La evolución del negocio, ha sido , que los primeros 6 meses del 2018, ha habido un crecimiento mínimo, en el número de operaciones, con una tendencia flat, y a partir de junio-julio, es cuando ha habido un crecimiento muy importante, que se ha ido manteniendo creciente ,casi duplicando el número de operaciones, hasta inicios del 2019, en el que iniciamos una tendencia plana o de agotamiento,hasta mayo del 2019; hay que constantar, que tenemos disponible información desde enero de 2018, y ya empezamos, con una cifra de operaciones, que no se ha podido concretar ,cómo ha sido su evolución.

En cuanto a los productos de más demanda, tenemos nuestro producto estrella, EasyMoneyHucha ó em\_account, seguido de las tarjetas de debito, el plan de pensiones, los depósitos a largo plazo, payroll, y las tárjetas de crédito; los otros 10 productos que tenemos en cartera, han tenido una evolución ,poco relevante. Dicho lo anterior, con posteriores análisis, sugiero concentrar los esfuerzos en los productos citados , e incorporar algún producto,cuya comercialización ,sea a clientes existentes, con una venta cruzada, destinado a clientes con elevada aversión al riesgo, teniendo en cuenta la coyuntura actual de incertidumbre, basado, por ejemplo ,en algún tipo de depósito referenciado a un valor refugio, como por ejemplo, el oro, o bien, con baja aversion al riesgo, como puede ser, además de nuestro deposito referenciado en Cryptos, un producto bursátil, ya sea referenciado a un valor más o menos estable , como el Ibex35 , o a las divisas, que tienen mayor volatilidad. Otro producto a incorporar, con alta rotación en numero de transacciones, serían las opciones o futuros sobre acciones, o materias primas. Nuestro beneficio, se basa en la rotación, en el número de transacciones realizadas, como intermediarios que somos, y como variable, para decidir quien puede ser más adverso al riesgo o no, tomamos, el salario, ya que a mayores ingresos, mas intención de diversificar, y tomar posiciones más variadas.

Potenciar las entradas de clientes a través de KHE, KFC, KHQ y KAT, que nos representan , alrededor del 70% de nuestro negocio

Hacer foco en el 40% de nuestros clientes que son activos, especialmente en los que son TOP, los nacionales (especialmente, Madrid, Barcelona y Valencia), ya que no tenemos clientes extranjeros, significativos.

A lo largo del próximo mes de agosto, este informe global de situación ,se concretará de una manera más exhaustiva, con la intención de rentabilizar los recursos que tenemos actualmente, y conseguir nuestro objetivo en un año vista , de tener una Ebitda ,positiva, tal y como nos están solicitando , nuestros socios inversores.