversión Consciente**, una plataforma digital que **canaliza el deseo de contribuir al desarrollo sostenible a través la inversión socialmente responsable**. Nuestro objetivo **crear una comunidad informada y consciente de su impacto** a la que se le **facilite el proceso de inversión**. Confiamos en que la comunidad consciente crezca rápidamente, a la vez que se multiplican las opciones de inversión.

Creemos en el potencial de la **movilización de capital para un desarrollo sostenible**, beneficiando tanto a los usuarios como al planeta.

1.2. Misión, visión y valores

Visión

Conseguir un cambio de mentalidad hacia la inversión en la sociedad, generalizando utilizar el poder del capital para generar un impacto positivo en el mundo.

Misión

Ofrecer una plataforma que ayude a llevar la inversión sostenible al alcance de todos, siendo una referencia en formación y acercando al usuario a productos reales.

Valores

Los valores del equipo de Inversión Consciente se basan en una profunda convicción en la necesidad de invertir en proyectos verdes y sociales para lograr el desarrollo sostenible. Se cree en la inversión consciente y con impacto; en la innovación y la tecnología como medios creadores de valor; y se trabaja siempre con integridad y pasión.

1.3. Equipo

Impulsando la Plataforma de Inversión Consciente estamos un equipo comprometido con el desarrollo sostenible y con las finanzas responsables, apoyándonos en los mejores socios tecnológicos y de formación. El equipo impulsor de la Plataforma de Inversión Consciente está compuesto por sus creadores:



Fernando Agustí

Fernando es un especialista ambiental y energético con amplia experiencia como técnico comercial en ingenierías, empresas energéticas y fabricantes de equipamientos. Cuenta con un posgrado en gestión empresarial y posee un profundo conocimiento de los marcos regulatorios medioambientales y energéticos en España. En los últimos años ha adquirido experiencia en el emprendimiento de negocios sostenibles relacionados con la eficiencia energética energía y la economía circular, dos de los sectores objetivo para las finanzas sostenibles. Sus conocimientos técnicos combinados con su experiencia en gestión y su espíritu emprendedor aportan gran solidez al proyecto.



Ainara Aramburu

Ainara es una Ingeniera Ambiental y Energética especializada en consultoría estratégica y financiera que colabora en el área de sostenibilidad y cambio climático de la consultora Deloitte. Su trayectoria profesional incluye la gestión de proyectos y en consultoría de entidades financieras y conoce en profundidad el marco legal, financiero y operativo del sector. Su capacidad de análisis, conocimiento técnico y operativo del sector energético y financiero generan una gran confianza en el planteamiento operativo de la Plataforma.



Maitane Aramburu

Maitane es una experta en inversión sostenible y productos ESG con más de tres años de experiencia en el Banco Santander. Conoce en profundidad los productos financieros sostenibles y el marco regulatorio nacional e internacional. Su compromiso con las finanzas sostenibles y su conocimiento práctico de los vehículos de inversión son el motor de la Plataforma.



Sanae Ángel

Sanae es una especialista en innovación y emprendimiento social, con experiencia como emprendedora y mentora de proyectos sociales en España y a nivel internacional. Conoce bien los procesos de innovación abierta y la gestión de campañas de marketing y comunicación asociada a proyectos innovadores. Después de haber creado su propia consultora de innovación, desde hace dos años colabora con la Plataforma Barrabés, una de las más relevantes en innovación social y sostenibilidad. Sanae aporta las lecciones aprendidas de lo que funciona y lo que no en la innovación, con especial foco en la comunicación y la difusión.



Inés Ferguson

Inés cuenta con una larga trayectoria profesional en el desarrollo de negocio y las relaciones institucionales en el sector de la ingeniería, impulsando la sostenibilidad y la innovación como las principales fuentes de creación de valor de las empresas. Conoce las políticas públicas y de inversión asociadas a la innovación y la sostenibilidad, y cuenta con una larga trayectoria de colaboración con asociaciones sectoriales, universidades, organismos de comercio internacional e instituciones financieras para el desarrollo. Su experiencia en llegar a acuerdos con distintos actores y su capacidad de comunicación en español, inglés y francés, ofrecen una gran proyección al proyecto.

2. Análisis del entorno

2.1. Contexto

2.1.1. El auge del desarrollo sostenible como respuesta a los retos globales

Desde el año 2015 el desarrollo sostenible ha tomado un creciente protagonismo en las relaciones internacionales, y la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas** se ha convertido en el **marco de referencia para las políticas y programas de desarrollo** de los países, así como para la **movilización de nuevas fuentes de financiación y de colaboración** entre actores públicos, privados e institucionales.

En el 2015 se firmaron algunos de los acuerdos internacionales más importantes para la definición de las políticas y los compromisos de desarrollo actuales, de entre los que destacamos:

- ➔ La **Agenda 2030** para el Desarrollo Sostenible que define 17 objetivos a nivel global con 169 metas (1).
- ➔ La **Agenda de Acción de Addis Abeba** para la financiación del desarrollo sostenible, pasando de billones a trillones de USD de inversión, apalancando recursos públicos, privados y multilaterales (2).
- ➔ El **Acuerdo de París sobre el Clima** para evitar una subida de la temperatura global por encima de los 2°C para el año 2100 (3). En línea con este objetivo, se elaboraron los compromisos de reducción de emisiones de los países firmantes a través de las Contribuciones No Determinadas.

Para reafirmar el compromiso de Europa con el Acuerdo de París, en el año 2020 se lanzó el **Pacto Verde Europeo** (4), comprometiendo a los países a descarbonizar sus economías para el año 2050.

La crisis generada por la pandemia global de la Covid-19 ha **reforzado y acelerado este proceso a nivel global**, y además de la Unión Europea, otros países están apostando por el desarrollo sostenible como la opción más sólida para encauzar la recuperación, invirtiendo en una **economía más verde, digital e inclusiva**.

Se están aprobando paquetes de recuperación económica sostenible **históricos en cuanto a volumen de fondos**, que ponen el **bienestar de las personas en el centro y la protección del planeta como máxima prioridad**. Entre ellos destacamos:

- *Infrastructure Framework* de Estados Unidos: 1.2 billones de dólares (5)
- *Next Generation EU* de la Unión Europea: 750.000 millones de euros (6)
- *Build Back Better* del Reino Unido: 600.000 millones de libras (7)
- *The Green New Deal* de Corea del Sur: 144.000 millones de dólares (8)

Por otro lado, las instituciones financieras multilaterales están actuando como **catalizadores de inversiones y de apoyo institucional** hacia el desarrollo sostenible en los países de menor renta. Cabe destacar el paquete **Build Back Better del Banco Mundial** (9), dotado de 160.000 millones de dólares.

En este contexto, los inversores privados e institucionales están priorizando de manera creciente las inversiones que ofrecen impactos positivos desde el punto de vista económico, ambiental y social, además del financiero, contribuyendo de manera directa al desarrollo sostenible. Es en este último punto en el que vamos a centrar nuestra atención.

2.1.2. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia

En el año 2015 se constató la necesidad de **catalizar una mayor inversión del sector privado** hacia el desarrollo sostenible, y de establecer unas métricas que faciliten la medición de su impacto.

La Agenda 2030 de las Naciones Unidas constituye un marco de referencia sin precedentes, ya que afecta a todos los países y actores, y está uniendo esfuerzos y compromisos desde todos los rincones del mundo en torno a la consecución de **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas para el año 2030**.



Ilustración 1. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: Organización de las Naciones Unidas

La representación visual y sencilla de los objetivos ha favorecido la difusión de los ODS a nivel global, y con ello la propia agenda de la sostenibilidad.

Los objetivos definen los elementos necesarios para garantizar el bienestar de la sociedad a largo plazo, y el **ODS 17** muestra claramente la necesidad de **incorporar la participación de nuevos actores**, como los inversores.

Hasta el año 2030, Naciones Unidas estima que se necesitan entre **\$ 2 y 4 billones anuales** para financiar el cumplimiento de los 17 objetivos (10). Esto solamente es posible con mayor transparencia financiera, mejores sistemas fiscales, y catalizando volúmenes importantes de inversión privada. Con la crisis generada por la Covid-19, la OCDE estima que se pueden necesitar hasta **\$ 1.7 billones anuales más** (11).

Los ODS marcan una hoja de ruta hacia un **crecimiento económico sostenible** que ofrece importantes oportunidades para la inversión privada, que, según datos del Pacto Mundial de Naciones Unidas, pueden añadir al PIB mundial \$12.000 millones anuales en solo cuatro sectores (12).

Los ODS y sus metas son además una manera de entender y medir el **impacto de los inversores en el mundo real**, y una forma para los inversores responsables de demostrar cómo sus esfuerzos en incorporar problemáticas como el cambio climático, las condiciones laborales y la diversidad en las juntas directivas a su enfoque de inversión contribuyen a lograr el mundo en el que sus beneficiarios quieren vivir.



Ilustración 2. Fuente: Empresas Españolas y ODS. Oportunidades y Desafíos. Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Los ODS ayudan a los inversores a articular de una manera más clara su método de **aplicación de asuntos ASG** a su proceso de toma de decisiones y su compromiso con relación a las inversiones. Además, ayudan a los inversores a comunicar a sus clientes cómo su dinero contribuye a las prioridades más amplias de la sociedad a nivel mundial.

Para los inversores responsables, los ODS son importantes por cinco argumentos principales:

1. Los ODS son el marco de referencia en sostenibilidad acordado a nivel global
2. Los grandes inversores institucionales mundiales miran al largo plazo y buscan inversiones que garanticen la salud de la economía, el planeta y las personas
3. El logro de los ODS impulsará el crecimiento económico global con una hoja de ruta compartida
4. Los ODS ofrecen un marco de riesgos a tener en cuenta en la inversión a largo plazo
5. Los ODS son una guía de distribución del capital hacia fines sostenibles.

La Agenda 2030 para el Desarrollo ha conectado especialmente a los jóvenes, que tienen una mayor conciencia social y ambiental, y **los ODS ofrecen un marco común que permite conectar iniciativas y recursos a nivel global.**

Nuestro proyecto pretende vincular el interés de las generaciones más jóvenes por contribuir al desarrollo sostenible (ODS) a través de la inversión socialmente responsable, y facilitar esta conexión a través de la **tecnología.**

2.1.3. La Inversión Sostenible

En los últimos años ha habido un cambio de comportamiento de los inversores y una nueva necesidad de considerar a las organizaciones de forma más holística. Este cambio de comportamiento ha venido acompañado de la incorporación de los criterios ASG en los negocios, incluyendo la sostenibilidad en sus estrategias.

En la última década, la inversión sostenible ha crecido sustancialmente pasando de un 13% del total de la inversión a ser más de la mitad, concretamente un 54% en el 2020 (13). Cada vez más personas quieren que los valores en los que cree se reflejen en la forma en que invierten.



Ilustración 3. Evolución de la comparación entre los activos nacionales bajo gestión ASG y el total de activos gestionados por entidades nacionales en España. Fuente: Spainsif con datos de Inverco y los datos recibidos en las encuestas. Estudio “La inversión sostenible y responsable en España”

Según el “Estudio Global de Inversión 2020” realizado por Scroders (14), las principales razones de los inversores para invertir con criterios ASG son:

- Mayor impacto ambiental (45%).
- Mayor probabilidad de conseguir mayores rentabilidades (34%)
- Alineación con sus principios sociales (28%).

Para seleccionar y gestionar los diferentes activos que forman parte de los productos ISR (Inversión Socialmente Responsable), se basan en una combinación de dos análisis complementarios:

- 1) Análisis extrafinanciero: consiste en identificar y valorar las buenas prácticas ASG de las empresas:
 - a) Conocimiento de las cuestiones clave en cada sector de actividad.
 - b) Valoración dentro de cada sector de actividad de las empresas que mejor responden a los criterios ASG.
- 2) Análisis financiero: determinar las empresas más atractivas.

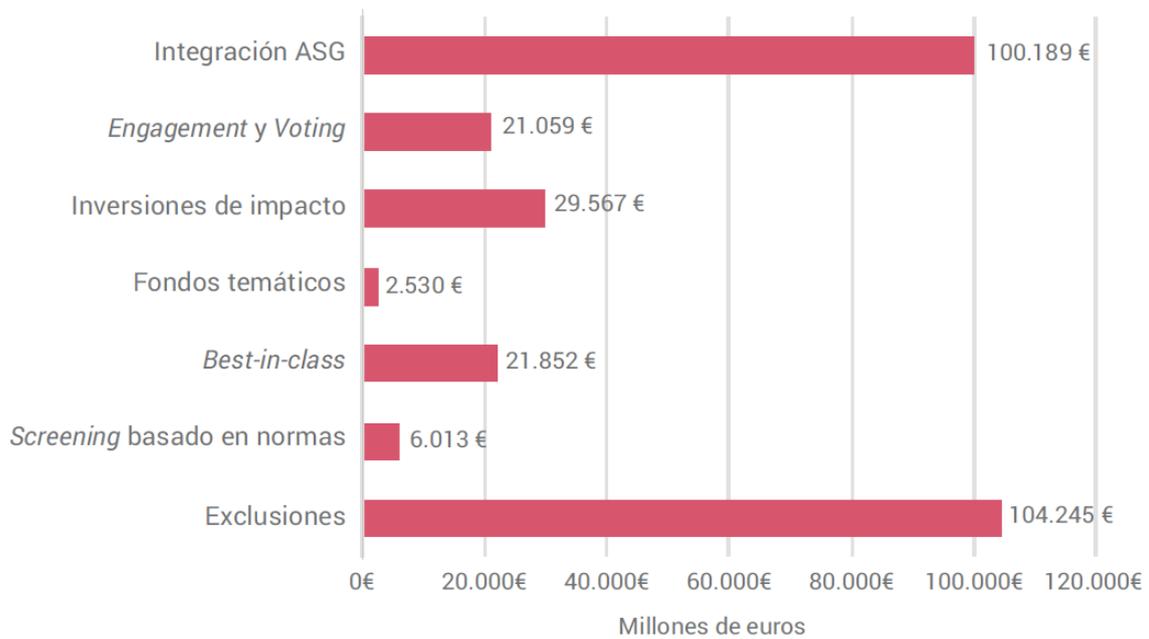


Ilustración 4. Desglose por estrategias de los activos ASG de las respuestas recibidas. Fuente: Spainsif. Nacionales + Internacionales

Los principales beneficios de la inclusión de los criterios ASG en las compañías son los siguientes:

- Reducir el riesgo y la volatilidad de las inversiones a medio y largo plazo.
- Posibilidad de inclusión de la compañía en índices de sostenibilidad.
- Mejores condiciones de financiación.
- Fortalecer el valor de la marca.
- Reducir la probabilidad de experimentar Shocks ASG (*Dieselgate*, caso BP, Caso Facebook, etc.).

2.1.4 Marco regulatorio

La rápida y constante evolución de la regulación en materia de inversión sostenible refleja el creciente interés y la presión de mercado para contar con un marco regulatorio que permita seguir desarrollando productos financieros.

A pesar de tener un gran apoyo en el espacio europeo, algunas publicaciones recientes dejan ver que aún queda mucho trabajo por delante en términos de armonización. El 26 de julio de 2021, la Organización Internacional de Comisiones de Valores (OICV) publicó un documento de consulta que pretende ayudar a sus miembros a comprender las implicaciones de las actividades de los proveedores de datos y calificaciones ASG, y a establecer marcos para mitigar los riesgos. El trabajo reveló una falta de transparencia sobre las metodologías en las que se basan las calificaciones o los productos de datos y una cobertura a menudo desigual de los productos ofrecidos en los distintos sectores y zonas geográficas. Esto podría dar lugar a lagunas e incoherencias cuando se aplique a las estrategias de inversión y plantear preocupaciones en torno a posibles conflictos de interés.

Por otro lado, el 27 de agosto de 2021, BlackRock Financial Markets Advisory publicó un estudio realizado por encargo de la Comisión Europea, que explora la integración de los factores ASG en los procesos de gestión de riesgos, las estrategias de negocio y las políticas de inversión de los bancos, así como en la supervisión prudencial. Este texto proporciona una visión general de las prácticas actuales e identifica una serie de mejores prácticas para la integración de los riesgos ASG, y destaca como principal reto la falta de datos, definiciones armonizadas y normas de clasificación para una gama más amplia de productos ASG a nivel mundial.

Todo esto indica que el mercado está expectante de contar con un marco mucho más definido por parte de los cuerpos regulatorios. Así mismo, las numerosas iniciativas que ya están en marcha demuestran los esfuerzos que se están llevando a cabo de la mano de los reguladores y están produciendo un gran efecto en el desarrollo de esta nueva economía moderna.

Marco regulatorio

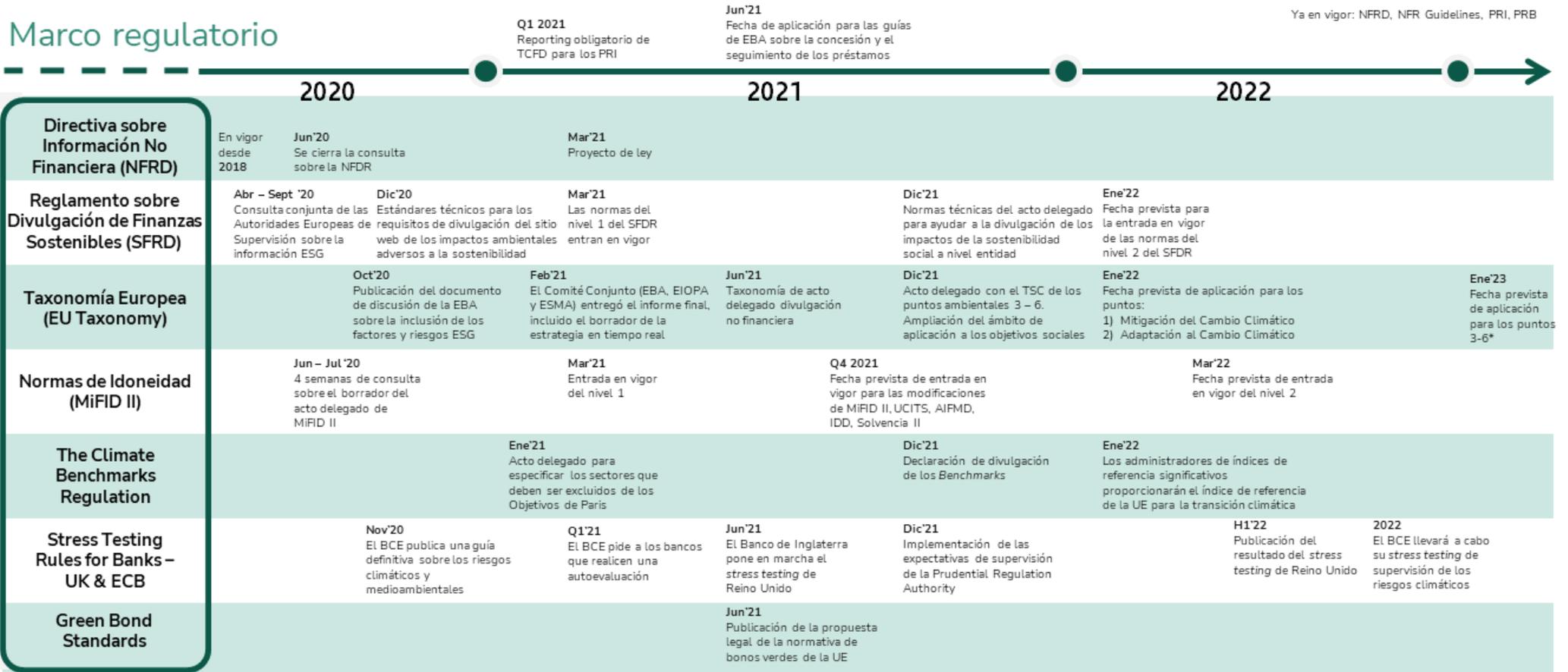


Ilustración 5. Marco regulatorio Fuente: Elaboración propia.

2.2. Mercado

Con base a la información pública disponible, se han analizado distintos tipos de plataformas web y aplicaciones ligadas a la inversión, en general, y en la inversión de impacto, en particular.

En total se han analizado 12 sitios diferentes, clasificadas en:

- Plataformas formativas
- Plataformas de inversión
- Bases de datos de productos financieros

Adicionalmente, se han analizado algunos fondos de inversión especializados en inversión con impacto.

2.2.1. Plataformas formativas

Ofrecen contenido de carácter divulgativo sobre inversión en general y sobre inversión de impacto en particular. Su misión es impulsar y difundir la inversión de impacto social para mejorar la vida de las personas.

Algunas, como Open Value Academy, enseñan desde su propia experiencia y proyecto, a medio camino entre la inversión y la filantropía.

- Estudios de investigación y temáticos
 - Píldoras formativas
 - Cursos y talleres presenciales y online
 - Formación “*in company*”
 - Colaboración con universidades
 - Webinars
 - Artículos y blogs
 - Podcast
 - *Newsletters*/boletines
 - Debates
 - Mesas redondas
 - Foros
 - Noticias
 - *Headlines*
 - Recomendaciones de lecturas
- ➔ *Nuestra plataforma además acompañaría al usuario hasta encontrar el producto de su interés*

Ejemplo: Spainsif (15)

Plataforma de encuentro y referencia en materia de inversión sostenible y responsable en España. Su misión es fomentar la integración de criterios ASG en las políticas de inversión, así como concienciar e impulsar cambios en los procesos de inversión.

Estudios y formación

- Estudio Spainsif anual sobre la ISR en España
- Estudios temáticos relacionados con la ISR
- ISR en dos minutos: píldoras de información

- *Webinar* ISR

Plataforma de fondos

- Catálogo de fondos Spainsif
- Catálogo de fondos Morningstar
- Catálogo de fondos Vdos

2.2.2. Plataformas base de datos

Hemos encontrado principalmente dos espacios con catálogo de productos ISR. En ambos casos se muestra un listado que puede ser filtrado por más o menos categorías.

- ICMA: catálogo de bonos sostenibles (16)
 - Emisor
 - Categoría
 - Jurisdicción
 - Auditor externo
- Spainsif: catálogo de fondos ISR (15)
 - % a corto y largo plazo
 - Riesgo
 - Comisiones
 - MSCI ASG
 - MAPA

→ *Nuestro valor diferencial sería la capacidad de búsqueda por tipo de impacto: ODS beneficiado*

Ejemplo: ICMA (16)

Asociación sin ánimo de lucro, comprometida con las necesidades de su amplia gama de empresas miembros activas en los mercados de capital internacionales.

Su web dispone de un gran espacio dedicado a las finanzas sostenibles.

- **Los Principios**
Además, los “Principios” respaldados por ICMA se han convertido en el marco líder para la emisión de bonos sostenibles: *Green Bond Principles (GBP)*, *Social Bond Principles (SBP)*, *Sustainability Bond Guidelines (SBG)* and *Sustainability-Linked Bond Principles (SLBP)*.
- **Base de datos**
Su base de datos de bonos sostenibles incluye todos los bonos sostenibles emitidos, siendo posible descargar una lista completa en Excel, o realizar una búsqueda avanzada por emisor, categoría, jurisdicción y auditor externo.

2.2.3. Plataformas de trading

En fases iniciales del proyecto, se analizó la posibilidad de ofrecer en la plataforma un espacio de trading, para que los usuarios pudieran adquirir de forma directa productos de inversión de impacto.

Sin embargo, dada la alta carga técnica de la solución y la alta competitividad entre *brokers*, se descartó esta opción para centrarnos en cubrir el carácter formativo y divulgativo, como un primer paso para fomentar la inversión sostenible.

Se han analizado los instrumentos financieros más vendidos y se han buscado espacios de trading dedicados a la inversión de impacto, o con un espacio secundario dedicado a ello.

No se han encontrado plataformas con este enfoque, pero sí aplicaciones de fondos de inversión sostenibles.

Ha destacado especialmente la figura del *“social trading”* y del *“popular investor”*, figuras modelo de éxito y con mucha influencia sobre los demás *traders*, que copian sus portfolios.

→ *Se va a tener en cuenta este nuevo enfoque para compartir casos de éxito que aumenten el interés y engagement de los usuarios*

Ejemplo: Etoro (17)

Con 13 millones de cuentas registradas y valorada en 2.500 millones de dólares en 2020, eToro es a día de hoy uno de los brókeres de trading social más populares.

- **Funcionalidades**
 - Tiene plataforma propia y la app es apta para iOS y Android
 - Ofrece invertir en múltiples instrumentos financieros: acciones, ETF, divisas, futuros, opciones y criptomonedas.
 - Productos complejos: eToro ofrece también CFD, advirtiendo el alto riesgo que suponen.
 - Una de sus funciones más populares es la de *“Copy trader”* que permite replicar las inversiones realizadas por los *traders* más exitosos.
 - La web incluye un apartado de formación, aunque con un carácter secundario: Noticias y análisis, Guías de mercados financieros, ¿Qué es el trading social?, Resumen diario de mercados.

2.2.4. Principales conclusiones del estudio

Con la democratización de la inversión, se encuentra cada vez más contenido divulgativo especializado sobre inversión en diferentes productos financieros, también sobre la inversión de impacto.

El producto sostenible más establecido es el bono sostenible, verde o social, que se suele adquirir a través de fondos de inversión.

Se encuentran numerosos ejemplos de fondos de inversión sostenible, no así de plataformas de trading directo.

Gran acogida de la figura del *“popular investor”*, *traders* de éxito sobre los que se realiza *“copy trading”* para imitar sus portfolios.

2.3. DAFO

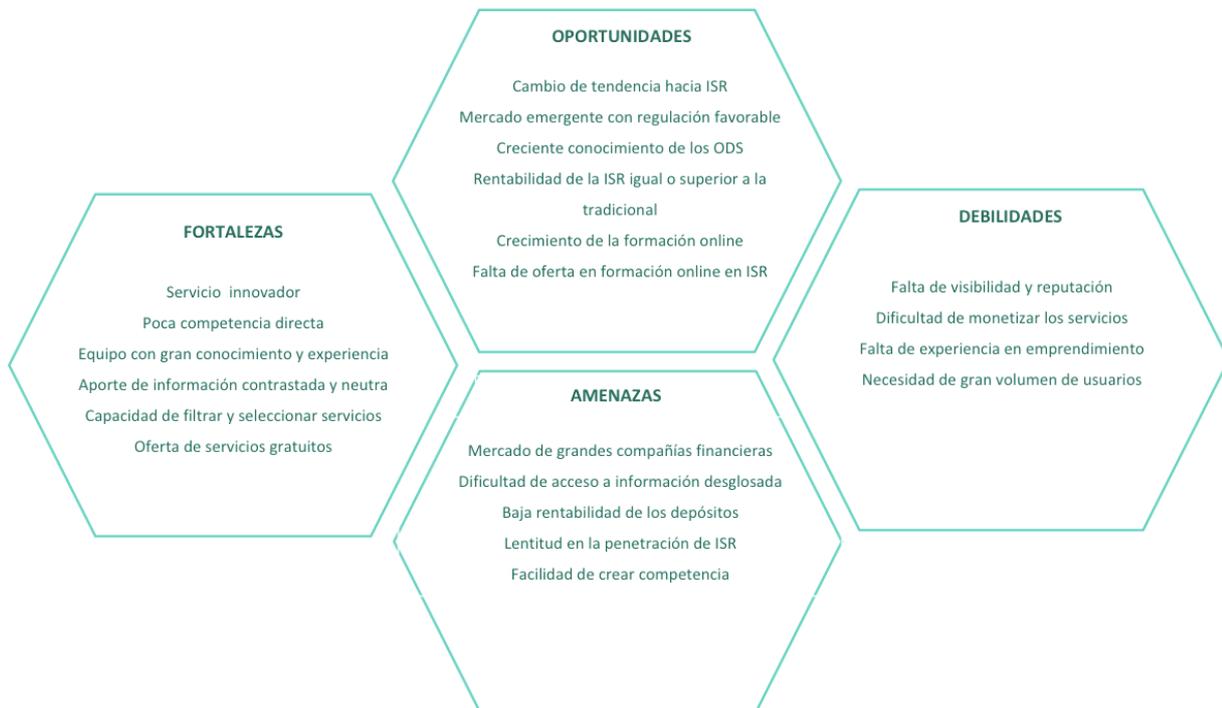


Ilustración 6. Análisis DAFO del modelo de negocio. Fuente: elaboración propia.

3. La solución

3.1. Formación e información

La **formación universal** y la **información honesta, transparente y clara** son los pilares de Plataforma Consciente y son el medio de empoderamiento de las personas para la toma de decisiones.

Apostamos por el conocimiento como base de la libertad y del buen hacer de las personas. Es por ello que uno de nuestros tres servicios que ofrecemos está enfocado en la formación.

Desde Plataforma Consciente creemos que los pasos para tomar una decisión son los siguientes:



Ilustración 7. Proceso de toma de decisión del inversor. Fuente: elaboración propia.

Dependiendo del perfil del inversor, ofrecemos 3 niveles de formación para poder dar respuesta a las necesidades:

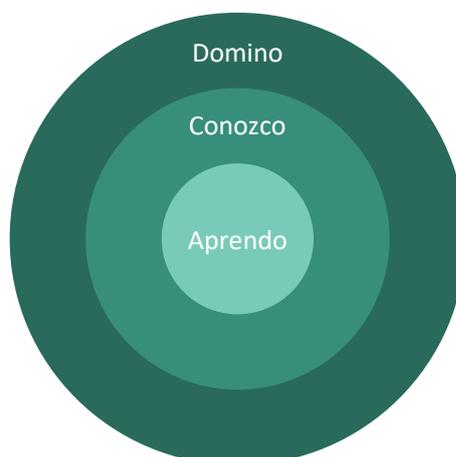


Ilustración 8. Niveles de formación que ofrece la plataforma. Fuente: elaboración propia.

Categorías de formación

Cada categoría incluye diferentes tipos de formación, siendo el nivel “aprendo” el más básico y el nivel “Domino” el más completo. Para tener acceso a la formación, habrá 3 tipos de suscripciones que corresponden a cada uno de los niveles.

Nivel “Aprendo”

A

Descripción: Formación donde se tratarán temas de inversión e inversión sostenible para principiantes.

Público objetivo: Todas aquellas personas con inquietud en la inversión sostenible pero que no tienen nada o muy poca experiencia.

Acceso: Gratuito

Tipo formación

- **Flash:** Videos de corta duración (3mins) donde se enseñan conceptos concretos relacionados con la inversión y la inversión sostenible. **MMCC:** Youtube. **Periodicidad:** 1 cada 15 días.
- **Blog:** Artículos técnicos con información de la actualidad de la inversión sostenible. **Canal:** Web. **Periodicidad:** 1 cada 15 días.
- **Podcast:** Podcast de 15 minutos donde se explicarán ejemplos de inversión sostenible y su impacto positivo. **Canal:** Spotify. **Periodicidad:** 1 al mes.



Nivel “Conozco”

Descripción: Formación donde se tratarán temas más complejos y especializados enfocado a las personas que quiera profundizar en la inversión sostenible.

Público objetivo: Todas aquellas personas con experiencia en inversión que quiera profundizar en la inversión sostenible.

Acceso: Suscripción de pago o pago puntual.

Tipo formación (incluye nivel “aprendo”):

- **Webinar:** Másterclass de 1 hora con especialistas en la materia donde se tratarán diferentes temáticas. Plazas limitadas. **Canal:** plataforma propia. **Periodicidad:** 1 al mes.
- **Cursos profesionales:** Cursos temáticos “*in live*” entre 8-10 horas lectivas repartidos en dos semanas, donde se profundizará en diferentes temáticas de inversión e inversión sostenible. **Canal:** plataforma propia. Plazas limitadas. **Periodicidad:** libre acceso a 1 cada año.



Nivel “Domino”

Descripción: Formación y espacios de debate con expertos en inversión e inversión sostenible.

Público objetivo: Expertos en inversión sostenible que quieran interactuar con expertos en la materia.

Acceso: Suscripción de pago o pago puntual.

Tipo formación (incluye nivel “conozco”):

- **Cursos profesionales:** Cursos temáticos “*in live*” entre 8-10 horas lectivas repartidos en dos semanas, donde se profundizará en diferentes temáticas de inversión e inversión sostenible. **Canal:** plataforma propia. Plazas limitadas. **Periodicidad:** 1 cada 4 meses.
- **Evento puntual:** Jornada presencial de la inversión sostenible donde habrá 3 ponentes expertos en inversión sostenibles donde se hablará de la situación de la IS y del entorno. Posibilidad de interactuar con ellos. Al finalizar habrá un pisolabis para poder intercambiar opiniones. **Periodicidad:** 1 al año.

Comentarios

- Para la impartición de los *Podcast*, *Webinars*, *Cursos* y en el *Evento*, se contará con la colaboración de profesionales externos con el fin de ofrecer formación de calidad y de reputación.

- En los cursos se entregará un certificado de asistencia al final del mismo.
- Para la elaboración de los contenidos de la formación se tendrá en cuenta los “trending topics” de nuestra comunidad y/o de *google analytics*.
- Para la selección de los ponentes de la Jornada presencial se tendrá en cuenta las preferencias de nuestros clientes.

En la siguiente tabla se muestra la formación que incluye cada tipo de suscripción:

Formación	Suscripción	“Aprendo” A	“Conozco” C	“Domino” D
Flash				
Blog				
Podcast				
Webinars				
Cursos profesionales			*limitado	
Evento puntual				

Tabla 1. Contenidos que incluye cada tipo de suscripción. Fuente: Creación propia

El precio de la suscripción y de la formación mediante pago puntual está explicado en el apartado financiero.

Ejemplos

Ejemplo 1: Podcast inversión “El Club de Inversión”



Ilustración 9. Podcast inversión “El Club de Inversión”.

Ejemplo 2: Calendario formación profesional del “Colegio de Ambientólogos de Barcelona”

Catàleg 2021 de l'Escola de Formació del COAMB:

CATÀLEG DE FORMACIÓ 2021	Gener - Març	Abril - Juliol	Setembre - Desembre
	<p>Proposta de formacions per a professionals del Medi Ambient de Catalunya.</p> <p>Diferenciació per format:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cursos ● Jornades Obertes ● Píndoles Formatives <p>I per temàtica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Residus. ● Orientació. ● Canvi Climàtic. ● Ciutat Sostenible. ● Impactes i Territori. ● Educació i Comunicació. ● Competències Transversals. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fiscalitat ambiental aplicada als residus. ● Introducció al canvi climàtic. ● Green drinks: decreixement. ● Avaluació ambiental estratègica. ● Eines i estratègies per a la comunicació ambiental. ● Introducció al dret ambiental. ● Gestió ambiental a l'empresa. ● Introducció als esdeveniments sostenibles i ISO 20121. ● Què haig de saber abans de presentar-me a oposicions? ● Com tramitar autoritzacions i llicències ambientals? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Noves eines de comunicació per al servei de recollida de residus. ● Soc ambientòleg/oga, a què em puc dedicar? ● Diàlegs ambientals 2021. ● Economia circular. ● Eco-etiquetatge. ● Adaptació i mitigació de riscos ambientals. ● Voluntariat ambiental. ● Com tramitar una certificació energètica? ● Com presentar-se a projectes europeus?

Ilustración 10. Calendario formación profesional del “Colegio de Ambientólogos de Barcelona”.

Ejemplo 3: Evento anual “La Noche de la Eficiencia” organizado por el Clúster de eficiencia energética de Cataluña



Ilustración 11. Ilustrativo del evento anual "La Noche de la Eficiencia".

Ejemplo 4: Videos formativos de la UNED vía Youtube

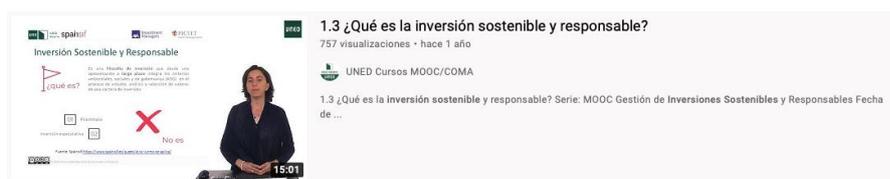


Ilustración 12. Captura de un vídeo formativo de la UNED.

3.2. Base de datos

Una vez formado en inversión, ¿qué productos ofrece el mercado?

La base de datos permitirá al usuario encontrar productos concretos e información sobre ellos, para poder informarse, compararlos, y redirigirse al sitio donde realizar la inversión.

¿Qué es?

Un catálogo de productos reales en los que el usuario puede invertir.

¿Qué NO es?

Una plataforma de inversión donde comprar y vender directamente productos financieros.

Plan

Se comenzará con dos catálogos básicos, uno de bonos y otro de fondos de inversión, y se irán añadiendo progresivamente otro tipo de productos con impacto, en función de intereses detectados en el mercado y relación/alianzas con agentes financieros y proveedores de datos.

Los ODS como referencia

Queremos que el usuario sea consciente del impacto de la inversión en todo el proceso, por lo que la **clasificación de los productos por los ODS a los que contribuyen** es un factor clave a ofrecerle.

Esto permitirá al usuario buscar y filtrar por las causas que sean de su interés y comparar entre productos.

La predilección de un usuario por ciertos ODS le permitirá interactuar con grupos de intereses comunes → ver apartado de Comunidad

La formación de la plataforma, además de nociones de inversión e inversión sostenible, también incluirá temas de sostenibilidad en general y ODS.

Funcionalidades: Orientadas a facilitar la búsqueda y comparación al usuario:

- Buscador
- Filtro en todos los campos
- Ordenar
- Exportable en Excel
- Valoración
- Favoritos

Información: Dependerá de cada tipo de producto. Por ejemplo, para un bono:

- Categoría/tipo de producto
- ODS impactado
- Emisor
- Fecha de emisión
- Jurisdicción
- Información de mercado
- Link externo

¿Cómo se llevará a cabo?

Aspiramos a contar con un partner tecnológico a la vanguardia de las nuevas tecnologías de Big Data e inteligencia artificial.

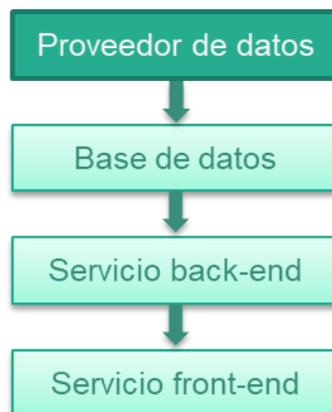


Ilustración 13. Proceso de recopilación de datos. Fuente: elaboración propia.

- **Webfg:** Experiencia específica en soluciones digitales para el sector financiero. Numerosos casos de éxito como plataformas de trading, “research centers”, páginas web flexibles con widgets... (18).
- **Indra - Minsait:** Alto expertise tecnológico y digital en diferentes sectores, incluido el financiero. Numerosos casos de éxito como plataformas financieras, plataformas omnicanales, banca digital, procesamiento de tarjetas... (19).

3.3. Comunidad

La Comunidad Consciente

La Plataforma de Inversión Consciente crea una **comunidad de usuarios** que quieren contribuir al desarrollo sostenible a través de la inversión socialmente responsable, y les **conecta con expertos** que comparten su conocimiento, experiencia y algunos consejos prácticos. Todos forman parte de una **Comunidad Consciente**.

A través de la Plataforma profundizamos en el conocimiento de las finanzas sostenibles **vinculando los contenidos a las áreas temáticas de inversión categorizadas en ODS**, ya sean conversaciones, foros dinamizados, blogs y podcasts de expertos, sesiones mentorizadas, valoración de productos financieros o noticias y tendencias.

El proceso de aprendizaje se realiza en comunidad, conectando usuarios con el **mismo nivel de conocimiento y áreas de inversión sostenible**. Los talleres, conferencias, cursos y eventos sobre cada ODS refuerzan la comunidad de usuarios con intereses comunes.

Todos los miembros de la Comunidad Consciente se organizan por Grupos, en función del nivel de conocimiento y de los ODS de interés.

Los niveles de conocimiento son: básico (Nivel *Aprendo*), avanzado (Nivel *Conozco*) y profesional (Nivel *Domino*). Los 17 ODS de la Agenda 2030 son la segunda variable, pudiendo etiquetar hasta seis ODS en los perfiles de los usuarios y expertos, y un máximo de tres ODS en los contenidos. Utilizando este doble etiquetado, se pueden organizar los grupos, ofrecer los contenidos más adaptados a cada usuario, y conectar grupos con intereses similares.

Funcionalidades de la Comunidad

Los contenidos para la Comunidad se organizan por ODS y son accesibles a los usuarios y expertos que con esos ODS de interés. La comunidad ofrece los siguientes instrumentos para participar y formar parte de un colectivo que apuesta por la Inversión Socialmente Responsable:

- Blogs y podcasts de expertos con comentarios de los usuarios

Los expertos de la Comunidad Consciente pueden crear blogs y podcasts sobre novedades, experiencias y la inversión responsable asociada a los ODS de su especialidad. Los blogs y podcasts estarán accesibles a los usuarios que compartan los mismos intereses en ODS, y podrán hacer comentarios.

- Foros de discusión abierta

Los expertos pueden crear foros vinculados a sus ODS de interés. Cualquier usuario puede participar en los foros, independientemente del nivel de conocimiento. Los foros están dinamizados por el propio experto.

- Rating de productos financieros

Los usuarios y expertos de la plataforma pueden evaluar directamente los productos financieros y hacer comentarios basados en la experiencia.



Ilustración 14. Ilustrativo de ejemplo de escala de rating. Fuente: elaboración propia.

- Sección de Alumni

Cualquier usuario que haya recibido formación a través de la plataforma pasará a entrar en el **Grupo de Alumni**. Se considerará que los Alumni tienen un grado de vinculación mayor con la plataforma y recibirán noticias e información de cursos y eventos manera periódica. También se les invitará a sesiones presenciales con expertos y acceso gratuito a otros eventos en los que participe la plataforma.

- Redes Sociales

La Comunidad Consciente tendrá una gran actividad en Redes Sociales, compartiendo mensajes de expertos, conclusiones de su análisis de datos, anunciando eventos y noticias, y reenviando contenidos. Su actividad en Instagram, LinkedIn y Twitter le ayudarán a darse a conocer y también a ampliar la comunidad y a darle mayor relevancia. La visibilidad en redes sociales se complementa con una *newsletter* semanal que se distribuye a la Comunidad, a los socios estratégicos y potenciales, a instituciones financieras y otros actores relevantes en la Inversión Socialmente Responsable.

Ejemplo: Un experto interesado en dar a conocer su experiencia en productos financieros que contribuyen a la economía circular podrá crear un foro con las etiquetas de “Aprendo” o “Conozco” y la del “ODS12”, y conectar con los usuarios que hayan identificado un interés específico por ese ODS.

Perfiles de la Comunidad

La Comunidad identifica dos tipos de perfiles: usuario y experto. De esta manera, atraemos a expertos para que formen parte de la Comunidad y puedan interactuar con los usuarios, pero ofreciendo una clara distinción entre los que participan como usuarios y los que participan como especialistas.

1. Log in con “Perfil Usuario”: nombre de usuario y contraseña

Alta de nuevo usuario con: Nombre, Apellidos, Ciudad, Edad, Correo de contacto.

Etiquetado por nivel de conocimiento (obligatorio):

- Aprendo*: escaso o nulo conocimiento de los ODS y de la ISR, pero con interés en aprender
- Conozco*: con conocimiento de los ODS, algo de conocimiento y/o experiencia en ISR, y con interés en profundizar

Etiquetado por ODS de interés: mínimo 2, máximo 6 ODS de interés (obligatorio)

Organizados por áreas temáticas: **ambientales** (6, 7, 12, 13, 14, 15), **sociales** (1, 2, 3, 4, 5, 10), **económicos** (8, 9, 11) y de **buen gobierno** (16, 17).

1. ODS? 2. ODS ? 3. ODS? 4. ODS? 5. ODS ? 6 ODS ?

Fotografía (opcional)

Información guardada sistemáticamente en el perfil: actividad en la plataforma (ratings, comentarios en foros, cursos, alumni)

El usuario podrá visualizar y acceder a todos los contenidos asociados a su nivel de conocimiento y a sus ODS de interés.

2. Log In con “Perfil Experto”

Alta de nuevo experto con: Nombre, Apellidos, Ciudad, Edad, Correo de contacto, vínculo Perfil LinkedIn

Nivel de conocimiento:

Domino: gran experiencia en ISR que desarrolla a nivel profesional

ODS de experiencia: mínimo 2, máximo 6 ODS en los que está especializado

Actividad en la plataforma: blogs, foros, cursos que imparte, sesiones mentorizadas

Banco de tiempo: minutos disponibles para sesiones mentorizadas a demanda

- 3 horas al mes
- 3-5 horas al mes
- Más de 5 horas al mes

Relación entre usuarios

La Comunidad Consciente promueve la relación entre los usuarios con intereses comunes para compartir opiniones y experiencias. Las posibilidades que ofrece la Plataforma para conectarse con otros usuarios son:

- Búsquedas de perfiles de usuarios
- Conectar con otros usuarios a través de mensajes
- Conversar con otros usuarios a través del chat
- Puntuar los productos de inversión responsable a través de la función de rating
- Participar en Eventos Alumni

Relación entre usuarios y expertos

La Comunidad también conecta a los expertos con los usuarios interesados en aprender e invertir en productos financieros socialmente responsables. Esta relación es de mutuo beneficio, dado que el experto puede acceder directamente a potenciales clientes o alumnos, y los usuarios tienen la oportunidad de obtener información y formación personalizada que no ofrecen las instituciones financieras. Las posibilidades que ofrece la plataforma para conectar expertos y usuarios son:

- Búsquedas de perfiles de Expertos
- Comentarios en los blogs/podcasts de Expertos. Los usuarios pueden dejar comentarios.
- Participación en foros. Los usuarios pueden participar en los foros y plantear y responder preguntas.



Ilustración 15. Ilustrativo de ejemplo de la página web. Fuente: Elaboración propia.

- Consultas a través de mensaje. Los usuarios pueden enviar mensajes directamente a los expertos.
- Sesiones mentorizadas: Todos los expertos deberán dedicar al menos 3 horas al mes a sesiones de mentoring con usuarios de la plataforma, a demanda de los usuarios.

3.4. Otras soluciones: Análisis de modelos de negocio

Se ha realizado un análisis de mercado sobre lo que ofrecen otros tipos de plataformas, con especial énfasis en sus contenidos y forma de monetización.

Este análisis permite concluir que no existe actualmente en el mercado una plataforma de características iguales a las que se plantean.

La Tabla 2 resume las principales características de las plataformas analizadas.

Compañía	Formación	Información	BBDD	Inversión	Comunidad	Monetización
 (20)	Open Value Academy Partners y Socios académicos	Noticias Blog Eventos Informes Infografías	No, pero comparten causas y proyectos con los que colaborar	No, aunque pertenece a Santa Comba Gestión SL (Cobas Asset Mngmt), Global Social Impact Investments...	Sí, "Connectors" entre los diferentes agentes del ecosistema: "thinkers, doers y givers" RRSS: LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, Spotify	Cursos de pago
 (21)	Guías	Newsletter Artículos	Sí, pero no exclusivo de ESG	No	RRSS: LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram	Publicidad
 (22)	Plataforma formativa Escuela de Verano	Blog Cine foro Estudios Dossieres Boletines	No	No	RRSS: Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Spotify, Instagram	Cuota socios
 (23)	Manual público: SDGs for SRI investors	Estudios e informes: European SRI studies, Market Segment Studies, Sector and Theme Reports Comunicación: Newsletters, SRI Headlines, InSight, Monthly Sustainable Finance Updates	No	No	No	Posibles cuotas de asociados
 (15)	Esenciales ISR ISR en dos minutos Formación ISR: Programa de desarrollo en inversión sostenible y Curso de verano	Estudios e informes Comunicación: webinar, podcast, boletines	Fondos de inversión ISR Fondos Morningstar Fondos VDOs	No	Asociados Alumni RRSS: Twitter, LinkedIn, Youtube	Cuotas de asociados: Entidades financieras Gestoras de activos Servicios ISR Entidades sociales Sindicatos
 (16)	Cursos Certificaciones propias	Noticias Mailing lists	Bonos sostenibles Bonos verdes	No	RRSS: Twitter, LinkedIn	Cuota de asociados: International firms

	In-house training	Información de mercado Webinars Podcasts	Bonos sociales Bonos ligados a ODS			Regional firms Domestic firms Basic membership
 (24)	No	Blog	No como tal, a través de un algoritmo analizan productos financieros y hacen recomendaciones personalizadas al usuario.	Sí, inversión en fondos. Cartera a medida con asesoramiento.	RRSS: Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram	Comisiones: sólo cuando se genera ganancia en la inversión Básica Ampliada
 (25)	Academia de trading Seminarios en directo	Noticias de mercado Tablas de precios Calendario económico	No	Forex, índices, materias primas Acciones y ETFs CFDs sobre criptomonedas	No	Comisiones: Retirada de fondos a partir de un monto mínimo Cargos al abrir y cerrar transacciones en cuenta Pro
 (26)	No	No	Catálogo de proyectos	Crowdfunding para el sector inmobiliario residencial, comercial e industrial	No	Comisión de originación 5-7% del proyecto
 (27)	Centro de conocimiento	Noticias Webinars	No	CFD Acciones	Opinión de expertos RRSS: Twitter, Instagram, Facebook, YouTube	Comisiones: Mínimo por acción, de custodia, Tasa de conversión, SEC, bursátil, ejecución, margen, depósitos de fondos nocturnos...
 (28)	Cursos y guías para aprender a operar	Blog	No	Materias primas ForEx índices Criptodivisas CFD	RRSS: Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn	Solo tarifas adicionales ej. Tarifa nocturna
 (17)	Academia de inversión en línea	Noticias Análisis Resumen diario de mercados	Catálogo de productos	Acciones ETF Divisas Futuros	“Social trading”: bróker de trading social Relación con otros traders “Copy trader”: permite	Comisión retirada de fondos 5\$ Comisión en criptomonedas y diferencial en CFDs

				Opciones Criptomonedas CFD	replicar las inversiones realizadas por los traders más exitosos: “popular investors”	Gratuito en acciones y ETF
LA S* (29)	Cursos Talleres	Directorio Newsletter Webinar/conferencia Debates Grupos temáticos			RRSS: LinkedIn Mentoring Oportunidades de empleo	

Tabla 2. Estudio de mercado de las principales plataformas de inversión y finanzas sostenibles que se encuentran en el mercado. Fuente: Elaboración propia.

4. Modelo de negocio

4.1. Canvas

Se ha llevado a cabo una definición de las diferentes partes que integran el modelo de negocio de la plataforma.

<p>Key Partners </p> <p><u>Proveedores</u> Socios encargados de prestar sus servicios para el desarrollo de la comunicación y publicidad.</p> <p><u>Promotores</u> Socios encargados de prestar sus servicios para el desarrollo de la plataforma.</p> <p><u>Partners o colaboradores</u> Empresas privadas que quieren ser visibles como colaboradores.</p>	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> > Creación de contenidos de alto valor. > Asegurar que la plataforma funcione. > Preparación y venta de formación. > Desarrollo de programas formativos propios y venta. > Gestión de suscripciones y atención al cliente. > Diseño y ejecución de Acciones de comunidad y su dinamización. > Creación y fidelización del ecosistema impulsor. <p>Key Resources </p> <p><u>Recursos humanos.</u> Administrador y legal, operaciones, productos y finanzas, marketing y comunicación, gestor de comunidades y relaciones con los socios y partners.</p> <p><u>Recursos tecnológicos.</u> Plataforma web</p> <p><u>Recursos intelectuales.</u> BBDD de clientes BBDD de productos financieros.</p>	<p>Value Propositions </p> <p>Somos tu portal de búsqueda de confianza. Seleccionamos, aglutinamos y comparamos productos financieros para que puedas elegir la opción que más te interese, facilitando el proceso de inversión.</p> <p>Trabajamos con productos financieros sostenibles, para que tus inversiones no sólo sean rentables si no también responsables en materia de ODS.</p> <p>También podrás informarte y formarte ampliando conocimientos sobre el mundo de la inversión y los ODS. Invierte desde el conocimiento. Para todos los públicos y niveles.</p> <p>Creamos comunidades de usuarios y expertos para la ampliación de conocimientos.</p> <p>Entender - Encontrar - Decidir</p>	<p>Customer Relationships </p> <p><u>Directa.</u> Comunicación con los usuarios a través de funcionalidades de comunidad y RRSS. Programas formativos propios. Soporte técnico de la web/ app</p> <p><u>Indirecta.</u> utilizando nuestra BBDD de terceros y haciendo uso del universo de la plataforma (contenidos diversos).</p> <p>Channels </p> <p><u>Redes Sociales</u> Medio principal para llegar a los clientes.</p> <p><u>Canales internos</u> Foros, blog y newsletter.</p>	<p>Customer Segments </p> <p>Ciudadanía: rango de edad mayoritario de 25 a 35 años.</p> <p>Divididos en dos niveles.</p> <p>> Segmento nivel 1. Personas que buscan adquirir conocimientos de inversión y/o inversión sostenible.</p> <p>> Segmento nivel 2. Personas con cierto conocimiento adquirido, con interés de invertir y localizar el producto directamente</p> <p>*Ambos pueden estar interesados en realizar formación o ahondar en la parte informativa de la plataforma.</p>
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> > Mantenimiento plataforma > Remuneración del personal > Gastos alquiler infraestructura y producción 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> > Suscripción nivel "Conozco" y "Domino" > Formación puntual > Formadores > Ingresos indirectos 		

Se detallan a continuación los aspectos clave.

Propuesta de valor

La propuesta de valor de la *Plataforma de Inversión Consciente* es ser **un portal de búsqueda y formación de confianza para todos aquellos que quieren invertir en productos financieros sostenibles y conocer el impacto en los ODS** de sus inversiones.

La **ventaja competitiva** es sin duda la **facilidad en el proceso de decisión por ofrecer en una misma fuente los productos financieros vinculados a su impacto en los ODS**, permitiendo a los usuarios que puedan elegir la opción que más les interese y se adapte a ellos.

Además, se crean **comunidades de usuarios y expertos con intereses afines** vinculados por la ampliación de conocimientos sobre el mundo de la inversión y los ODS. *Invierte desde el conocimiento. Para todos los públicos y niveles. Así trabajamos en la <<Consciencia>>*.

Nos diferenciamos como producto, trabajando con los usuarios en torno a tres conceptos clave: **Entender - Encontrar – Decidir**.

Segmento de clientes

Tipos de Usuarios

La *Plataforma de Inversión Consciente* se dirige a la ciudadanía, mujeres y hombres inicialmente en el marco español, con un rango de edad mayoritario de entre 25 y 45 años. Distingue dos segmentos principales.

Segmento de nivel 1. (Perfil Usuario para los niveles *Aprendo y Conozco*)

Personas que buscan adquirir conocimientos de inversión y/o inversión sostenible partiendo desde un conocimiento muy básico o inexistente, personas que, al mismo tiempo, buscan informarse a través de los canales online porque tienen un buen entendimiento de las redes sociales, así como hábito de usarlas; Además muestran una cierta sensibilidad y preocupación por los retos sociales y medioambientales que acontecen en un contexto global.

Incluye a personas de las mismas características que poseen un mayor conocimiento sobre la temática en cuestión y que quiere profundizar en la materia para seguir tomar decisiones más certeras en cuanto a sus decisiones financieras, inversiones.

Segmento de nivel 2 (Perfil Experto para el nivel *Domino*)

Este segmento lo integran personas con conocimiento sobre el mundo de la inversión y más concretamente de la inversión sostenible, porque de manera profesional se dedican o no a ello; personas que muestran interés en seguir invirtiendo a través de diferentes plataformas y de estar en vanguardia localizando productos financieros emergentes y/o plataformas o gestoras que les ayuden a seguir realizando dichas inversiones de manera constante. Además, son personas que quieren conectar y compartir su conocimiento y experiencia con otros particulares o profesionales que, como ellos, estén ahondando en la materia; es decir, ser formadores. Coincidiendo con el segmento de nivel uno, son personas que se mueven habitualmente través de los canales online porque tienen un buen entendimiento de las redes sociales, así como hábito de usarlas.

Como aspecto importante, hay que señalar que uno de nuestros objetivos será intentar captar al colectivo de los particulares con mayor conocimiento sobre inversión sostenible ya que se trata de un cliente más fácil de captar y fidelizar y por lo tanto supone mayores ingresos, a través del pago de la cuota de suscripción que le permite ser formador, obteniendo esa visibilidad y conexión con el ecosistema.

Canales

La *Plataforma de Inversión Consciente* destaca dos líneas principales de comunicación cercana con los usuarios: **redes sociales y canales internos**.

Las redes sociales son el medio principal mediante de la *Plataforma de Inversión Consciente* para llegar a los clientes. Este es un canal muy atractivo para el público, ya que mayormente son gente joven que tienen contacto diario con estas plataformas. Es un medio de comunicación muy económico y resulta muy eficaz ya que alcanza a un gran número de personas. Estas plataformas no solo sirven para darle visibilidad a la marca, sino que mediante ellas La Plataforma Consciente adquiere ingresos obteniendo suscripciones a las cuales se tiene acceso mediante los enlaces directos publicados en sus redes.

Además, se pone especial atención en la comunicación a través de los canales internos de la plataforma, como son los foros, el blog o la *newsletter*, ya que así se refuerza el sentido de

pertenencia a la comunidad y se genera ecosistema. En estos canales la comunicación está abierta a los suscriptores.

Relación con los clientes

Las relaciones que mantenemos con nuestros clientes vienen formuladas, como se refleja en el apartado anterior por diferentes canales. Fundamentalmente a través de las redes sociales y canales internos de la plataforma como son los foros, el blog y la *newsletter* se establecen relaciones con la mayor parte de los clientes. Puestos que nuestros usuarios suelen estar activos con respecto al contenido que publica la empresa, suelen ser relaciones continuas y duraderas, y hay una interacción entre la empresa y los propios usuarios de las redes. De esta manera La *Plataforma de Inversión Consciente* establece una comunidad de usuarios, interconectados por interés en la inversión sostenible y el ecosistema de inversores. Esta relación se mantiene viva gracias a la retroalimentación que genera las diferentes opiniones volcadas por los clientes en los foros de la plataforma y en segunda instancia en las redes sociales. Gracias a este flujo de opiniones la empresa puede atender a las sugerencias y opiniones que surgen de toda la comunidad. Por lo tanto, nuestra relación es **Directa**.

Por otro lado, también están aquellas relaciones indirectas consistentes en el uso de la base de datos de terceros mientras hacen uso del universo de la plataforma y sus distintos contenidos. Estas relaciones se dan cuando un usuario simplemente quiere hacer uso de la base de datos sin interactuar con las demás funcionalidades de la plataforma que tienen que ver con la formación o la generación de ecosistema. En este caso, se establecen relaciones más frías y menos estables, pero también válidas.

Recursos clave

Con respecto a los activos humanos podemos diferenciar 5 roles clave, internos de la empresa:

Administrador y legal; Operaciones; Productos y finanzas; marketing y comunicación; gestor de comunidades y relaciones con los socios y *partners*¹.

Por otro lado, la empresa tiene contratados de manera externa una agencia de comunicación especializada en publicidad y marketing de *influencers* que se encargan de ejecutar las campañas de publicidad y del diseño puntual de contenidos de marca.

Con respecto a los recursos tecnológicos se dispone de una plataforma web y con respecto a los recursos intelectuales una base de datos de clientes y una base de datos de múltiples productos financieros.

Actividades clave

Las actividades clave de la *Plataforma de Inversión Consciente* son 6.

1. Creación de contenidos de alto valor: Además de **localizar, analizar y filtrar productos financieros sostenibles** para la base de datos de la plataforma, se realiza un gran esfuerzo en **generar contenido para los usuarios**, puesto que la relación con el ecosistema es constante.

¹ Se puede ver el detalle en el apartado 1.3. Equipo.

Se analizan tendencias e información sobre la inversión sostenible, los productos y su relación con los ODS y la medición del impacto.

2. Asegurar que la plataforma que funcione: Se lleva a cabo una **supervisión del funcionamiento de la plataforma digital** (desarrollada por un socio tecnológico), de su mantenimiento y una **supervisión de las redes sociales y plataformas Stream**.
3. Preparación y venta de formación: **desarrollo de programas formativos y su venta**. Esta actividad se puede desarrollar internamente y también en colaboración con socios académicos especializados, como la UNED.
4. Gestión de las suscripciones y la atención al cliente.
5. El diseño y la ejecución de acciones de comunidad y su dinamización.
6. Creación y fidelización del ecosistema impulsor, mediante el desarrollo de **alianzas estratégicas** y de una intensa **prospección comercial** para conseguir patrocinadores, promotores y colaboradores.

Socios clave

Los socios clave para la *Plataforma de Inversión Consciente* se dividen en:

- **Los proveedores**. Aquellos encargados de prestar sus servicios para el desarrollo de la comunicación y publicidad de la empresa, en este caso una Agencia concreta. Agencias con las que se colabora de manera puntual, como pueden ser la Agencia de medios. Profesores y desarrolladores de contenidos formativos que también colaboran con la Plataforma de manera puntual para programas formativos propios.
- **Los promotores**. Aquellos socios encargados de prestar sus servicios para el desarrollo tecnológico de la plataforma, concretamente y como **promotor tecnológico** a la vanguardia de las nuevas tecnologías de Big Data e inteligencia artificial la Plataforma de Inversión Consciente aspira a contar con la empresa Indra, Minsait, como proveedor de datos, Base de datos, Servicio *back-end* y *front-end*.

¿Por qué contar con la empresa Indra como promotor tecnológico único de este proyecto? porque desde la *Plataforma de Inversión Consciente* se valora la experiencia específica en soluciones digitales para el sector financiero, numerosos casos de éxito como plataformas de trading, “*research centers*”, páginas web flexibles con widgets como las del Banco BBVA o La Caixa. También por su alto *expertise* tecnológico y digital en diferentes sectores, incluido el financiero y numerosos casos de éxito como plataformas financieras, plataformas omnicanales, banca digital, procesamiento de tarjetas como Triodos Bank y WiZink.

Por otro lado, aquellos socios encargados de prestar sus servicios para el enfoque y desarrollo del contenido formativo, concretamente y como **promotor académico** en primer lugar, se ha detectado a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia), aunque en este caso el desarrollo de contenidos formativos se rige por el principio de no exclusividad y por tanto se deberá contar con otros patrocinadores académicos para sustentar la plataforma, aunque pueden o no acceder a la categoría de promotor; al contrario que con el promotor tecnológico con el cual se firmará un contrato de exclusividad.

Se estudia la posibilidad de contar con el apoyo de un Promotor Institucional interesado en fomentar las políticas que apuesten por el Desarrollo Sostenible reflejado en las diferentes metas de la Agenda 2030 española. Algunos de los ejemplos propuestos son el Instituto de la Juventud (Injuve) por su intención de promover actuaciones en beneficio de los y las jóvenes y su objetivo de propiciar la participación libre y eficaz de la juventud en el desarrollo político, social, económico y cultural de España, la Oficina del Alto Comisionado para la Agenda 2030 o el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital entre otros. Estas entidades gubernamentales o Instituciones también juegan su papel aportando ayudas económicas y la adecuación de instalaciones para encuentros puntuales con el ecosistema. Estas entidades ayudarían a promover la educación financiera a través de a la realización de eventos gestionados por la *Plataforma de inversión Consciente*, otorgándolos de una mayor notoriedad.

- **Los partners o colaboradores.** Aquellas empresas privadas que quieren ser visibles como colaboradoras de la P.I.C provenientes de diferentes sectores, sobre todo del sector Banca y seguros. Estas empresas adquirirían diferentes roles dependiendo del acuerdo estipulado, la cantidad aportada y las contraprestaciones de marca, posicionamiento y/o contenido. No se han detectado hasta el momento actores concretos. En esta categoría no hay exclusividad para ninguno de ellos, entendiendo que la tracción es mayor y el fin último del proyecto más alcanzable con un mayor número de empresas y asociaciones colaboradoras.

Estructura de costes

Las mayores partidas de gastos son la de mantenimiento de la plataforma y la remuneración del personal.

El marketing y la comunicación están externalizados y suponen un costo fijo, aunque no demasiado elevado. Todos los impuestos generados por La P.I.C tales como IVA, IS, se pagan en algunos casos trimestralmente y en otros anualmente, esto va en función de la generación de ingresos.

Por otro lado, en cuanto a alquileres se reflejan los gastos derivados del alquiler una sala de reuniones para ocasiones concretas y un costo para eventos propios dividido en partidas pertenecientes al alquiler de la infraestructura, la producción y el pago ponentes².

Ingresos

Los ingresos vendrán de 4 categorías diferentes:

- Suscripción. Para poder beneficiarse de la formación y los eventos con más valor, será necesario estar registrado en una de las dos modalidades de suscripción que tenemos: Nivel 'Conozco' y Nivel 'Domino'. Esta vía de ingresos es la más importante.
- Formación puntual. Para aquellos usuarios que quieran beneficiarse de nuestra formación o participar en un evento de manera puntual, existe la posibilidad de poder pagar por uso, sin

² Ver detalle en el apartado 7, Planificación financiera.

necesidad de suscripción. La formación que permite esta modalidad de pago son los *webinars*, los cursos profesionales y los eventos puntuales.

- Formadores. Los especialistas y profesionales que impartan los cursos profesionales abonarán un porcentaje por alumno. La posibilidad de impartir el curso permite al profesor poder darse a conocer y llegar a su público objetivo.
- Ingresos directos. Aquellos ingresos que provienen por el hecho de llevar a cabo nuestra propuesta de valor. En esta partida se incluye el tráfico de usuarios hacia plataformas de contratación de productos financieros y la publicidad en nuestra web.

Las vías de ingresos que conforman estas cuatro categorías se detallan en el plan financiero.

4.2. Validación, hipótesis descriptivas y encuestas

Se ha llevado a cabo una validación del modelo de negocio dividida en dos partes. En primer lugar, se ha realizado una encuesta dirigida a los diferentes segmentos que conforman el público objetivo identificado por la *Plataforma de Inversión Consciente* para corroborar que existe una necesidad real y latente en el mercado además para validar que el público al que quiere impactar este negocio es realmente el público adecuado. En segundo lugar, se han llevado a cabo una serie de entrevistas con expertos del sector finanzas para validar que el producto planteado tiene cabida y buena acogida en el mercado a la par que un enfoque correcto en cuanto a su modelo de negocio; y en última instancia si les gustaría colaborar como profesionales en un proyecto de este tipo.

Primera parte de la validación

Para realizar esta parte de la validación se partió de una serie de hipótesis descriptivas a confirmar, que luego se utilizaron para crear las encuestas.

- ✓ 8 de cada 10 menores de 40 años quiere que su inversión esté acorde a sus valores
- ✓ El 95% de las plataformas de inversión no contiene formación financiera
- ✓ En los próximos 3 años el 60% de la inversión ESG será a través de bonos
- ✓ El 70% de los inversores potenciales deja el proceso a la mitad por falta de información clara
- ✓ 2 de cada 10 personas que prueban la plataforma, repetirán
- ✓ 3 de cada 4 clientes tiene entre 20 y 40 años
- ✓ El 80% de nuestros clientes se forma a través de internet
- ✓ La mitad de los clientes con capacidad de ahorro invertirá en ISR
- ✓ Por cada evento en redes sociales conseguiremos más de 10 clientes

La segunda parte del estudio de mercado se basó en el diseño de una encuesta para confirmar las hipótesis iniciales, entender el contexto y las posibles preferencias de posibles usuarios.

Se diseñó una encuesta con el objetivo de confirmar el grado de conocimiento de inversión, el interés por la inversión socialmente responsable y el interés por formarse específicamente en este ámbito. Finalmente se ha recogido una muestra de 115 participantes.

Concretamente en 1ª encuesta realizada algunas de las preguntas realizadas fueron:

¿En qué rango de edad te encuentras?; ¿Tienes capacidad de ahorro?; ¿Conoces la inversión sostenible?; ¿Te has planteado invertir el dinero que tienes ahorrado?; Si supieras que con 500 euros puedes ayudar a la sociedad y al planeta al mismo tiempo que haces crecer tus ahorros ¿Aun así no invertirías?; ¿Cómo procederías a realizar tu inversión?; Si decidieses formarte en el mundo de la inversión, ¿qué tipo de contenido preferirías?; ¿Estarías dispuesto a pagar por dicha formación?; ¿Conoces los ODS? ¿Y la Agenda 2030?; ¿Conoces la inversión sostenible?; ¿Has invertido alguna vez en productos financieros?; ¿por qué hasta ahora no has realizado ninguna inversión?; ¿Has invertido en inversión sostenible? te gustaría saber más, ¿qué vía escoges?;¿realizas/realizarías tus inversiones a través de un gestor o de manera autónoma?

Esta encuesta inicial sirvió para tener una foto completa de los intereses y preferencias del público objetivo de la Plataforma ya que, con el extracto de las conclusiones de esta, se ha pivotado alguna de las líneas estratégicas que daban forma a la estructura de la Plataforma. Algunas de las conclusiones fueron que:

El 76,3% tienen entre 18 y 45 años. El 53.5% han invertido en productos financieros contra el 46.5% que no lo han hecho. De ellos, 62.7% lo han hecho a través del Banco, y el 33.4% ha invertido en Inversión sostenible.

De las que no han invertido, el 55.7% le interesaría saber más de Inversión sostenible.

El 49.3% de encuestados preferiría recibir formación a través de materiales filtrados, tutoriales y otros contenidos, antes que formarse de manera autodidacta o a través de cursos reglados.

Por último, un dato que era necesario para el sustento de la Plataforma es que el 58.1% invertiría o invierte a través de ayuda externa. Por lo que los usuarios mayoritariamente buscan ese apoyo en expertos que gestionen y les ayuden a entender sus inversiones. Por lo tanto, es necesario realizar ese acompañamiento.

Segunda parte de la validación

La segunda parte de esta validación ha tenido lugar a lo largo de varios meses, pudiéndose recoger un *feedback* muy valioso proveniente de distintos profesionales tales como Tressis, Banco Santander etc. No se ha documentado el proceso en esta fase inicial, pero si se ha incorporado el *feedback* recogido, se han tenido en cuenta y en gran consideración las conclusiones extraídas de cada conversación con los diferentes expertos del sector finanzas e incorporado en el planteamiento de este modelo de negocio. Se han validado diferentes partes del modelo tales como, las suscripciones de los usuarios con sus respectivas categorías, la cartera de programas formativos tanto externa como interna, las tipologías de socios clave para el proyecto, pero sobre todo con respecto al mapeo de actores relevantes a tener en cuenta como posibles promotores, *partners* o colaboradores del proyecto. En un futuro, se realizará una validación más exhaustiva como gancho para conectar y generar ecosistema que posteriormente se sume al proyecto.

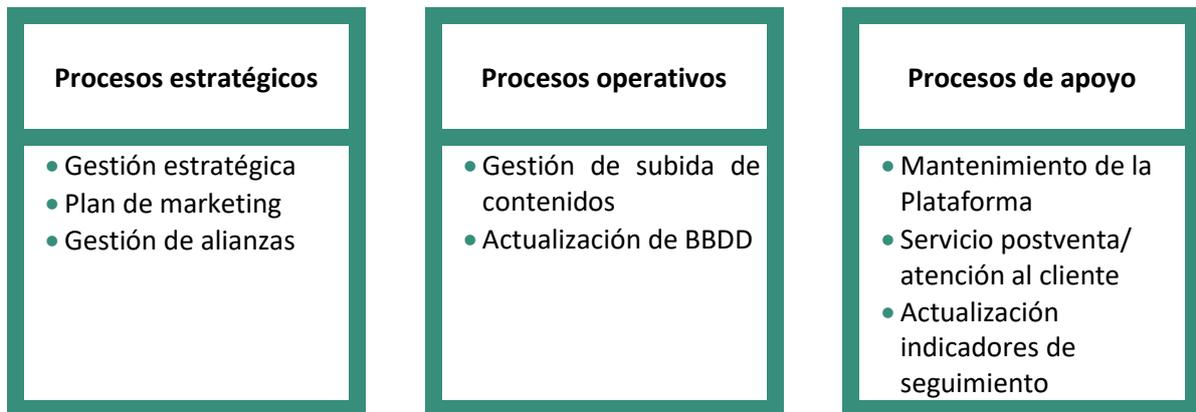
³ Ver detalle en el apartado 8, Anexos.

5. Planificación Operativa

5.1. Operaciones - mapa de procesos

La Plataforma Consciente está construida alrededor de dos áreas de negocio: formación y base de datos. La parte formativa consiste en contenido didáctico para los usuarios, adaptándonos a los diferentes niveles de *expertise* de cada uno. La base de datos es el siguiente paso lógico tras la formación, donde los usuarios contarán con un catálogo de productos de inversión sostenible donde poder informarse y redirigirse a la web donde podrán adquirir el producto que les interese.

Basándonos en la cadena de valor de Porter, identificamos los diferentes procesos de la Plataforma de Inversión Consciente:



a) Procesos estratégicos. La naturaleza colaborativa de la Plataforma de Inversión Consciente se refleja claramente en los procesos estratégicos que se basan sobre todo en la gestión de alianzas tanto con *partners* claves para su desarrollo (Tecnológicos, formativos), como con profesionales del sector que ayuden al crecimiento del uso de la plataforma. Así mismo, se considera que el plan de marketing será indispensable para también fomentar las vías de acercamiento a posibles usuarios de la Plataforma

b) Procesos operativos clave. Se muestran a continuación algunos de los procesos claves de la Plataforma a través del Diagrama SIPOC (Supplier-Input-Process-Output-Customer):

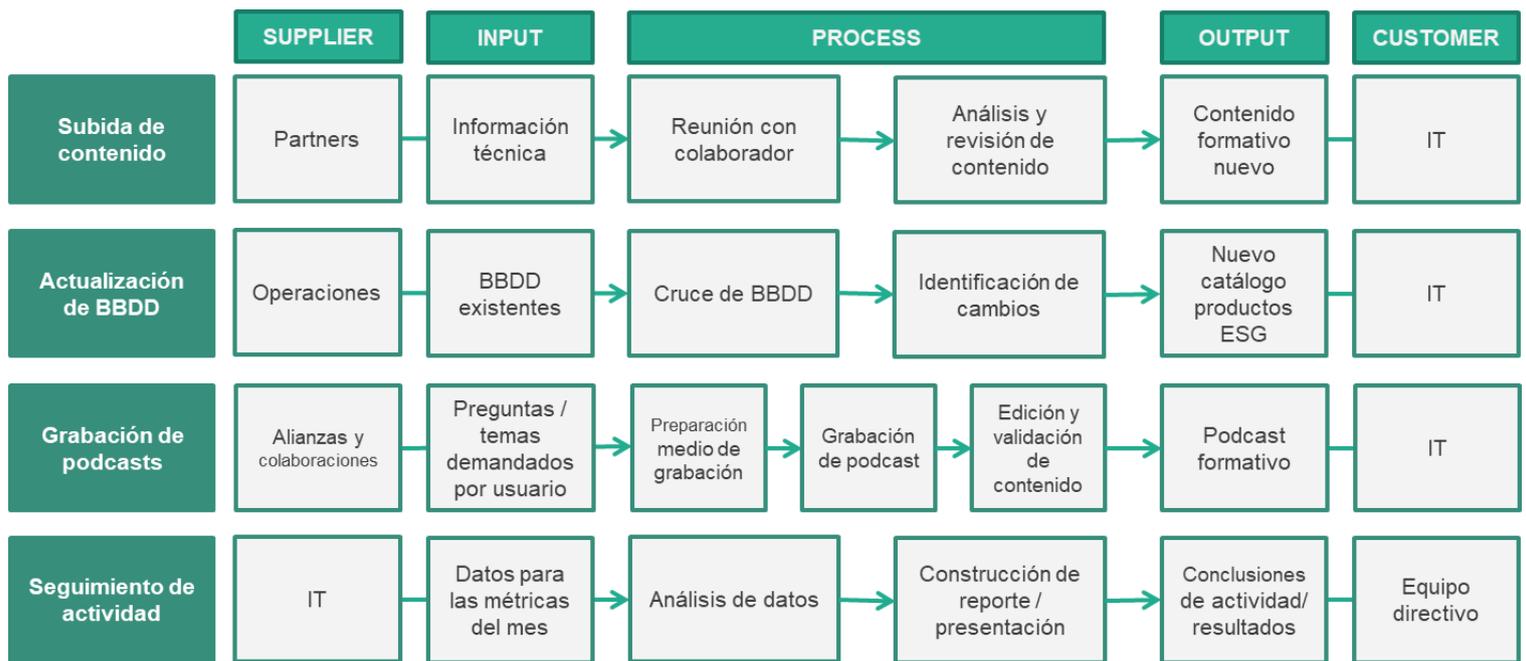


Ilustración 16. Diagrama de procesos clave de PIC. Fuente: elaboración propia

c) Procesos de apoyo. Las áreas de soporte definidas en el modelo de negocio de la Plataforma se centran en (1) la gestión y mantenimiento del aspecto tecnológico de la plataforma, (2) la gestión y actualización de los contenidos formativos y (3) la gestión de la comunidad, el valor añadido de la Plataforma.

d) Recursos Físicos.

Infraestructura física. La Plataforma de Inversión Consciente es un producto digital multiplataforma sobre el que trabajaremos de forma remota, por lo que no requiere de un espacio físico. No obstante, sí contaremos con espacios alquilados en ocasiones para poder hacer reuniones físicas tanto del equipo como con los posibles colaboradores.

Como equipamiento será necesario contar con un ordenador por empleado para poder desempeñar nuestras funciones.

Suministros y servicios externos. Para la construcción, desarrollo y mantenimiento de la plataforma contamos con un equipo de IT especializado.

Así mismo, contaremos con colaboradores expertos en la materia para la creación de contenido.

5.2. Marketing

Objetivos ¿Qué queremos conseguir?

El principal objetivo del marketing se centra en **lanzar un producto nuevo y dar a conocer la marca entre nuestro público objetivo.**

En una siguiente fase se centrará en aumentar el nivel de notoriedad de la marca, traducido en un aumento de usuarios dados de alta en la plataforma.

Las metas y objetivos de marketing estarán enfocados en reforzar los siguientes puntos:

- Desarrollar e introducir en el mercado la plataforma de inversión responsable.
- Liderar el desarrollo de la inversión sostenible en España, Ser referentes.
- Ofrecer un producto de calidad con un alto grado de implicación con los usuarios.
- Apostar por la innovación como principal motor en el desarrollo de nuevos productos (tecnológicos).
- Satisfacer una necesidad latente en los consumidores que no ha sido satisfecha aún por ningún producto.

1. **Estrategias y tácticas** ¿Qué haremos para conseguir los objetivos?

El posicionamiento que se desea lograr con La Plataforma de inversión Consciente está basado en el consumidor, es decir en una necesidad que tiene pero que no la ha identificado aún.

Se desea que esta Plataforma sea percibida en la mente del consumidor como un producto totalmente innovador dentro del mundo de la inversión, un producto que te impulsa al aprendizaje para tomar decisiones sobre tus ahorros con conciencia sostenible porque introduce en esa toma de decisiones la variable: impacto.

Comodidad, innovación, aprendizaje y comunidad son algunos de los conceptos que nuestro lenguaje de marca debe trasladar al usuario final.

Los objetivos que se desean alcanzar con la estrategia de marketing están orientados a la construcción de marca. Debemos asegurar que nuestra comunicación se reflejen algunos conceptos como: **Autonomía, sostenibilidad, innovación, aprendizaje y comunidad**. Por lo tanto, nuestra estrategia de comunicación estará alineada con este mensaje y perseguirá alcanzar los siguientes objetivos:

- Crear notoriedad de marca.
- Instaurar desde el principio del posicionamiento una marca creativa e innovadora.
- Dar a conocer el nuevo producto resaltando sus atributos.
- Acentuar su presencia en el mercado joven.

Para alcanzar los objetivos mencionados se utilizará una estrategia de comunicación integrada, en la cual se involucrará a diferentes canales de comunicación para lograr una cobertura 360 grados en la cual la marca estará en constante “diálogo” con el consumidor. Esto ayudará a despertar interés en potenciales clientes que no han considerado antes invertir a través de un producto de este tipo.

Realizaremos una campaña de comunicación dividida en dos fases o etapas: lanzamiento y post-lanzamiento. Con estas etapas pretendemos alcanzar mayor permanencia en medios lo cual nos ayuda a posicionar la marca. La inversión para toda la campaña consta en el apartado 05, pero sí resaltar que el mayor empuje y por ende inversión vendrá en la fase de lanzamiento.

Fase 1. Lanzamiento

Online

- Las RRSS lanzarán el producto a través de Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn, adaptando la comunicación en cada una de las distintas redes. A nivel nacional, con foco en las grandes urbes.

En ellas se brindará información sobre el producto, a través de vídeos cortos explicativos (hoy en día es el contenido mejor posicionado por el algoritmo) poniendo foco en las distintas funcionalidades ofrecidas por la plataforma y los aspectos a reforzar citados anteriormente. Algunos ejemplos:

BBDD ¿Quieres encontrar productos financieros sostenibles de manera fácil y localizada? Todo en un mismo portal.

SOSTENIBILIDAD · IMPACTO ¿Quieres invertir tu dinero teniendo en cuenta el impacto que generan? <<Contribuye a los retos globales a través de tus inversiones>>

COMUNIDAD ¿Quieres formar parte de una comunidad de inversores de impacto? << cuenta con la experiencia de otras personas que, como tú, han invertido...>>

APRENDIZAJE <<Invertir tu dinero con conocimiento sin que un gestor tome las decisiones por ti>> <<Entender de manera sencilla el mundo de la inversión hoy es posible, con un par de clics>>

INNOVACIÓN Primer portal que te permitirá realizar movimientos en tus inversiones al alcance de tu mano, desde tu casa y de manera independiente.

- Realizaremos Marketing con *influencers*.

Queremos generar una conversación en las redes y acercarnos a nuestro target; sabemos que los jóvenes buscan opiniones de prescriptores de marcas, referentes y opiniones antes de realizar una compra o llevar a cabo acciones determinadas. Se rigen por la confianza de opiniones de terceros. Diseñaremos una buena estrategia de marketing de *influencers* de manera que encaje en nuestra campaña de marketing general, lo haremos con una agencia especializada. Localizaremos aquellos que encajen mejor con nuestros productos y los valores de nuestra marca y lograremos una actitud favorable a través de contenidos por su parte hacia nuestro producto.

Influencers con un tinte más profesional, gente joven referente en el mundo de las startups, innovación, sostenibilidad, finanzas o banca, testadores de la plataforma. Foco en LinkedIn/YouTube.

Influencers con un contenido enfocado a poner en valor la comunidad, el aprendizaje y la formación, que trabajen el factor de la confianza desde la experiencia de haber realizado una inversión por primera vez a través de nuestra plataforma. Foco en Instagram/Facebook.

- Alianzas estratégicas. ECOSISTEMA. Llevaremos a cabo un refuerzo en RRSS vía *repost* de mensajes de terceros. Empresas colaboradoras que realicen menciones en positivo de nuestro producto. (colaboraciones predefinidas que llevaremos a cabo previamente al lanzamiento de la campaña).

- Aparición en medios, Periódico. Lanzaremos notas de prensa para comunicar el lanzamiento de la plataforma. [Ejemplo](#) para darlo a conocer entre los lectores jóvenes y de media edad que están al día de la actualidad, las nuevas empresas e innovaciones etc. lo conozcan. Ejemplos: El País, El Economista, Finanzas.com, etc.
- Blogs. Aparición en [blogs de terceros](#) que hablen sobre finanzas sostenibles, inversión en general, microfinanzas, sector banca etc.

Offline. Énfasis en la ciudad de Madrid

- Estaciones de metro: Se valorará la posibilidad de colocar paneles en un circuito de metro con tránsito de gente con poder adquisitivo medio-alto (por ejemplo, Nuevos Ministerios, Goya, o Paseo de La Castellana). El objetivo de estos paneles será informar sobre el lanzamiento de un nuevo producto totalmente innovador e invitar a suscribirse.

Fase 2. Post- Lanzamiento

En esta etapa será necesaria reforzar la comunicación realizada durante la etapa de lanzamiento, de esta manera se logra permanecer más tiempo en la mente del consumidor. En esta etapa podemos reflejar algunos datos positivos de descargas, usuarios activos en la plataforma. Adicionalmente se seguirán enviando notas de prensa a medios de comunicación para lograr publicaciones periódicas gratuitas, para comentar la acogida de la plataforma y los beneficios de esta. Además, se reforzarán los canales de redes sociales con testimonios de personas que ya han probado la Plataforma de Inversión Consciente.

2. **Plan de acción** ¿Cómo lo haremos?, ¿cuándo, cuánto y quién?

Duración: 4 meses.

Campaña Lanzamiento: Enero, febrero

Campaña Post Lanzamiento: marzo y mitad de abril.

Contamos con un presupuesto inicial de 31.000€

Partida 6.000€ Agencia de comunicación y publicidad – Estrategia, generación de contenidos, marca, gestión y analítica.

Inversión en campañas: Partida 8.000€. Partida extra (min) 7.000. Marketing de *influencers*: Agencia de *influencers*.

Inversión en medios: partida 2.000 €

Inversión en Publicidad offline: Partida 5.000 €

Dedicación de al menos un recurso interno, gestión de agencias: partida estimada 3.000€

3. **Monitorización** ¿Cómo repercutirá nuestro plan? y ¿cómo medir y analizar para mejorar?

Crearemos un Excel con KPIS a lograr al final de la campaña con hitos de números intermedios. Algunos de los criterios: número de suscritos, % de conversión en cuanto a número de leads, dentro de la web que páginas son que obtienen mayor número de *clicks* etc.

Las campañas serán gestionadas por una agencia de confianza, con la que periódicamente nos sentaremos para analizar avances. Estas campañas no son estáticas, sino todo lo contrario, eso nos permitirá ir pivotando en base a objetivos no alcanzados, reforzar ciertos mensajes o canales que han funcionado de manera más favorable.

5.3. Recursos Humanos



Ilustración 17. Organigrama de la organización. Fuente: Elaboración propia.

Los impulsores de la Plataforma de Inversión Consciente ocupan las siguientes posiciones dentro del equipo:

Fernando Agustí, Responsable de Administración, Legal y Personas

Fernando tiene formación de posgrado en gestión de empresas y aporta su valiosa experiencia en cómo abordar los aspectos más prácticos de la creación de nuevos negocios. Es el que define y dirige la estructura legal, administrativa y de personal.

Ainara Aramburu, Responsable de Operaciones

Ainara conoce en profundidad el sector financiero y las políticas y estándares de las finanzas sostenibles. Es la que define la operativa de cómo se prestan los servicios de formación, información dentro de la plataforma.

Maitane Aramburu, Responsable de Productos y Finanzas

Maitane conoce en profundidad los productos financieros sostenibles y el marco regulatorio nacional e internacional. Es la encargada de definir los productos que se incluyen en la base de datos y de los programas de formación más adecuados para cada nivel de usuario. También gestiona las finanzas de la Plataforma.

Sanae Ángel, Responsable de Marketing y Comunicación

Sanae aporta su elevado conocimiento de los procesos de innovación y su experiencia en la gestión de campañas de marketing y comunicación asociadas a proyectos innovadores como Plataforma de Inversión Consciente.

Inés Ferguson, Responsable de Relaciones con Socios y con la Comunidad

Inés tiene un elevado perfil institucional y de negocio que facilita la estrecha relación con socios estratégicos y permite ampliar colaboradores y base de usuarios.

El equipo humano de la Plataforma cuenta además con tres perfiles operativos externos:

Gestor de IT y Plataforma

Perfil de 3-5 años de experiencia en la gestión técnica y tecnológica de plataformas digitales. Tiene la responsabilidad de coordinar el mantenimiento de la plataforma y de realizar las propuestas de mejora, bajo la supervisión de la Responsable de Operaciones.

Gestor de Formación y Contenidos

Perfil de 3-5 años de experiencia en la elaboración de planes y contenidos de formación online para plataformas digitales. Tiene la responsabilidad de elaborar propuestas y de gestionar las iniciativas aprobadas por la Responsable de Productos y Finanzas.

Gestor de Marketing y de la Comunidad

Perfil de 3-5 años de experiencia en marketing digital, comunicación y gestión de redes sociales para plataformas digitales. Tiene la responsabilidad de elaborar propuestas y de gestionar las iniciativas aprobadas en coordinación con las Responsables de Marketing y Comunicación y de Relaciones con Socios y la Comunidad.

Una gestora independiente prestaría apoyo al Responsable de Administración, Legal y Personas en todo lo relacionado con cuestiones administrativas, legales y de contratación de personal.

5.4. Legal

Descripción de la Sociedad

Se constituirá una **sociedad limitada**, con dirección fiscal en Madrid, dado el tipo de actividad que se realizará, por el número de participantes y para limitar las responsabilidades económicas y legales.

La razón social será PLATAFORMA CONSCIENTE SOCIEDAD LIMITADA.

La sociedad se constituirá con un capital social de 5.000€. Cada uno de los 5 socios aportará 1.000€. De esta manera, todos los socios tendrán el mismo porcentaje de participaciones (un 20%).

Gobierno y administración de la sociedad

Para garantizar el buen funcionamiento de la sociedad y el buen entendimiento entre los 5 socios fundadores, se elaborará un Pacto de Socios donde se detallarán las reglas sobre las relaciones entre los partícipes y con terceros.

La toma de decisiones en la Sociedad se realizará de forma consensuada, en la medida de lo posible, sin perjuicio del **régimen de mayorías**.

El órgano de gobierno de la Sociedad se regirá por 5 administradores solidarios, para permitir total autonomía en el día a día del negocio a los socios fundadores.

6. Planificación financiera

6.1. Inversión

La inversión inicial del proyecto asciende a 69.200 €, dedicados principalmente al desarrollo de la plataforma y base de datos.

Inmovilizado inmaterial

- **Licencias *software***: Adquisición de licencias software para el funcionamiento del software.
- **Diseño y desarrollo de la página web y gestor de contenidos**: Se considera el desarrollo de una página web estándar que incluye una base de datos y un gestor de contenidos CMS. Para el precio se ha consultado con una empresa de consultoría especializada.
- **Marketing - creación de marca**: Se considera la contratación de una agencia de branding para la creación de la marca y manual de marca.

Inmovilizado material

- **Material informático**: Se considera un ordenador portátil por empleado, teniendo en cuenta el equipo de cinco socios; se incluye funda, ratón y auriculares.
- **Material de oficina**: Se considera un teléfono móvil por empleado, teniendo en cuenta el equipo de cinco socios.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inmovilizado material				
Material - Ordenadores	5.000 €	-€	- €	- €
Material de oficina - Teléfonos móviles	2.500 €	- €	- €	- €
Inmovilizado inmaterial				
Licencias software	200 €	- €	- €	- €
Página web y gestor de contenidos	60.000 €	- €	- €	- €
Marketing - Creación de marca	1.500 €	- €	- €	- €
TOTAL INVERSIONES	69.200 €	- €	- €	- €

Tabla 3. Plan de inversiones, inversión inicial.

6.2. Ingresos

Para poder rentabilizar el proyecto y hacer frente a la alta inversión y costes de la plataforma, se ha buscado la manera de monetizar y diversificar los ingresos al máximo, consiguiendo un total de 8 vías de ingresos diferentes:

Subscripción “Conozco” → Pago de una cuota mensual de 4€/mes para poder tener acceso a la plataforma y a los servicios incluidos en el nivel “Conozco”.

Subscripción “Domino” → Pago de una cuota mensual de 10€/mes para poder tener acceso a la plataforma y a los servicios incluidos en el nivel “Domino”.

Tráfico de usuarios → Pago de 0,02€/clic por cada usuario que transferimos de nuestra plataforma a otras plataformas de contratación de productos financieros.

Formadores → Pago del 10% del coste del curso profesional por alumno por parte del profesorado. La impartición de los cursos es una oportunidad para el profesor de conseguir nuevos clientes.

Publicidad → Pago de 0,50€/visita web por parte de los anunciantes en nuestra plataforma.

Webinar → Pago de 3€ para todos aquellos participantes que no tengan ningún tipo de suscripción contratada y quieran participar a en un *webinar*.

Cursos profesionales → Pago de 100€ para todos aquellos participantes que no tengan ningún tipo de suscripción contratada o que exceda el número de formaciones incluidas en su suscripción y quieran participar en el curso.

Evento puntual → Pago de 60€ para todos aquellos participantes que no tengan la suscripción "Domino" contratada y quieran asistir al evento.

En los primeros años, esperamos un crecimiento con tendencia lineal, donde a partir del año 3 el crecimiento empiece a estabilizarse debido la dificultad de conseguir nuevas suscripciones, que es la vía de ingresos más importante.

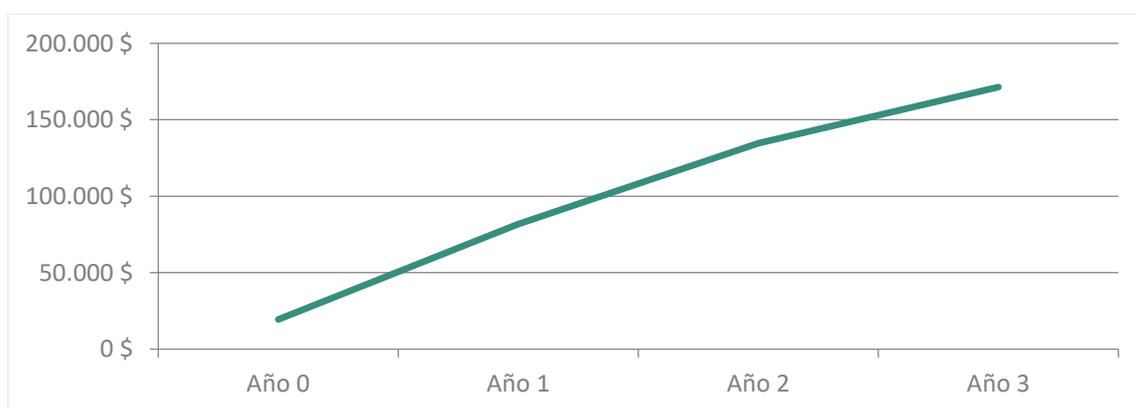


Ilustración 18. Evolución ingresos primeros 4 años. Fuente: elaboración propia.

Se prevé que el aumento de suscripciones venga acompañado de mayor número de visitas en la web, incrementando los ingresos en el tráfico de usuarios y de la publicidad, así como de las contrataciones de Cursos profesionales y asistentes en el evento puntual.

Vías ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Suscripción "Conozco"	9.357,48 €	40.334,03 €	68.131,70 €	87.619,27 €
Suscripción "Domino"	6.238,15 €	24.651,43 €	41.640,86 €	53.551,31 €
Tráfico	5,93 €	25,10 €	42,39 €	54,52 €
Formadores	150,00 €	860,00 €	1.191,65 €	1.379,48 €
Publicidad	1.175,78 €	5.066,96 €	8.559,04 €	11.007,17 €
Webinar	108,00 €	522,00 €	954,00 €	1.386,00 €
Cursos profesionales	1.500,00 €	8.600,00 €	11.916,45 €	13.794,78 €
Evento puntual	900,00 €	1.800,00 €	2.160,00 €	2.592,00 €
Ingresos totales	19.435,33 €	81.859,53 €	134.596,09 €	171.384,54 €

Tabla 3. Previsión de ingresos a tres años.

6.3. Gastos

Las partidas de gastos más importantes son la de mantenimiento de la plataforma y la remuneración del personal externo.

Consideraciones en la partida de GASTOS

Mantenimiento de la Plataforma: se ha considerado el servicio de un FTE con una tasa estándar de 40€/h.

Proveedor de datos: Se ha estimado un gasto por uso de datos de 500 €/mes.

Personal: se ha considerado la contratación de tres perfiles junior a tiempo parcial (5h/día) por 1.250 €/mes cada uno, revisable anualmente con el IPC. Los tres perfiles son Gestor de IT y Plataforma, Gestor de Formación y Contenidos y Gestor de Marketing y de la Comunidad.

Gestora: se contará con una gestora independiente para tareas administrativas, legales y de contratación de personal a la que se le pagan 300€/mes.

Gastos bancarios: se estiman unos gastos bancarios de unos 125€/mes

Eventos: se realizará un gran evento al final del primer año y dos eventos anuales en los dos años siguientes. La estimación del gasto anual en eventos pasa de 2.000€ el primer año a los 3.000€ en el tercer año.

Sala de Reuniones para ocasiones concretas: se han estimado 6 reuniones al mes durante 9 meses con un coste estimado 240€/mes.

Partidas de Gastos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Mantenimiento plataforma	54.000 €	54.000 €	54.000 €	54.000 €
Proveedor de datos	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Personal	45.000 €	46.500 €	48.000 €	51.000 €
Gestora	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
Gastos bancarios	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Marketing - Agencia de comunicación y publicidad	14.400 €	14.400 €	14.400 €	14.400 €
Marketing – Campañas de publicidad	10.000 €	-	-	-
Marketing – Medios de comunicación	4.000 €	-	-	-
Marketing – Publicidad offline	5.000 €	-	-	-
Marketing - Agencia de influencers y campañas	10.000 €	-	-	-
Eventos	2.000 €	2.500 €	3.000 €	3.000 €
Sala de reuniones para ocasiones concretas	2.160 €	2.160 €	2.160 €	2.160 €
TOTAL ANUAL	157.660 €	130.660 €	132.660 €	135.660 €

Tabla 4. Previsión de gastos a tres años.

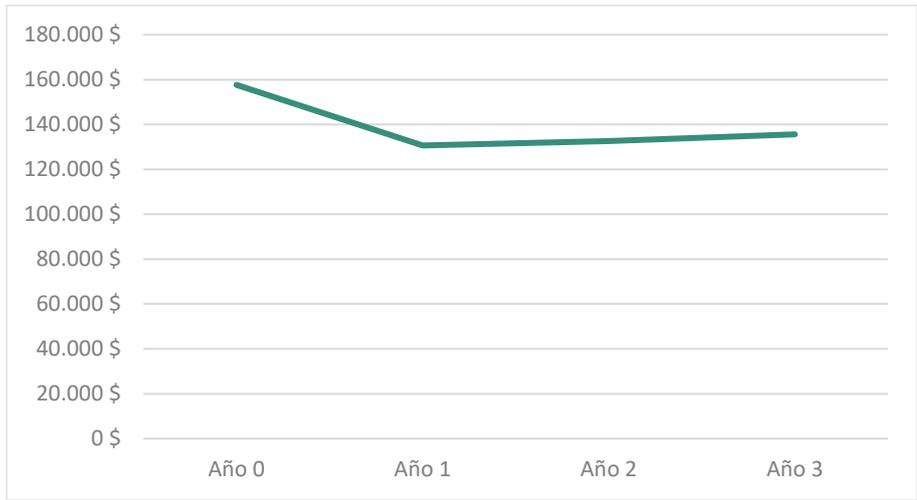
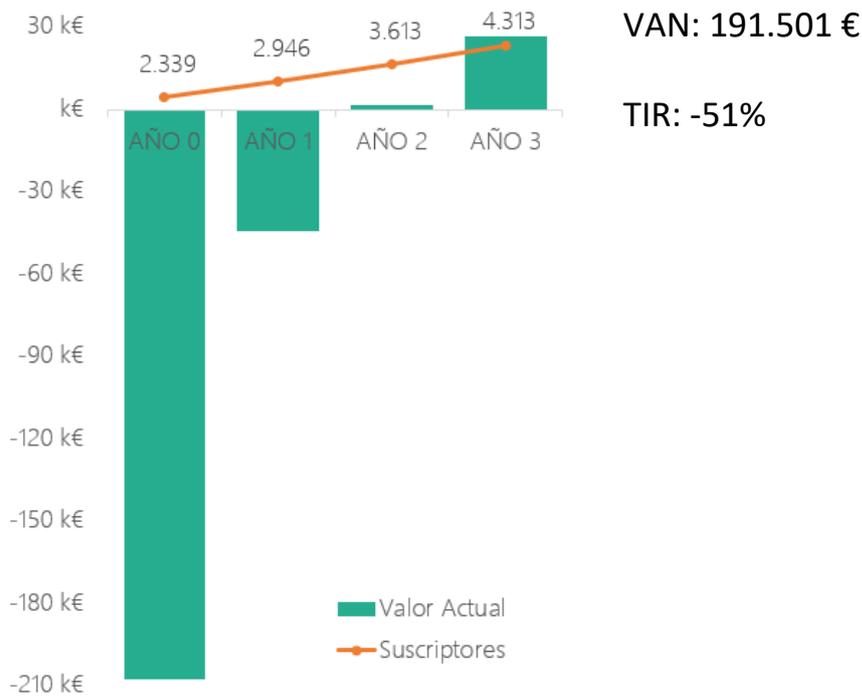


Ilustración 19. Previsión de gastos a tres años.

6.4. Análisis: VAN, TIR



7. Bibliografía

1. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>. [En línea] <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.
2. [En línea] https://unctad.org/system/files/official-document/ares69d313_es.pdf.
3. <https://unfccc.int/es/process-and-meetings/the-paris-agreement/nationally-determined-contributions-ndcs/contribuciones-determinadas-a-nivel-nacional-ndc>.
4. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es.
5. <https://edition.cnn.com/2021/07/28/politics/infrastructure-bill-explained/index.html>.
6. https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es.
7. <https://www.gov.uk/government/publications/build-back-better-our-plan-for-growth/build-back-better-our-plan-for-growth-html>.
8. South Korea's New Green Deal Transition. <https://www.undp.org/blogs/south-koreas-green-new-deal-year-transition>.
9. <https://www.worldbank.org/en/news/factsheet/2020/10/14/world-bank-covid-19-response>.
10. <https://www.pactomundial.org/noticia/las-finanzas-sostenibles-imprescindibles-para-impulsar-el-cumplimiento-de-la-agenda-2030/>.
11. COVID-19 crisis threatens Sustainable Development Goals financing. <https://www.oecd.org/newsroom/covid-19-crisis-threatens-sustainable-development-goals-financing.htm>. [En línea] <https://www.oecd.org/newsroom/covid-19-crisis-threatens-sustainable-development-goals-financing.htm>.
12. https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/04/Empresas_y_ODS_PM_20170405.pdf.
13. [En línea] Spainsif. Estudio “La inversión sostenible y responsable en España”
14. Scroders. *Estudio Global de Inversión 2020*.
15. Spainsif. [En línea] <https://www.spainsif.es/>.
16. <https://www.icmagroup.org/sustainable-finance/green-social-and-sustainability-bonds-database/#HomeContent>.
17. eToro. https://www.etoro.com/es/start?gclid=CjwKCAiA1aiMBhAUEiwACw25MYdtFW_VHmdHycipxRxFBkklThXuk0yasH-nyTEsnjWvH012xhltFhoCry0QAvD_BwE.
18. Web Financial Group. [En línea] <https://www.webfg.com/>.
19. Minsait. [En línea] <https://www.minsait.com/es/industrias/banca>.
20. Open Value Foundation. [En línea] <https://www.openvaluefoundation.org/es/>.

21. Invertir en Fondos de Inversión. [En línea] <https://invertirenfondosdeinversion.com/>.

22. Economistas Sin Fronteras. [En línea] <https://ecosfron.org/>.

23. Eurosif. [En línea] <https://www.eurosif.org/>.

24. Micappital. [En línea] <https://micappital.com/>.

25. xtb. [En línea] https://www.xtb.com/es?utm_source=agency_tidart&utm_medium=cpc&utm_campaign=marca_home_tdt_adw&utm_content=marca_home_tdt_adw&utm_term=ES&gclid=CjwKCAiA1aiMBhAUEiwACw25MdKlulfVTCvfy_KMjImb7aS_0ZQ662Jz94OvO3_BOPvxcntfcplSBxoCRO8QAvD_BwE.

26. Urbanitae. [En línea] https://urbanitae.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=GA_URBANITAE_BRAND_SEARCH_PROSPECTION&utm_content=471183174931&utm_term=urbanitae&gclid=CjwKCAiA1aiMBhAUEiwACw25MQ5_a1JNlcilu55ig1xr-yigwf8FLwbkaTKVAEjB2m2-umzjTCqyTBoCUnoQAvD_BwE.

27. market.com. [En línea] https://www.markets.com/?intent_group=CFD&u2=https://www.markets.com/&u3=Online%20trading%20and%20investing%20|%20CFDs%20|%20Share%20Dealing%20|%20Markets.com.

28. capital.com. [En línea] <https://capital.com/es>.

29. La Aprendedora Social. [En línea] <https://laaprendedorasocial.co/>.

<https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020.pdf>

<https://pactomundial.org>

https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es

<https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/06/24/fact-sheet-president-biden-announces-support-for-the-bipartisan-infrastructure-framework>

<https://bolsasocial.com/?lang=esp#>

<https://www.agorarsc.org/tag/isr/>

<https://poreclima.es/>

8. Anexos

1.- Validación, hipótesis descriptivas y encuestas.

<https://barrabs.typeform.com/report/ceHWr9DZ/5erqenBm190tJTID>

2.- Análisis financiero

Inversión

ANÁLISIS RENTABILIDAD DEL PROYECTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INVERSIÓN					Detalle inversión
Inmovilizado material					
Material - Ordenadores	5.000,00 €	- €	- €	- €	Se considera un ordenador portátil por empleado, teniendo en cuenta al equipo de 5 socios.
Material de oficina - Teléfonos móviles	2.500,00 €	- €	- €	- €	Se considera un teléfono móvil por empleado, teniendo en cuenta al equipo de 5 socios.
Inmovilizado inmaterial					
Licencias software	200,00 €	- €	- €	- €	Adquisición de licencias software para el funcionamiento del software
Página web y gestor de contenidos	60.000,00 €	- €	- €	- €	Se considera el desarrollo de una página web estándar que incluye un gestor de contenidos CMS
Marketing - Creación de marca. Agencia de Branding	1.500,00 €	- €	- €	- €	
TOTAL INVERSIONES	69.200,00 €	- €	- €	- €	

Ingresos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INGRESOS/BENEFICIOS					Detalle ingresos
Subscripción "Conozco"	9.357,48 €	40.334,03 €	68.131,70 €	87.619,27 €	Suscripción con acceso a la formación gratuita + webinars
Subscripción "Domino"	6.238,15 €	24.651,43 €	41.640,86 €	53.551,31 €	Suscripción con acceso a la formación gratuita + webinars+ cursos profesionales + evento
Tráfico	5,93 €	25,10 €	42,39 €	54,52 €	Tráfico de personas que redirigimos desde nuestra web.
Formadores	150,00 €	860,00 €	1.191,65 €	1.379,48 €	Corresponde al pago de los profesores por poder dar la clase para darse a conocer (ver pestaña ingresos)
Publicidad	1.175,78 €	5.066,96 €	8.559,04 €	11.007,17 €	Ver pestaña ingresos
Webinar	108,00 €	522,00 €	954,00 €	1.386,00 €	Ingresos que provienen de clientes puntuales
Cursos profesionales	1.500,00 €	8.600,00 €	11.916,45 €	13.794,78 €	Ingresos que provienen de clientes puntuales
Evento puntual	900,00 €	1.800,00 €	2.160,00 €	2.592,00 €	Ingresos que provienen de clientes puntuales
TOTAL INGRESOS/BENEFICIOS	19.435,33 €	81.859,53 €	134.596,09 €	171.384,54 €	

Vías entrada ingresos

Tipología vía ingreso	Unidad medida	€/unidad servicio	Facturación unidad	x	Duración proyecto (en meses)	x	Facturación Mes
Subscripción "Conozco"	Subscripción	48,00 €	48,00 €		12		4,00 €
Subscripción "Domino"	Subscripción	120,00 €	120,00 €		12		10,00 €
Tráfico	Clic	0,02 €	0,02 €		1		0,02 €
Formadores	% Precio curso	10,00 €	10,00 €		1		10,00 €
Publicidad	Visitas web	0,50 €	0,50 €		1		0,50 €
Webinar	Asistente	3,00 €	3,00 €		1		3,00 €
Cursos profesionales	Asistente	100,00 €	100,00 €		1		100,00 €
Evento puntual	Asistente	60,00 €	60,00 €		1		60,00 €

Gastos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Detalle gastos
GASTOS					
Mantenimiento plataforma	54.000,00 €	54.000,00 €	54.000,00 €	54.000,00 €	Se ha considerado para el servicio de mantenimiento un FTE con una tasa estándar de 40€/h
Proveedor de datos	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	Un gasto mensual por uso de datos de 500 €
Personal	45.000,00 €	46.500,00 €	48.000,00 €	51.000,00 €	Se ha considerado la contratación de tres perfiles, 5h al día: - Content Manager - IT Solutions Manager

- Community Manager

Gestora	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	Un gasto mensual de gestoría de 300 €
Gastos bancarios	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	Unos gastos bancarios de 125 € al mes
Marketing - Agencia de comunicación y publicidad	14.400 €	14.400 €	14.400 €	14.400 €	En el año de lanzamiento
Marketing - Campañas de publicidad	10.000 €				En el año de lanzamiento (concentración en 5 meses)
Marketing - Medios de comunicación	4.000,00 €				En el año de lanzamiento
Marketing - Publicidad offline	5.000,00 €				En el año de lanzamiento (concentración 2 semanas)
Marketing - Agencia de influencers y campañas	10.000 €				En el año de lanzamiento (concentración 2 meses)
Eventos	2.000,00 €	2.500,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	El primer año se organiza un evento y los años 2 y 3 dos eventos
Sala de reuniones para ocasiones concretas	2.160,00 €	2.160,00 €	2.160,00 €	2.160,00 €	Se alquila una sala para 6 reuniones al mes durante 9 meses
TOTAL GASTOS	157.660,00 €	130.660,00 €	132.660,00 €	135.660,00 €	

Resultado, VAN y TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	-207.424,67 €	-48.800,47 €	1.936,09 €	35.724,54 €

VALOR ACTUAL	-207.424,67 €	-44.364,07 €	1.600,07 €	26.840,37 €
ACUMULADO	-207.424,67 €	-251.788,74 €	-250.188,66 €	-223.348,29 €
VAN:	191.501,05			
TIR:	-50,72%			
