



Business Plan

tindefi.net



Tabla de contenido

Informe Ejecutivo	3
Información general del proyecto	4
Descripción del proyecto	5
Modelo de negocio y cadena de valor	5
Mercado objetivo y potencial	6
Estado actual del proyecto	6
Equipo que forma parte del proyecto	7
Informe Del Producto	8
About Us	9
Secciones	10
Seguridad	15
Analíticas	19
Soluciones que aporta Tindefi	20
Plan de Marketing	23
Análisis de la situación	24
Misión y objetivos	30
Estrategia de Marketing	31
Estimaciones económicas	35
Plan de acción	35
Plan Financiero	39
Modelo Crypto	39
Modelo Tradicional	42
Descargo De Responsabilidad	48

Informe Ejecutivo



1. Información general del proyecto

Nombre del proyecto o empresa: Tindefi SA

Año de constitución: 2022

Ubicación del proyecto: El Salvador

Sector de la actividad: Tecnología

Número de empleados: 40

Descripción del proyecto en una línea: La primera red social descentralizada en unificar el mundo crypto.

Responsable del proyecto:
Alejandro Miralles Rodríguez

Correo electrónico: hello@tindefi.net

Sede: Calle Cuscatlán y 83 Avenida Sur, Colonia Escalón, Casa 375, San Salvador, San Salvador, El Salvador

Página web: Tindefi.net

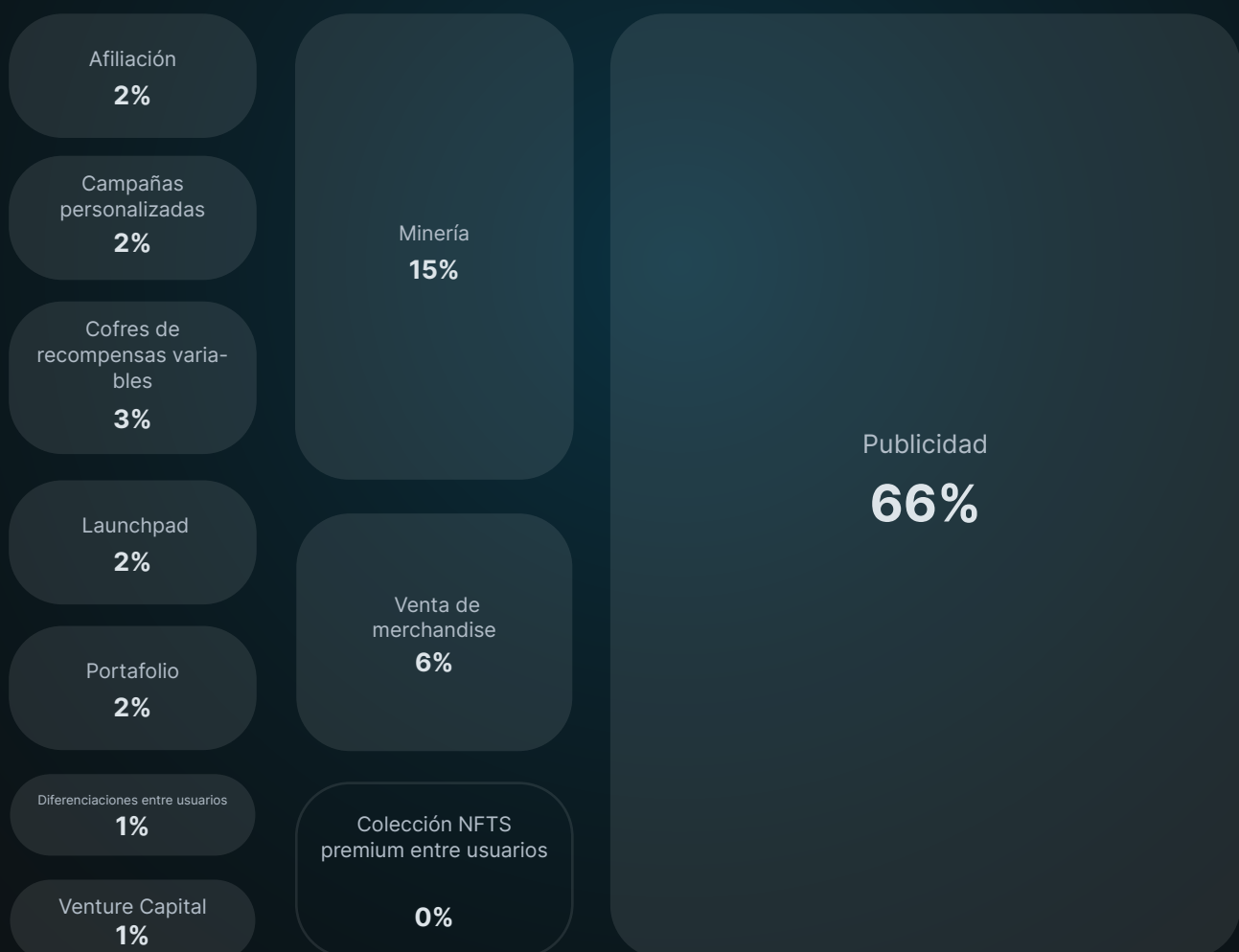
2. Descripción del proyecto

La misión vital de Tindefi es informar y conectar a millones de usuarios repartidos entre inversores, influencers, venture capitals y proyectos. Sobre la abundancia del sector en cada una de sus áreas. A través de una plataforma intuitiva que les permita optimizar su tiempo y mejorar sus resultados cada día.

3. Modelo de negocio y cadena de valor

En referencia al modelo de negocio, Tindefi cuenta con diversas vías de ingresos. Las cuales se irán implementando de manera progresiva en el tiempo, con el fin de aportar el máximo valor posible al usuario, y en ningún caso presionarlo. Se destacan las siguientes fuentes :

% = Porcentaje del total de los ingresos



4. Mercado objetivo y potencial

El mercado principal de los usuarios será primordialmente inversores crypto, es decir, usuarios con poder adquisitivo por encima de la media. Los rangos de edades previstos son los siguientes :

Edad : 18-35 Años 80% / 36-55 Años 15% / >55 5%

Género : 90% hombres 10% mujeres

Idioma : Inglés

Alcance público : 820.000.000 personas

Países : Reino Unido, Estados Unidos, India

Idioma : Castellano

Alcance público : 160.000.000 personas

Países : España, Mexico

Países potenciales en cuanto a expansión : España, Reino Unido, Estados Unidos, India, México

Países potenciales en cuanto a captación de financiación : Luxemburgo, Singapur, Emiratos Árabes, Suiza, Estados Unidos.

5. Estado actual del proyecto

Desde Noviembre de 2021, el equipo de Tindefi ha trabajado y desarrollado el 85% del producto. Siendo la última tarea pendiente, el lanzamiento de las rondas de financiación, junto al inicio de la APP beta.

Se estima el lanzamiento de la APP para 4 meses después del inicio de la ICO.

6. Equipo que forma parte del proyecto



Álex Miralles Rodríguez
CEO & Founder



Isaac Eustaquio Julca
CDO



Manuel Sánchez Ramón
CFO



Altair Ramirez Bello
Marketing Project Manager



Gonzalo Álvarez Ricote
COO



Juan Cervantes Matheus
CPO



Jose Manuel Arroyo
CMO



Juan Gasca Aristeguieta
Public Relationships



Javier Rodríguez Juan
Information & Efficiency



David Osuna Mondaca
CTO



David Fuentes Pita
Educación y Gestión de Talentos



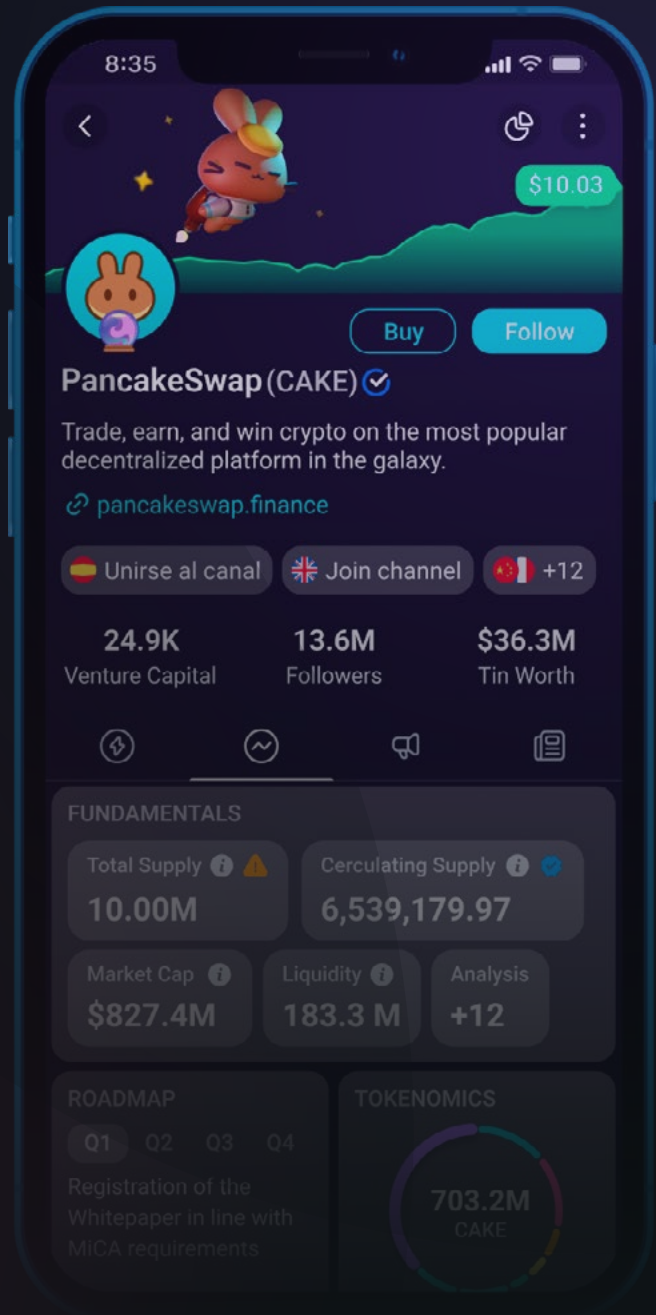
Robert Albornoz
CSO



Tello Hernández Martín
Design Project Manager



Informe Del Producto



About Us

Vision

Un día a finales del año 2021, nuestro fundador Álex Miralles, se encontraba navegando por varias de las redes sociales que existen a día de hoy.

Después de varios minutos de conexión y búsqueda de información acerca del sector crypto, pudo sentir la sensación incómoda de no encontrar aquello que deseaba de forma óptima. Se dio cuenta que debía cambiar continuamente de red social según el tipo de contenido que desease ver. En su trabajo, la velocidad y eficiencia son factores que determinan el resultado, y para ello debe de estar en contacto con una gran variedad de contenido sobre criptomonedas : entrevistas, noticias, directos, análisis, gráficos, chats, eventos, entretenimiento, zonas de comercio...

Álex destina la mayor parte del tiempo al trabajo y reuniones, lo que le hace estar muy ocupado en su día a día, ese hecho le llevó a pensar que al igual que él, serían millones las personas ajetreadas a diario con el tiempo mínimo para encontrar información fusionada, y de valor sobre las criptomonedas.

Fue entonces cuando miró a su alrededor y comprendió la necesidad de vincular la mejor información de los distintos ámbitos en una única plataforma global, que permitiese conectar a todos y cada uno de los usuarios, inversores, influencers y proyectos del sector crypto.

La Misión

La misión vital de Tindefi es informar y conectar a todas las partes crypto, sobre la abundancia del sector. A través de una plataforma que les permita optimizar su tiempo y mejorar sus resultados cada día.

El Proceso

Al comienzo del desarrollo de la aplicación, Álex y su equipo trabajaban a deshoras por dar vida a la idea inicial. Sin embargo, sería en una tarde de descanso de los meses siguientes, cuando después de meditar por varios minutos logró visualizar el futuro éxito de la aplicación. Después de aquella reflexión, decidió agregar secciones de vital importancia y planificó una serie de objetivos detonantes, que permitieran ser a Tindefi, el lugar de acogida para millones de inversores a través del mundo entero.

Una vez supo el valor que podría significar la herramienta para la comunidad entera. Se propuso recaudar una financiación de 100.000.000\$, con el fin de compartir con el mayor número posible de personas aquello que tanto tiempo le había hecho invertir. Acto seguido estableció el plan para su meta, y se rodeó de personas más capaces que él para lograr la financiación.



Secciones

Tins

La zona de los TINS otorga nombre a la aplicación. Es uno de los apartados principales, persigue la efectividad y eficiencia. Permite emplear filtros que se ajusten a las necesidades de cada usuario. Y se encuentra construida bajo un algoritmo diseñado específicamente para lograr la inmediatez del contenido en todo momento.

Dentro de los diferentes tipos de TINS encontramos :

Tokens y Nfts

Dentro de esta sección, se pondrá a disposición del inversor toda la información necesaria para fundamentar la inversión orientada a tokens y NFTS de diferentes redes.

Cada proyecto blockchain que cuente con su propio token, podrá darse a conocer frente a usuarios de todo el mundo, mostrando sus analytics, tokenomics, roadmap, equipo, partners, mercados en los que se encuentre listado, redes sociales y otros documentos de interés para el usuario.



Profile

Cada usuario y proyecto dentro de la aplicación contará con su propio perfil, en el que aparecerá la información más relevante para cada billetera. Una biografía, publicaciones, insignias, y otros aspectos de interés.

Sin embargo, cabe hacer referencia al apartado de las estadísticas por parte de los proyectos. Ya que ofrecerá información de altísimo valor sobre las diferentes empresas de criptomonedas. Permitiendo acceder a datos onchain nunca antes vistos.

Influencers y Vc

El objetivo de esta sección, es facilitar y garantizar una colaboración justa entre los proyectos e influencers o inversores.

Hasta la fecha, siempre había existido malestar y desconfianza al realizar colaboraciones entre partes. Ya que a la hora de realizar el pago, siempre existía la posibilidad de que alguna de las partes quedase insatisfecha, o fuese estafada.

Con Tindefi se resuelve este conflicto, ya que la aplicación sirve como árbitro e intermediario para garantizar que se lleve a cabo el contrato entre ambas partes.

Miles de proyectos tendrán a su disposición la oportunidad de establecer acuerdos con personas influyentes del mundo crypto, que les permitan una mayor exposición en el mercado. Al igual que con inversores, que les faciliten recogidas de financiación y apoyo mediante recursos.



Vibes

Dentro de la aplicación, se incentiva la colaboración y difusión constante de contenido crypto. Siendo VIBES, el apartado que permite consumir únicamente material relacionado con las criptomonedas.

Los usuarios podrán seguir a los proyectos y usuarios, pudiendo interactuar a través de me gusta, comentarios y donativos en todo momento.

Además se incorporará la herramienta de generar ingresos en función del alcance del creador de contenido.

Lives

Otro de los apartados más atractivos de la aplicación son los LIVES. La sección destinada al consumo de eventos en directo por parte de proyectos, personajes públicos entre otros usuarios.

Dentro de los LIVES cabe destacar la diferenciación entre directos sport, orientados a un ámbito más informal. Y los directos pro, dirigidos a momentos más profesionales. Las diferencias entre ambos reside en el dispositivo y la preparación con la que se realizan ambos directos.



Chats

Por otra parte, Tindefi cuenta con su propio sistema de mensajería. Escogiendo su sistema mediante la fusión de diferentes modelos ya existentes. Y agregando la conexión con la blockchain, orientada a los usuarios de criptomonedas.

Dentro de la sección CHATS, se podrán llevar a cabo un sin fin de posibilidades. Y sobretodo, un número de características diferenciales frente al resto de servicios ya existentes. Por ejemplo:

1.

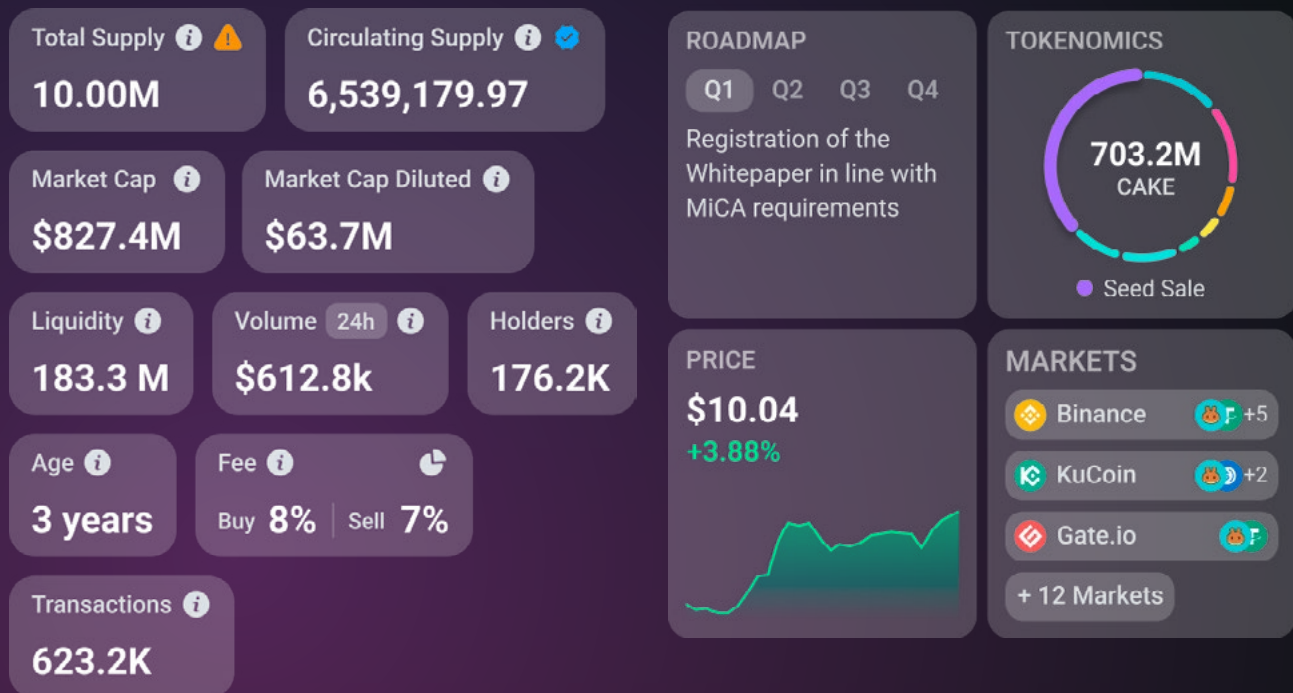
Seguridad para los usuarios, vinculamos los miles de proyectos ya existentes con su propio grupo. Con el fin de aportar a su comunidad un lugar de unión verídico, y de esa manera evitar la difusión de estafas por canales y medios NO oficiales.

2.

Anonimato como regla. Con Tindefi logramos dar voz a los inversores de los proyectos de manera totalmente descentralizada.

3.

Ventajas directas, los holders podrán conocer el precio y tokenomics de su proyecto al mismo tiempo que se encuentren enviando mensajes. Otro de los factores a destacar, es la fusión de SCANSWAP con el sistema de mensajería. Con el fin de permitir la comercialización del token desde el propio chat, siendo ventajista frente a las oportunidades que surjan a nivel mediático, y más eficiente en cuanto a tiempo.



Trends

Este apartado fue creado para los usuarios que buscan la información más valiosa en el menor tiempo posible. Y es que dentro de TRENDS, los usuarios podrán tener resúmenes diarios de manera automatizada, de los proyectos a los que están siguiendo. Número de compras, ventas, transferencias, volumen, liquidez, incremento de holders, seguidores en redes sociales...etc Toda esta información y mucha más, aparecerá cada día actualizada en dicha sección.

Además se aparta otro tipo de información súper valiosa, a través de rankings, noticias y eventos

:En los rankings aparecerán de más a menos importante los proyectos e inversores por diferentes categorías como : TOP HOT, TOP TINS, TOP WORTH, TOP DONACIONES...etc Por parte de las noticias, se mostrará contenido informativo compartido por periodistas independientes, y proyectos que traten de compartir valor con la comunidad.

Finalmente, se crea un apartado dedicado a los eventos de los proyectos de criptomonedas. Con el fin de darles una mayor difusión frente a los inversores.



Seguridad

Con el objetivo de mostrar al mundo tradicional, las ventajas que ofrece la tecnología blockchain. Tindefi se apoya en SCAN DeFi como PARTNER.

Un proyecto descentralizado orientado a la detección y prevención de estafas en la blockchain.

Que participará con la aplicación, ofreciendo una serie de herramientas, orientadas a la ciberseguridad blockchain y a mantener la comunidad libre de estafas.

Lista de seguimiento

La lista de seguimiento permite a los inversores recibir información instantánea de aquellos sucesos que decidan. Por ejemplo :

Si conozco que en un proyecto llamado SCAN, hay 2 billeteras que poseen información privilegiada, gran exposición del mercado, son de los owners...etc me interesa que se me notifique al momento en que realicen una transacción, ya sea compra, venta o transferencia.

Herramienta Anti Honey Pot

En esta herramienta se detecta si los propietarios del contrato, pueden restringir en algún momento la venta o compra, de lo contrario... Será un indicio de fiabilidad para el inversor.

Porcentaje de fiabilidad

Una vez estudiado el máximo de variables posibles sobre cada uno de los tokens, se brinda un % de fiabilidad, que orienta al usuario acerca de los riesgos que conlleva la inversión en cada activo en concreto.

Análisis superficial de los tokenomics del contrato

Comisiones, liquidez, renuncia del ownership, distribución del supply, billeteras peligrosas por recibir recompensas únicas o sostenibles en el tiempo... son algunos de todos los puntos que abarca este apartado.

Análisis de funciones siniestras

Para finalizar con los ejemplos, llega el análisis de las funciones siniestras dentro de cada token. Aumentar o reducir supply de los holders, quemar o mintear el supply total, aumentar o reducir tales, transferir tokens de los holders en cualquier momento, acceder a las billeteras de alguna manera... son algunos de los ejemplos de funciones siniestras que se ofrecen a los inversores.

Análisis de correlación con las redes sociales

Dentro de esta herramienta, se podrá analizar las correlaciones en el precio al realizar comunicados públicos por parte del proyecto. Con ello se estará más cerca de conocer aquellas billeteras que posean información privilegiada y por lo tanto, mayores probabilidades de ganar frente al resto de inversores.

Análisis de eficiencia del contrato

Gracias a conocer los estándares de profesionalidad blockchain, dentro del análisis de eficiencia, se realiza un estudio que permite conocer el grado de profesión detrás de los creadores del contrato del token. Con el fin de conocer réplicas, fallos e imperfecciones extrañas para un profesional del área del desarrollo. Ello implica tener una lista de aspectos a favor y otros en contra.

Análisis interno de los holders

Además, SCAN DeFi ofrece un desglose interno de los inversores que pertenecen a cada token. Y de esa forma conocer si hay alguna correlación con billeteras que ya hayan sido denunciadas por diferentes factores en concreto, que permita tener una visión más amplia en cada activo.

Lista Negra

Tokens

En esta sección la comunidad cuenta con un apartado para que pueda compartir mediante reportes, experiencias, opiniones o críticas acerca de los proyectos. De esta forma, se incentiva una comunidad solidaria que trabaja de forma uniforme por un objetivo común. Mantener seguro el sector de las criptomonedas, y facilitar su adopción, evitando hacer a otros usuarios que caigan en estafas y proyectos poco fiables.

Además se facilitan alternativas para que los proyectos que han sido reportados sin merecerlo, puedan salir de esta lista, y mostrar de forma transparente con nuestra comunidad, que son proyectos de valor.

Billeteras

Por otro lado, los reportes de billeteras. Una vez encontrado un usuario que ha participado en fraudes, se tiene la oportunidad de reportarlo y evitar que otros usuarios puedan llevar a cabo cualquier tipo de vínculo directo con él. De esta forma, nos aseguramos que las autoridades puedan intervenir las billeteras de personas han cometido algún acto ilícito.

Dentro de este apartado se diferencia entre reportes de diferentes billeteras : Estafadores, traders y ballenas.

Un proyecto con muchas billeteras reportadas por ser traders, sabremos que cuenta con muchos inversores que suelen comprar y vender en las zonas técnicas.

Por otro lado, un proyecto con muchas billeteras reportadas por ser ballena, sabremos que cuenta inversores que a la hora de abandonar un proyecto, no se preocupan por lo que pueda suceder en la gráfica, y venderán todos sus activos de manera instantánea creando pánico en el mercado, en caso de poseer muchos tokens.

Finalmente, este apartado sirve de mucha importancia para crear bases de datos de billeteras perjudiciales, y trazar análisis constantes detrás de ellas, con el fin de perseguir a todas las billeteras que puedan suponer un peligro para los inversores.



Scan Dex

Un Exchange descentralizado que conecte los smart contracts de cada proyecto con el scanner, y de esa manera. Permite la comercialización únicamente de aquellos activos seguros para la comunidad.

También ofrecerá la posibilidad de establecer order books, contará con servicios de farming, staking, y visualización de gráficas y transacciones entre otras funcionalidades.

Scan Check

SCAN DeFi, lucha por la adopción de las criptomonedas, y aspira crear un ecosistema ideal para ella. Por lo tanto, siendo consciente de la dificultad para los inversores principiantes de usar herramientas como la BSC Scan. Donde en muchas ocasiones se atosiga al usuario con contratos y métodos de funciones, que al inversor principiante le aportan más problemas que soluciones. Se crea una herramienta de información blockchain, destinada a un público menos adaptado a las criptomonedas, con el objetivo de que pueda dar el salto de la manera más eficiente y sencilla posible.

Dentro de SCAN CHECK, se tendrá una interfaz sencilla con información de alto valor para el inversor. Que le permita conocer en todo momento la situación del mercado, revisando un par de transacciones sencillas.

Analíticas

Sabemos que el resultado en el mercado vendrá directamente ligado del valor y las necesidades que se cubran. Es por ello que SCAN DeFi ofrece una infinitud de estadísticas a sus inversores so-

bre el resto de tokens. Y les permitira maximizar sus resultados individuales. Estas son algunas de las estadísticas que obtiene el inversor:

Transacciones

En primer lugar, el inversor podrá conocer el número de compras, ventas y transferencias dentro de cada token. Además podrá filtrar por billetera para conocer esta información por separado.

En segundo lugar, se podrá observar en paralelo el número de compras y ventas diarias, por separado, junto al volumen de las mismas.

Además, se mostrará un gráfico temporal en el que podamos observar las horas de más interacción con el mercado para cada token a lo largo del tiempo.

Por último, el inversor conocerá la cantidad de tokens que entran y salen de exchanges en un gráfico de tiempo.

Auditorías

Una de las implementaciones de mayor valor para Tindefi, es la posibilidad de mostrar a los usuarios, aquellos proyectos que hayan pasado las auditorías de SCAN DeFi, y por lo tanto garanticen la seguridad para sus usuarios en cuanto a smart contracts se refiere.

Con dicha diferenciación, se aspira a reducir el índice estafas en la blockchain, y de ese modo volver el sector lo más seguro posible de cara al largo plazo. Para que cada vez sean más los usuarios que adopten las criptomonedas como sistema de pago en su día a día.

Valor

En el primer gráfico mostraremos la media de holders que se encuentran en ganancias, frente a los que se encuentran en pérdidas. También se podrá filtrar, con el objetivo de conocer el resultado actual de una billetera en concreto dentro de un token.

Por otra parte, se muestra un ranking con las billeteras con más % de beneficio y pérdida, en el que se aporta también la cantidad de su resultado. Con la posibilidad de seguir a la billetera, para estar informado por cada transacción que pudiese realizar.

En agregado, aparecen las operaciones de los holders, y se realiza un ranking de aciertos y fallos. Contando como acierto, aquellas ocasiones en las que un inversor compró y vendió una misma cantidad con beneficio. De esa manera se le ofrecerá a los inversores la posibilidad de seguir una billetera que cuente con un gran historial de aciertos a sus espaldas dentro de un token.

Finalmente, un ranking de billeteras con mayor inversión en usdt dentro de la moneda, junto a su margen de resultado y cantidad de compras.

Tokenomics

Durante esta sección, se almacena información destinada a los historiales de quemas, minteos, subidas y bajadas en las comisiones, y cantidad de tokens en contratos, junto a su equivalente respecto a la liquidez del proyecto.

Soluciones que aporta Tindefi

Desde el primer día de trabajo en la aplicación. El equipo destinó todas sus capacidades a mejorar los sistemas que existen a día de hoy enfocados a la blockchain, y ofrecer soluciones a distintos problemas que habían surgido a lo largo del tiempo dentro del sector.

1 Abundancia

TINDEFI recolecta en una misma aplicación, todas las herramientas de valor que el usuario de la blockchain necesita, y le hace ganar tiempo cada día.

2 Anonimato

La aplicación permite resguardar los datos personales de los usuarios, manteniendo en todo momento un marco anónimo y seguro.

3 Transparencia

Se permite la difusión del contenido criptográfico de manera libre y sin ataduras. Siendo una red social libre de ataduras.

4 Avance

Se aportan herramientas on-Chain de altísimo valor, que luchan y apoyan la innovación en todo momento.

5 Seguridad

Tindefi cuenta con el apoyo de SCAN DeFi, encargado de velar por la seguridad de todos y cada uno de los usuarios dentro de la blockchain.

6 Escalabilidad

El objetivo de Tindefi, es convertirse en la única red social crypto capaz de reunir a todas las partes existentes dentro de la aplicación.

7 Interoperabilidad

Los sistemas de comercialización se desarrollan por expertos, bajo el objetivo de permitir la interoperabilidad entre redes.

8 Confianza

Los influencers y proyectos cuentan con un sistema de smart contracts que les permite realizar acuerdos en confianza, gracias al apoyo de Tindefi como intermediario.

9 Sencillez

Los expertos en diseño y desarrollo tienen como lema "Make it easy" y ofrecen una interfaz óptima para el usuario.

10 Cercanía

Apoyar la blockchain y la cercanía es posible, el equipo de Tindefi estará a disposición las 24h para el usuario.

11 Adopción

La aplicación estará al alcance de cualquier usuario, permitiendo el acceso a todos los usuarios, cuenten o no con una billetera digital.

12 Tranquilidad

Compañía legalizada respaldando la aplicación en todo momento.

Plan de Marketing

1. Análisis de la situación

1.1. Empresa, marca y posición

La empresa TINDEFI está respaldada por un grupo de promotores con años de experiencia en diversas áreas de negocio como finanzas, marketing, criptomonedas, tecnología y desarrollo. Todo esto hace del equipo fundador una fortaleza por su experiencia previa y conocimiento de colmena que traen al proyecto.

Como marca, TINDEFI tiene varios componentes alineados con el mundo de las criptomonedas que lo hacen un proyecto de referencia en su clase. Se enmarca en el sector tecnológico completamente relacionado con la blockchain. Ésta se centra en los consumidores del sector de cryptoactivos e inversionistas aficionados a las nuevas tecnologías y proyectos de tokenización.

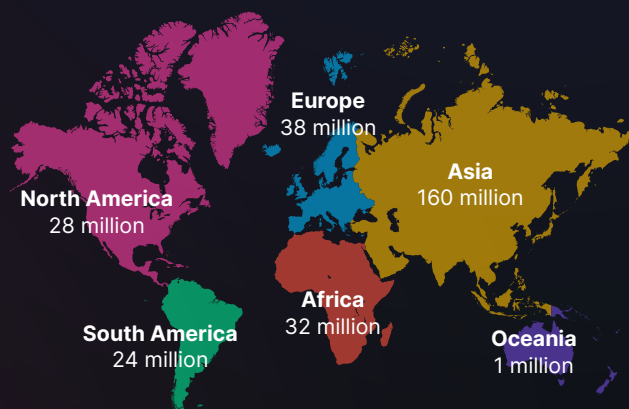
TINDEFI cuenta con la oportunidad de poder enmarcarse en dos posicionamientos de mercado ya sea dentro del mundo de los inversionistas o dentro del mundo de los aficionados a las criptomonedas. Por ende, el mercado se duplica para los posibles consumidores de esta nueva tecnología. Así mismo, todo el plan está enfocado a unificar dos universos de usuarios en uno sólo, que posteriormente se convertirá en el buyer persona.

En este momento, se encuentra en su etapa más temprana, la creación. El núcleo de la estructura empresarial está creado desde hace meses y se tienen detalladas todas las personas necesarias para el futuro cercano, que rondará las 100 personas en total. Actualmente en el mercado no se puede encontrar ninguna app en el nicho de las criptomonedas parecida a la que se está desarrollando, con lo que se puede asegurar que es una idea innovadora y única en el sector. Por esto mismo, el análisis de la competencia es escaso en esta primera vista.

1.2. El mercado

El mercado se enfocará inicialmente en los países donde la adopción de la criptomoneda es la mayor tasa reportada en los últimos 5 años. Ya no solo en el pasado sino también para los futuros 10 años, según las fuentes en las que se hace referencia, debido a que son los países en donde la inversión en proyectos de tokenización y criptomonedas, representan la mayor tasa de crecimiento.

Over 300+ Million Crypto Users Worldwide



Partiendo de esta premisa, con alcanzar una cuota de mercado del 5 al 10 % tenemos la cantidad suficiente de usuarios como para tener un proyecto viable y fundamentado a lo largo del tiempo. Por ello el enfoque inicial será hacer publicidad y estrategias de going to market en países en donde la adopción es más alta, asegurando así que tendremos una fácil introducción en el mercado.

1.2.1. Características

Hablamos de un mercado atomizado, en el cual la cantidad de usuarios que hacen uso de herramientas de crypto economía o inversiones es relativamente bajo comparado con otros servicios que pueden existir dentro de un mercado como puede ser Instagram, LinkedIn o Discord. Sin embargo el alto crecimiento en usuarios del mundo de las criptomonedas y sobre todo, el mundo de inversión buscando la descentrali-

zación de la banca actual hace que el proyecto presente una tasa de crecimiento alta en el corto y mediano plazo. Según el análisis desarrollado por el equipo, llegamos a la conclusión de que las personas están más dispuestas a hacer inversiones en herramientas que le ofrezcan obtener un rendimiento superior, respecto a lo que le ofrece la banca actual.

1.2.2. Necesidades

Entre las diferentes necesidades que cubrimos a los usuarios de la aplicación, cabe destacar: Poder estar informados sobre proyectos de crypto economía fiables y que están respaldados por plataformas que hacen una verificación previa. Un Marketplace, donde toda la información está localizada en un solo lugar y se pueda invertir en diferentes proyectos.

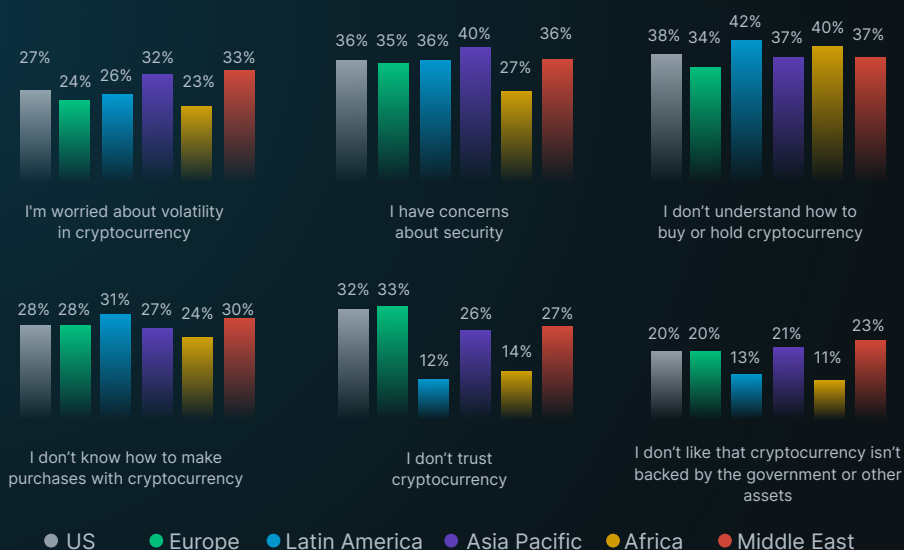
Actualmente, dentro de este campo existen pocas opciones, como puede ser, Coinbase, Coinmarketcap, entre otras.

Sin embargo al existir herramientas como las mencionadas anteriormente que pueden representar una competencia en una los verticales de negocios TINDEFI la adopción de criptomonedas y de la crypto economía, cada vez está siendo

mayor por lo que el mercado cautivo va a ser aún mayor a lo largo del tiempo creando así una mayor cantidad de cuota de mercado que pudiéramos asumir en el corto y mediano plazo. Así lo confirma la siguiente gráfica.

Sin embargo, estas herramientas no tienen el componente de comunidad y de estrategias de gamificación dentro en la aplicación como si tiene TINDEFI, a través de los denominados TINs. Este componente de interconexión que se ha diseñado, representa un uso y adopción por parte de los usuarios, mucho más rápido de lo que cualquier otra aplicación del mercado existente. Esto permite al proyecto tener una cuota de mercado mucho más alta que cualquier otra aplicación de este sector.

Why haven't you ever bought cryptocurrency

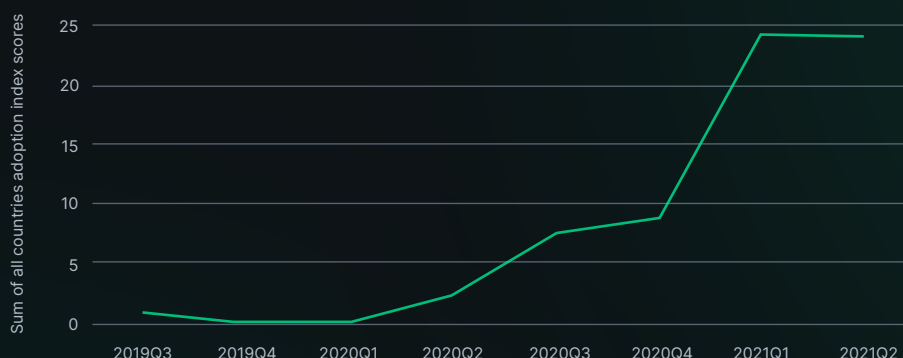


1.2.3.Tendencias

Se prevé que la adopción de una herramienta como esta tenga un incremento porcentual de usuarios cerca del 25 al 40 % interanual con base a una cuota inicial de usuarios de 100.000. Esto representa un plan de crecimiento de aproximadamente cinco millones de usuarios en tres años,

lo que nos permite tener una base de usuarios bastante representativa y lo cual a través de los planes de venta de publicidad, hace que el mercado permita vender información a proyectos que estén interesados en poner su servicio delante del usuario.

Chainalysis Global Crypto adoption index:
sum of all countries index scores by quarter



1.2.4. Evolución prevista

Como se aplica en puntos anteriores, gracias a que la economía actual está haciendo un giro en adoptar en mayor medida la cripto economía, se prevé un crecimiento estable en los mercados internacionales en cuanto a la adopción de proyectos o de criptomonedas como moneda local.

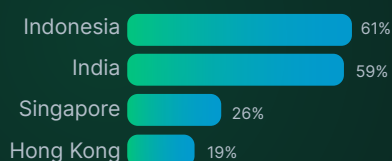
Esto nos permite adicionalmente, lo que sería el mix de marketing, asumir que la cuota de mercado va a ser mayor en proporción al crecimiento del mercado y en proporción al crecimiento de los usuarios de la aplicación.

Cryptocurrency is the future of money

Latin America



Asia Pacific



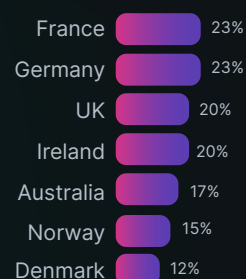
Middle East



Africa



Europe



North America



1.3. La competencia

1.3.1. Principales competidores

Existen herramientas que unifican información con respecto a proyectos de tokenización. Sin embargo, ninguno de estos proyectos incluye el componente social y de gamificación que dentro de TINDEFI se quiere implementar. Se presentará la opción de escoger en qué tipo de proyectos se está interesado, y hacer un “match”, un TIN en nuestra jerga, con este tipo de proyectos, lo

que permite tener al usuario más comprometido con la aplicación, ya que se le presentan oportunidades únicas en un ambiente mucho más user friendly. Así se creará comunidad y técnicas de gamificación internas en la aplicación que generarán mayor interacción en el usuario.

1.3.2. Posicionamiento y situación

La aplicación está enfocada a un mercado de habla hispana y de habla inglesa. Sin embargo, esto es solamente para un plano inicial ya que se va a adoptar un tipo de usuario que es más propenso a este tipo de aplicaciones y/o tecnologías. Posteriormente, se tiene planificado extender a otros idiomas, para posicionar en regiones con alto poder adquisitivo (Middle East).

El principal objetivo en la fase inicial es poder cubrir el mercado anglosajón y el mercado de habla hispana de forma que se obtenga la mayor cuota de mercado para así tener una base y poder saltar a nuevos mercados.

1.4. Análisis D.A.F.O.

La aplicación está enfocada a un mercado de habla hispana y de habla inglesa. Sin embargo, esto es solamente para un plano inicial ya que se va a adoptar un tipo de usuario que es más propenso a este tipo de aplicaciones y/o tecnologías. Posteriormente, se tiene planificado extender a otros idiomas, para posicionar en regiones con alto poder adquisitivo (Middle East).

El principal objetivo en la fase inicial es poder cubrir el mercado anglosajón y el mercado de habla hispana de forma que se obtenga la mayor cuota de mercado para así tener una base y poder saltar a nuevos mercados.

Fortalezas:

- App con un contenido original e innovador
- Servicio atractivo y sencillo.
- Empresa pionera en el sector.
- Fuerte componente de tecnología

Debilidades:

- Producto móvil en el mercado sin referencia previa directa.
- Contenido dependiente de entes externos.

Oportunidades:

- Incertidumbre, alta demanda en búsqueda de tokens a los que invertir.
- No existe ninguna app similar en el mercado.
- Mayor uso del móvil a la hora de invertir y explorar.
- Capacidad de expansión mundial.

Amenazas:

- Situación económica ambigua en el mercado cripto.
- Competidores dentro del mismo sector que irán aumentando.
- Cancelamiento del servicio en algunos países.
- Mercado altamente exigente y volátil.

1.5. Posicionamiento actual

1.5.1. El producto

Una aplicación con un componente tecnológico muy alto ofreciendo al usuario una seguridad y confianza elevada, lo que representa un alto grado de uso de la aplicación. Adicionalmente un componente de gamificación interno que permite tener usuarios engagement con el uso de la aplicación y generar una gran base de datos (Big data) lo que permite a su vez, la expansión del modelo de negocio por ventas de publicidad a empresas del sector o fuera del sector.

1.5.2. Marca

Se ha desarrollado una marca muy social, fácil de entender y que tiene un referente relacionado a otras aplicaciones en el mercado, lo que permitirá una adopción sencilla de un nombre, que para los usuarios será fácil de entender y fácil de compartir: TINDEFI, haciendo una referencia a aplicaciones de dating, que permiten hacer una conexión entre dos tipos de usuarios que tienen cierta afinidad. Esto representa el principio básico de TINDEFI, en donde usuarios con tendencia a buscar proyectos que sean afines con sus intereses de inversión puedan encontrarse mutuamente dentro de aplicación y hacer un TIN. Componentes de neuromarketing harán que la adopción de la aplicación sea mucho más fácil dentro del mercado y se pueda producir un efecto bola de nieve a través del cual en pocos meses sea ya se haga un efecto de hacer viral la aplicación.

1.5.3. Puntos críticos

El punto crítico que más afecta a la aplicación es el que posibles competidores quieran crear una similar en el momento en que salga todo a la luz. Por eso el componente principal de TINDEFI es tener una comunidad comprometida con la aplicación y todo el contenido de valor que se genere dentro de ella, que hace que el usuario se sienta cómodo.

1.5.4. Factores exógenos

Factores que no podrían estar dentro de nuestro control, como son, los movimientos dentro del mercado de criptomonedas, barreras gubernamentales, las cuales generan mayores problemas para ciertos países y a sus habitantes de inversión en criptomonedas. Estos casos se escapan de nuestra posibilidad de poder asumir una respuesta.

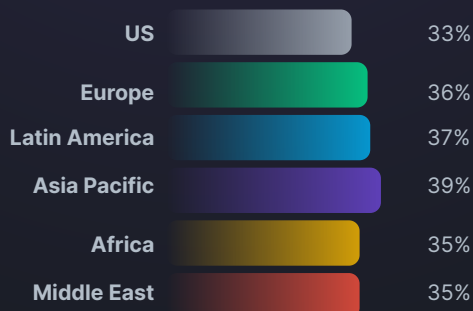
Sin embargo, el plan inicial está enfocado en ir a países que tienen ya un marco legal o están en fase inicial de aprobación, por lo que nos permite una seguridad a nivel legislativo al menos en los próximos diez años.

Regulation

- Regulation is a concern globally. Among non-owners, 39% in Asia Pacific, 37% in Latin America, and 36% in Europe say there is legal uncertainty around cryptocurrency.

- In addition, for 30% of respondents in the Middle East 24% in Asia Pacific, and 23% in Latin America, the tax complexities of owning cryptocurrency have kept them from investing in crypto.

There is legal uncertainty around using cryptocurrency (non owners)



What if anything would make you more comfortable purchasing cryptocurrency?

	Global	US	Europe	Latin America	Asia Pacific	Africa	Middle East
Recommendations from friends	22%	17%	20%	23%	24%	28%	28%
Recommendations from my parents	9%	6%	7%	6%	9%	12%	15%
Recommendations from siblings or cousins	12%	9%	10%	10%	13%	18%	17%
Recommendations from my children	6%	3%	5%	6%	5%	8%	9%
Blogs and podcasts	10%	6%	6%	15%	10%	18%	14%
More educational resources on cryptocurrency	40%	42%	31%	51%	44%	56%	36%

1.6. Claves para el éxito

Las claves del éxito para el proyecto, se basan en cómo hacer que la aplicación esté en boca de los principales influencers del mundo ya que la aplicación irá evolucionando a medida que se vaya obteniendo información de los comportamientos, gustos y acciones de los early adopters y hará que la aplicación evolucione a factores de UX mucho más específicos, ya que en un punto inicial, no se tendrá una base real de cuál es el comportamiento del usuario en la aplicación. Sin embargo, después de lanzar la aplicación, haremos un seguimiento constante de todas las acciones que realizan los usuarios y así podremos evolucionar las características de la aplicación, para que toda la interfaz de usuario y de UX interna de la aplicación cumpla su objetivo clave: Tener a un usuario comprometido, que le gusta el contenido y dispuesto a acceder a la aplicación con regularidad. Todo lo anterior, nos brinda información relevante para futuros partners.

“Our data shows that growing transaction volume for centralized services and the explosive growth of DeFi are driving cryptocurrency usage in the developed world and in countries that already had substantial adoption, while P2P platforms are driving new adoption in emerging markets.”

2. Misión y objetivos

2.1. Misión

La misión vital de Tindefi es informar y conectar a todas las partes cripto, sobre la abundancia del sector. A través de una plataforma que les permita optimizar su tiempo y mejorar sus resultados cada día.

2.2. Objetivos de Marketing

Dentro de la estrategia de marketing tenemos los siguientes objetivos:

Generar un awareness de la aplicación y del proyecto amplio para crear un efecto de tipo top of the mind en los usuarios que van a ser parte de la aplicación. Esto se logrará a través de una extensa campaña de marketing digital y de marketing de afiliados, lo cual dará un nivel de reconocimiento de marca para los usuarios iniciales, muy alto.

Generar una alta confianza entre los usuarios de la aplicación para que todos los proyectos que forman parte de TINDEFI sean proyectos validados y reconocidos por nuestra marca conjunta SCANDEFI. De esta forma, los usuarios van a recomendar la aplicación por diferentes razones, pero principalmente por la seguridad y confiabilidad que genera tener una aplicación que verifique, valide y certifique que un proyecto no es un fraude.

El objetivo de marketing es generar la Big Data más grande posible, de forma que, cuando un token o un proyecto externo desee realizar alguna acción publicitaria dentro de la aplicación, pueda obtener todas las opciones de definición, filtrado y targeting del proyecto. Nuestra meta aquí, es llegar a tener un sistema de targeting, bastante similar a lo que ofrece actualmente Facebook Ads, que permite definir la audiencia a la cual se le va a enviar un tipo de publicidad en específico. Esto es gracias al enfoque tecnológico que se le ha dado a la herramienta, lo cual va a permitir tener una gran base de datos de cada uno de los comportamientos de inversión y en tipo de proyectos en los que invierten, además de en sus acciones. Esta visión nos permite tener

un profile de cada uno de los usuarios, información como elemento diferenciador que muy pocas herramientas en el mercado actual disponen, al menos en un tema de cripto economía.

2.3. Objetivos económicos

Las principales fuentes de ingresos que va a tener la aplicación van a ser dos.

A través de los mismos proyectos de tokenización que van a buscar publicitarse dentro de la aplicación.

Todas las acciones internas que el usuario podrá realizar dentro de la aplicación, ya que se ha desarrollado un sistema de gamificación que hará más propenso al usuario personalizar tu perfil, acceder a más features, tener más opciones de generar TINs, entre otras opciones.

El primer objetivo es fácilmente alcanzable a través de la masa crítica de información de los usuarios que tendremos (Profiling). Dada la información que se va a obtener de los usuarios, los tokens van a estar muy interesados en poder colocar sus proyectos al frente de los usuarios de una forma confiable y aún más importante, al usuario que exactamente ese proyecto de token quiere hacer llegar con su proyecto.

Gracias al sistema que se ha desarrollado dentro de la aplicación a través de las diferentes características en gamificación, interacciones con proyectos, seguimiento de acciones, y demás funciones, nos permitirá tener una información muy relevante con respecto a cada uno de los usuarios, lo que permitirá generar un profiling muy deseado por los proyectos de tokens, al momento de hacer publicidad de nicho.

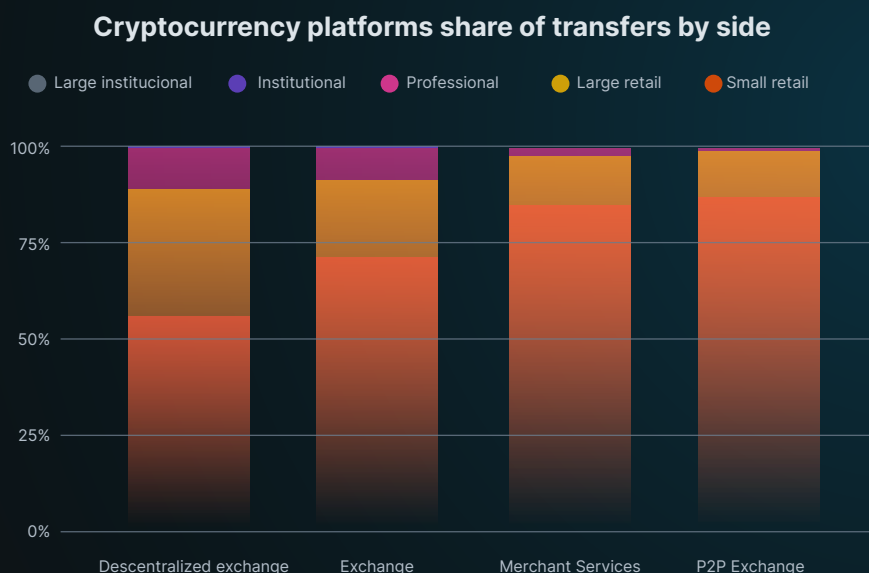
3. Estrategia de Marketing

3.1. Grandes líneas estratégicas

3.1.1. Valor diferencial

Tendremos tres diferenciales principales. Uno es la confiabilidad y la fortaleza tecnológica que genera la herramienta.. En segundo punto, gracias a la alianza con un partner estratégico como es SCANDEFI se podrá dar una seguridad a los usuarios de que todos los proyectos que están dentro de TINDEFI tienen una verificación

o un mínimo de información relevante para ser un proyecto relacionado con SCANDEFI. Y en tercer lugar, el componente social que se ha implementado a la aplicación, lo que permitirá un efecto social y viral, primordial para el éxito de TINDEFI.



3.1.2. Los Beneficios para el cliente.

Una herramienta que permite conocer proyectos de tokenización relevantes para cada perfil de usuario. Una aplicación amigable en la cual el proceso de realizar inversiones es ameno y sociable.

Como se muestra en el gráfico, las pequeñas inversiones terminan siendo una gran parte de las inversiones en el mundo de las criptomonedas. Lo que hace referencia a que los pequeños inversionistas en grandes cantidades terminan asumiendo una gran parte del mercado. Lo que sugiere llegar a dichos micro inversionistas que consigan en TINDEFI una solución única para sus inversiones.

Adicionalmente, un componente social a través de los chats. El hecho de poder hablar con otros usuarios o directamente con un token, permitirá que el usuario se sienta más confiado en realizar acciones dentro de la aplicación.

Definitivamente Se cuenta con todas las herramientas necesarias para realizar una inversión en criptomonedas dentro de la aplicación. Ya que el usuario podrá conocer el Token, verificar su seguridad, hacer swap entre diferentes criptomonedas para obtener la criptomoneda correcta, para finalmente realizar la inversión, todo en un solo lugar.

3.1.3. Branding

El branding ha sido un proceso creativo en el cual se ha buscado generar confianza dentro de los usuarios y a su vez tener un componente divertido sin rozar la desconfianza. Por ello los colores de TINDEFI y el desarrollo del logo van enfocados en colores oscuros que representan fortalezas, seriedad y compromiso con un halo de color lo que representa el espíritu innovador de la aplicación. Haciendo parte con este halo multicolor a todos aquellos que sienten la necesidad de involucrarse en proyectos innovadores que a su vez representen confianza en el usuario.

3.1.4. Estrategia de clientes

Es vital recoger la información sobre el buyer persona idóneo de TIN DEFI.

Este sería un hombre ya que es el género predominante en inversiones crypto, con alrededor de un 95% aunque cada vez son más las mujeres que se suman a la fiebre de las criptomonedas. Localizado entre los 18-24 años el cual se encuentra estudiando o trabajando, y tiene el mismo objetivo en la cabeza, la libertad financiera. El factor demográfico realmente no sigue un estándar en sí, TIN DEFI busca unificar el mundo de las criptomonedas dentro de ella, creando comunidades con personas de todas las partes del globo. Este buyer persona tiene unos objetivos y retos muy ambiciosos por lo que siempre busca investigar y mejorar.

La audiencia es otro valor muy importante por definir a la hora de realizar una estrategia.

Las edades de la audiencia de TIN DEFI se rigen sobre los siguientes porcentajes, entre 18-35 años 80% / 36-55 años 15% / +56 años 5%. El factor demográfico varía dependiendo la fase en la que el proyecto se encuentre, en el momento de lanzamiento de la ICO los esfuerzos se centrarán en los países europeos, Singapur y Estados Unidos. Poco tiempo después se abordarán otros países tales como India, Suiza o Emiratos árabes. Las necesidades y motivaciones de la audiencia objetivo vienen a ser muy parecidas a las que tiene el buyer persona. Es una parte de la sociedad que siempre está buscando algo diferente, con gran curiosidad, ambición y que lucha por un cambio en sus vidas.

3.1.7. Estrategia de lanzamiento

En la etapa de pre-lanzamiento/landing page: Dentro de esta fase el objetivo es crear una base sólida en la creación de contenidos para dar a conocer el proyecto a través de las diferentes redes sociales.

Un fuerte componente de brand awareness está incluido en esta fase, para alcanzar una masa crítica de usuarios que posteriormente serán inversores en la fase de lanzamiento de la ICO. Una campaña de influencers que van a generar intriga acerca de un nuevo proyecto que va a ser un hito en el mundo de las criptomonedas.

Durante la ICO:

El objetivo principal es recaudar 100 millones para la financiación del proyecto. Captación de inversores por varios canales (social, referral, afiliate, orgánico), para alcanzar la mayor cantidad de comunidad por diferentes vías, y así tener una fuerte presencia en el mercado sin depender de una misma fuente de inversores.

Promover entre los inversores iniciales el boca - oreja del proyecto para alcanzar las metas de cada fase de la ICO.

Desde el momento en que el tan esperado lanzamiento de la app se produzca, el foco estará puesto en llegar a ser la app referencia del sector y conseguir millones de personas a las que ayudar.

Estas metas se irán actualizando con el paso del tiempo siempre buscando la mejoría y mirando por el futuro del proyecto.

3.1.8. Estrategia de desarrollo

Etapas de pre-lanzamiento/landing page.

En esta etapa se realizará una campaña teaser apoyada de una campaña de display a través del grupo de telegram Crypto Evolution, la creación de una estrategia orgánica de redes sociales y la preparación de la campaña para la ICO. En este momento también se conectará con toda la red de contactos para preparar las siguientes etapas.

Esta campaña de potenciación del grupo tratará de lo siguiente:

Buscando el crecimiento del grupo Crypto Evolution se va a establecer una campaña de publicidad paga a través de Google ads, twitter ads, telegram ads y Facebook ads para generar entradas al grupo.

Además de la publicidad paga se darán otros consejos como un copy determinado destinado al engagement de los nuevos usuarios o la realización de airdrops por parte del grupo.

Etapas ICO.

En este momento ya se tiene localizado el proyecto y el inversor tiene a su mano mucha información para generar su propia opinión. La estrategia a seguir en esta etapa se distribuye de manera porcentualmente en diferentes campañas de conversión, display, inbound y outbound marketing.

Notas de prensa.

Redacción de varios artículos de prensa sobre el proyecto para ser distribuidos a través de las diferentes plataformas de lanzamiento de PR. Todo esto acompañado evidentemente de un análisis de keywords para el debido posicionamiento, información necesaria para la publicación de los artículos, backlinks, competencia, etc. A posteriori cuando se tenga mayor información acerca del proyecto se publicará en periódicos digitales más reconocidos como pueden ser Forbes, TechCrunch, Business Insider, entre otros.

Sistema de referidos y marketing de afiliados.

El sistema de referidos que se utilizará en la ICO será el siguiente:

Para las últimas rondas de la ICO se activará un sistema de referidos con un 10% de recompensa sobre la compra que haga el invitado de la wallet en cuestión. Este porcentaje se ha establecido después de observar diferentes ICO las cuales ofrecen este servicio, se observan porcentajes que van desde el 5% hasta el 25% manteniéndose la mayoría de ICO entorno al 10%-15%.

Se ha decidido el 10% ya que se consideran varios puntos como es el ser un porcentaje redondo lo que hace fácil de calcular cualquier operación y, el valor que tiene el proyecto de TINDEFI.

Airdrops.

Los airdrops atraen a muchas personas de fuera del espacio crypto ya que son fáciles de utilizar y puedes recibir un beneficio económico solo con un click de forma gratuita.

Este tipo de promociones ayudarán al proyecto a darse a conocer por miles de personas, dadas las acciones que se deberán llevar a cabo en redes sociales para participar en ellos.

Oportunidad de acceso a fase previas de la ICO

Muy relacionada con los airdrops anteriormente descritos, no obstante en este caso se actuará de la siguiente manera con la herramienta:

Con la salida de la ICO las fases se irán superando sin poder retornar al precio de compra de una fase anterior.

Estrategia de ventas B2B

Equipo especializado en ventas, encargado de mantener contacto con tokens, comunidades e influencers. Todo esto coordinado con el equipo de relaciones públicas.

Aquí habrá una combinación de diferentes B2B, unos especializados en la atracción de los tokens para la app y otros especializados en la captación de inversores.

Marketing de Influencers

A través de las diferentes redes sociales el proyecto será promocionado por una gran cantidad de influencers del sector y externos a este con gran cantidad de seguidores. Esto sucederá a partir de la salida de la ICO, el día 10 de Mayo.

Inversión en publicidad paga y programática | SEM

El SEM es central en cualquier estrategia de marketing digital. Aumentará rápidamente el tráfico calificado hacia el sitio web y, los productos y servicios de la empresa obtendrán mayor visibilidad.

Se realizarán diferentes campañas en diferentes medios digitales como Google Ads., Facebook Ads, Cointraffic, telegram, etc. Estas vienen especificadas más adelante en este documento.

4. Estimaciones económicas

4.1. Previsión De Usuarios

Referencia Anexo Excel

4.2 Previsión De Proyectos De Tokens

Referencia Anexo Excel

5. Plan de acción

El plan de marketing está subdividido en varias etapas, y varios canales para la distribución correcta de toda la información del proyecto. A nivel digital se realizará una estrategia social, en la cual a través de las principales redes se llegará al mayor cúmulo de usuarios posible.

Adicionalmente, como el mundo digital debe ir acompañado de un componente del mundo físico. Se harán presentaciones en prensa, que per-

mitan generar un reconocimiento de marca tanto a nivel físico como a nivel digital, alrededor de los países donde hemos definido tener presencia.

Así mismo, se harán menciones en medios digitales relevantes para dar mayor respaldo al proyecto, como lo son Business Insider, TechCrunch, Gizmodo, Playground entre otros.

Fase 11							
1							
Budget	CPM	Impresiones	% de CTR	Clicks	CPC	Conversion rate	Users
66%							103311
43.560,00 €	17,00 €	2562353	1%	25624	1,70 €	1%	256
304.920,00 €	15,00 €	20328000	4%	813120	0,38 €	2%	16262
108.900,00 €	33,00 €	3300000	2%	66000	1,65 €	1%	660
217.800,00 €	7,00 €	31114286	4%	1244571	0,18 €	2%	24891
326.700,00 €	25,00 €	13068000	4%	522720	0,63 €	1%	5227
304.920,00 €	10,00 €	30492000	4%	1219680	0,25 €	1%	12197
435.600,00 €	7,50 €	58080000	1%	580800	0,75 €	2%	11616
87.120,00 €	8,00 €	10890000	1%	54450	1,60 €	1%	545
108.900,00 €	1,60 €	68062500	2%	1361250	0,08 €	2%	27225
108.900,00 €	5,50 €	19800000	2%	396000	0,28 €	1%	3960
108.900,00 €	300, 00 €	363000	1%	3630	30,00 €	1%	36
21.780,00 €	10,00 €	2178000	1%	21780	1,00 €	2%	436
2.178.000,00 €							

Diversas estrategias se utilizarán para hacer la captación de clientes pasando desde campaña teaser, siguiendo por campaña de captación y generación de recuerdo de marca, y posteriormente las campañas más primordiales que son las de conversión a usuarios finales.

La última etapa, es la más importante ya que a través de diferentes campañas publicitarias, campaña de captación y campañas de influencers, se buscará la rápida adopción de la cuota de mercado de la que se ha hablado anteriormente hacia la aplicación de TINDEFI. Lo más relevante con respecto a este hito es cómo se enfocará la estrategia de marketing. El mix de marketing estará enfocado en conseguir usuarios que tienen un interés real en invertir y tener mayor conocimiento sobre el mundo de la crypto economía. De este modo, nos alejamos de aquellos usuarios que simplemente están por un tema de curiosidad o por desconocimiento.

En la inversión, tanto a nivel digital como a nivel offline será importante atraer a los usuarios que realmente tengan un interés palpable en el uso de la aplicación y los beneficios de la misma. Adicionalmente se quiere que aquellos proyectos de

tokenización que quieran formar parte del ecosistema de TINDEFI tengan una base de legalidad y formalidad para que el ecosistema de usuarios sea relacionado a nivel mundial como de confianza y de valor añadido, tanto para proyectos de tokenización, como para usuarios de los mismos.

La estrategia tanto para el inicio de la ICO como para el posterior avance del proyecto, estará unificada para tener una continuidad. Inicialmente todas aquellas personas que representan un interés natural en proyectos de tokenización van a ser llegados a través de nuestra publicidad de alcance y con audiencias de nicho. Por ende, el presupuesto está invertido en gente muy afín a la inversión en proyectos de criptomonedas o proyectos de inversión rentables.

Definiendo así las campañas tanto para la adopción del proyecto inicial como para el posterior lanzamiento, con una audiencia unificada que se complementarán tanto al inicio como al final, de esta forma todos los esfuerzos publicitarios que se realicen en la ICO estarán enfocados igualmente a que estos usuarios sean los inversores posteriores de la aplicación.

2022								
Budget	1							
	75%	CPM	Impresiones	% de CTR	Clicks	CPC	Conversion rate	Users
	495.000,00 €	17,00 €	29117647	1%	291176	1,70 €	1%	2912
	3.465.000,00 €	15,00 €	231000000	4%	9240000	0,38 €	2%	184800
	1.237.500,00 €	33,00 €	37500000	2%	750000	1,65 €	1%	7500
	2.475.000,00 €	7,00 €	353571429	4%	14142857	0,18 €	2%	282857
	3.712.500,00 €	25,00 €	148500000	4%	5940000	0,63 €	1%	59400
	3.465.000,00 €	10,00 €	346500000	4%	13860000	0,25 €	1%	138600
	4.9050.000,00 €	7,50 €	660000000	1%	6600000	0,75 €	2%	132000
	990.000,00 €	8,00 €	129750000	1%	618750	1,60 €	1%	6188
	1.237.500,00 €	1,60 €	773437500	2%	15468750	0,08 €	2%	309375
	1.237.500,00 €	5,50 €	225000000	2%	4500000	0,28 €	1%	45000
	1.237.500,00 €	300, 00 €	4125000	1%	41250	30,00 €	1%	413
	247.500,00 €	10,00 €	24750000	1%	247500	1,00 €	2%	4950
	24.750.000,00 €							

Posteriormente se realizarán campañas especiales para hacer captaciones de usuarios de forma masiva.

Por ejemplo: campaña con un influencer que haga referencia al uso de la aplicación, campaña con personas del mundo del espectáculo que puedan hacer referencia a su uso de la aplicación o personas del mundo de las inversiones que también hagan referencias del uso de la aplicación.

Este hecho dará una fuerza de marca y se representará ante el mundo como una herramienta sólida y robusta que cuenta con el apoyo de personas importantes en el mundo, generando así una reputación de renombre.

A lo largo de las campañas, se realizará en paralelo campañas de retargeting o marketing de display para aquellos usuarios que en algún momento han visitado el proyecto y de esta forma generar audiencias similares a los cuales se podrá hacer anuncios segmentados, que se controlarán de manera minuciosa para entender cuál es el comportamiento del buyer persona y cómo se puede llegar más eficientemente.

Para conseguir una masa crítica inicial de usuarios se emplea una estrategia de marketing de referidos y de affiliate marketing para lograr así un efecto bola de nieve, que permita un mayor crecimiento tanto de usuarios como de posibles inversores.

Algunas de las fuentes principales en las cuales se espera conseguir usuarios : Twitter, Google, Facebook que incluye Instagram, Reddit y telegram.

5.1. Equipo

El equipo de marketing está dirigido por el CMO, quien se encargará de supervisar la planificación, el desarrollo y la ejecución de las tareas mencionadas anteriormente. Su principal responsabilidad es generar ingresos aumentando las ventas a través de estrategias de marketing. A su lado se encuentra el Asesor estratégico, este proporcionará el apoyo profesional para mejorar el desempeño y aconsejará al CMO con la ejecución de las acciones dada su experiencia y conocimiento.

El Project Manager del departamento de marketing, es una pieza fundamental que se asegura de que el proyecto asignado se cumple dentro de los objetivos marcados, entre ellos los requisitos de alcance, tiempo y coste.

El último cargo de dirección en marketing antes de pasar a los especialistas, es el de consultor y gerente del desarrollo de marketing internacional. Este dirigirá la estrategia de desarrollo y apertura de nuevos mercados internacionales. Se encarga de la gestión de equipos y del análisis del potencial de mercados aún sin explorar, así como de su prospección.

Los siguientes miembros son los de especialista en Ads en Play and IOS store y especialista en social Ads y SEO. Se responsabilizan de poner en contacto a los usuarios que tienen una necesidad o un deseo de consumir un producto o servicio con la empresa que lo oferta, haciendo uso de las herramientas de publicidad.

Los cargos de community manager y copywriting son la voz del proyecto en los medios digitales por lo que deben cubrir varias características clave. El copywriter se encarga de crear conceptos creativos y redactar textos persuasivos. Mientras que el Community Manager es el responsable de construir y administrar la comunidad online así como de gestionar la identidad y la imagen de marca. Con el objetivo de crear y mantener relaciones estables y duraderas con las personas que siguen el proyecto.

Definitivamente, para el resto de tareas se contará con profesionales freelances destinados a la realización de tareas puntuales.

Plan Financiero

Además de unificar el mundo crypto, Tindefi fusiona 2 modelos de negocio totalmente diferentes y complementarios. Permitiendo por un lado aprovechar las facilidades que ofrece la tokenización para recoger financiación. Y a su vez, implementar vías de negocio tradicionales

que posibiliten abundancia de recursos para el desarrollo de la compañía.

A continuación, se exponen las diversas características implicadas a cada modelo.

Modelo Crypto

Utilidades

Como principal garantía para los inversionistas. El token de Tindefi se encuentra respaldado por un gran número de utilidades dentro de la aplicación. Siendo indispensable para la mayoría de las operaciones y métodos de pago. Además de contar con una increíble variedad de opciones que se agregarán en el mediano y largo plazo. Algunas de las utilidades a destacar se muestran a continuación:

Acceso A Preventas

La plataforma actúa como lanzadera de proyectos de valor y seguros, gracias al respaldo de SCAN DEFI. Aquellos inversores que deseen participar en este tipo de lanzamientos, deberán ser poseedores de TIN.

Staking

Los poseedores de TIN que deseen bloquear sus tokens, generarán ingresos pasivos mediante gran variedad de fuentes de ingresos disponibles en la APP.

Ofertas V.I.P

Para los holders de TIN se podrán adquirir cofres de recompensas exclusivos.

Ingresos pasivos

Los creadores de contenido generarán ingresos en TIN, a través de su contenido. Siendo recompensados por atraer capital a la aplicación.

Cashback En Cryptums

Cuando el usuario realice envíos a través de nuestro sistema, quedará exento de comisiones de red (ya que la APP se hará cargo de ellas) siempre y cuando el envío se realice en TIN.

Premium

Los usuarios que posean una cantidad de TIN en concreto, disfrutarán de las ventajas y facilidades de ser premium, sin necesidad de pagar.

Merchandise

La tienda que aparecerá dentro de la APP, ofrecerá grandes ventajas y descuentos a los clientes que realicen sus operaciones con TIN.

Propinas y donaciones

Los usuarios podrán interactuar de manera preferente (mensajes destacados, diferenciaciones públicas, mayor visibilidad..) junto a los influencers y proyectos. Al realizar donativos en TIN.

Lanzamiento Token

Día: 1 Millón de Descargas entre Android e IOS

Precio salida: 50\$

Supply Máximo: 21.000.000

Exchanges: Por revelar

Redes: BSC y otras por revelar

Tokenomics

Máx Supply : 21.000.000

SYMBOL : TIN








Nombre : Tindefi

Decimales : 18

Comisiones

Se establecen comisiones con el objetivo de reducir la oferta por cada transacción realizada en el token. Siendo :

Distribución Supply

Porcentaje	Motivo	Lock	Lock					Total
			TGE	12	18	24	30	
Future Invesments	0,9 %		0%	10%	15%	30%	45%	100%
Advisors	0.7%		0%	10%	15%	30%	45%	100%
I+D+I	1.25%		0%	10%	15%	30%	45%	100%
Rewards	1%		1%	9%	15%	30%	45%	100%
Private Sale	3%		Vesting ICO +					100%
Listing	9%		3%	7%	15%	30%	45%	100%
Finance	5%		3%	7%	15%	30%	45%	100%
Operations	2%		3%	7%	15%	30%	45%	100%
Marketing	3.15%		0%	10%	15%	30%	45%	100%
ICO	24%		Vesting ICO+					100%
Lock to burn	50%		10%	15%	20%	25%	30%	100%

Fases ICO

Ronda	Financiado	Agregado	Precio	Rentabili- dad	Tokens	% Total	% Total Agregado	Precio Mercado	Timing	%	% Agre- gado
0	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 5,00	1000,0%	\$ 200.000	0,9524%	0,952%	50	1.205	0,083%	100,02%
1	\$ 1.810.000	\$ 2.810.000	\$ 7,00	714,3%	\$ 258.571	1,2313%	2,184%	50	1.205	0,083%	100,00%
2	\$ 2.620.000	\$ 5.430.000	\$ 9,00	555,6%	\$ 291.111	1,3862%	3,570%	50	1.205	0,083%	100,00%
3	\$ 3.430.000	\$ 8.860.000	\$ 11,00	454,5%	\$ 311.818	1,4848%	5,055%	50	1.205	0,083%	100,00%
4	\$ 4.240.000	\$ 13.100.000	\$ 13,00	384,6%	\$ 326.154	1,5531%	6,608%	50	1.205	0,083%	100,00%
5	\$ 5.050.000	\$ 18.150.000	\$ 15,00	333,3%	\$ 336.667	1,6032%	8,211%	50	1.205	0,083%	100,00%
6	\$ 5.860.000	\$ 24.010.000	\$ 17,00	294,1%	\$ 344.706	1,6415%	9,853%	50	1.205	0,083%	100,00%
7	\$ 6.670.000	\$ 30.680.000	\$ 19,00	263,2%	\$ 351.053	1,6717%	11,524%	50	1.205	0,083%	100,00%
8	\$ 7.480.000	\$ 38.160.000	\$ 21,00	238,1%	\$ 356.190	1,6961%	13,220%	50	1.205	0,083%	100,00%
9	\$ 8.290.000	\$ 46.450.000	\$ 23,00	217,4%	\$ 360.435	1,7164%	14,937%	50	1.205	0,083%	100,00%
10	\$ 9.100.000	\$ 55.550.000	\$ 25,00	200,0%	\$ 364.000	1,7333%	16,670%	50	1.205	0,083%	100,00%
11	\$ 9.910.000	\$ 65.460.000	\$ 27,00	185,2%	\$ 367.037	1,7478%	18,418%	50	1.205	0,083%	100,00%
12	\$ 10.720.000	\$ 76.180.000	\$ 29,00	172,4%	\$ 369.655	1,7603%	20,178%	50	1.205	0,083%	100,00%
13	\$ 11.530.000	\$ 87.710.000	\$ 31,00	161,3%	\$ 371.935	1,7711%	21,949%	50	1.205	0,083%	100,00%
14	\$ 12.340.000	\$ 100.050.000	\$ 33,00	151,5%	\$ 373.939	1,7807%	23,730%	50	1.205	0,083%	100,00%

Agregación De Liquidez Y Quemas

Agregar liquidez - compras con beneficios de la empresa trimestrales destinadas a las quemas

Cada trimestre, la compañía Tindefi destinará un porcentaje de los beneficios generados a la compra y quema de TIN.

Quemas ICO - en caso de no llegar al objetivo propuesto

Si la ICO finaliza antes de llegar a La Ronda 15. El supply destinado a cada ronda que no se haya cubierto será destinado a la quema.

Quemas del supply progresivas durante la liberación progresiva de los tokens
A medida que el token esté en el mercado, se realizarán quemas periódicas del 50% del supply destinado a ello.

Quemas por comisiones de los inversores
Muchas de las fuentes de ingresos de la aplicación.

Timing

Los inversores que participen en la ICO comenzarán a recibir los tokens desde el día uno de su lanzamiento a la venta pública. Siendo 1205 los días en los que recibirán el total de sus tokens de manera proporcional.

Con este sistema de distribución, se logra ofrecer unas rentabilidades más altas para los inversores de la ICO. Al igual que se afilia al inversor, y se protege el impacto de ellos en el mercado. Buscando siempre la alternativa más adecuada para los inversores iniciales, posteriores y el proyecto.

Además, cada uno de los días que pasen se irá reduciendo la oferta, mediante quemas progresivas del supply. Para incentivar el apoyo a los inversores.

Modelo Tradicional

Metas

	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año
Descargas	1.000.000	5.000.000	20.000.000	50.000.000
Financiación	100.000.000	200.000.000	500.000.000	1.000.000.000
Donaciones	1.000.000	2.000.000	5.000.000	10.000.000
Team	100	250	1.000	2.500
Exchanges	5	15	30	50
Países	6	10	10	10
Venture Capitals	100	230	500	1000
Influencers	300	2000	5000	10000
Proyectos	350	1500	3500	5000

Plan Financiero

Para una mayor exactitud de cara al inversionista, se posponen datos acerca de la cuenta de pérdidas y ganancias. Junto al plan de tesorería. Los cuales se mostrarán a lo largo del 2022. Y se irán auditando públicamente de forma anual junto al resto de datos sobre la compañía.

Plan de financiación 2022

A lo largo del 2022 el objetivo del proyecto es estar financiado en 100.000.000\$. La recaudación del primer año vendrá dada mediante una única clase:

ICO

Se recauda financiación, a través de la preventa del token oficial de la empresa Tindefi. Siendo 100.000.000\$ el máximo a financiar durante un máximo de 15 rondas de financiación.

A continuación se muestra la distribución establecida para los fondos recaudados de la ICO

Porcentaje	Cantidad	% Distribution
Marketing	33.000.000	33%
I+D+I	33.000.000	33%
Equipo	1.200.000	1,2%
Otros	3.800.000	3,8%
Market Maker	15.000.000	15%
Liquidez	4.000.000	4%
Inversión En Herramientas Financieras	10.000.000	10,0%
Total	100.000.000	100%

Plan de financiación a partir del año 2023

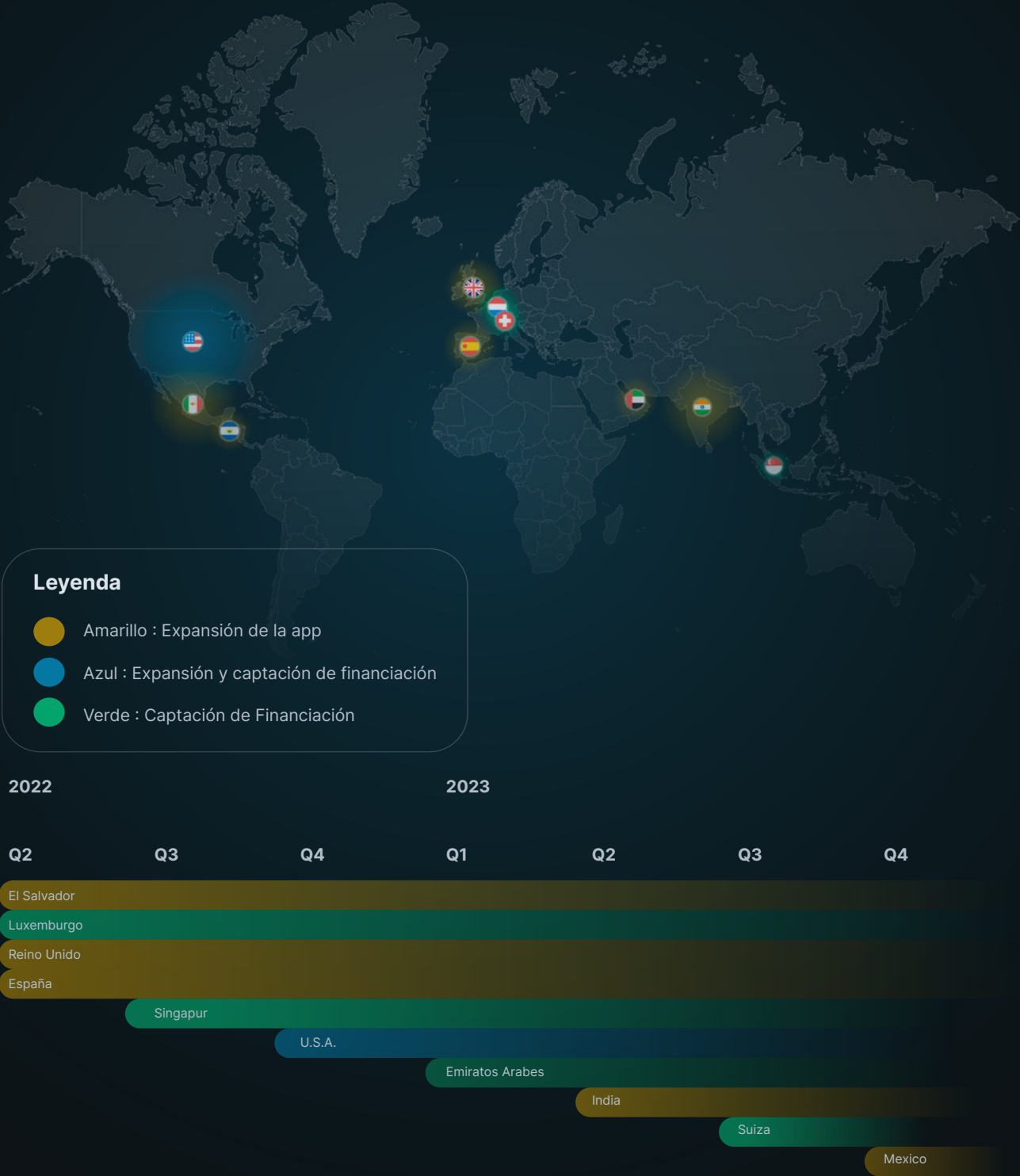
Se sustituye la ICO por la financiación vía equity estratégica y progresiva hasta 2025, con el objetivo de recoger fondos y destinar la totalidad de los recursos a la reinversión y el crecimiento de todos los aspectos de la compañía.

Equity

Se recauda financiación, a través de la venta de participaciones de la empresa. Analizando estratégicamente la situación en cada momento para el bien del proyecto.

para los próximos años. Siendo Luxemburgo, Singapour, USA, Emiratos Árabes y Suiza las potencias seleccionadas dadas las circunstancias actuales.

A continuación se muestran los países seleccionados para la explotación de recursos financieros



Fuentes de ingresos

En referencia al modelo de negocio, Tindefi cuenta con diversas vías de ingresos. Las cuales se irán implementando de manera progresiva en el tiempo, con el fin de aportar el máximo valor posible al usuario, y en ningún caso presionarlo. Se destacan las siguientes fuentes :

Plan de ingresos :

	0	1 Año	2 Año	3 Año	Ingreso	Ingreso Agregado	% Total
Minería		9.595.688	16.041.094	26.815.867	52.452.648	52.452.648	15%
Afiliación		250.000	1.250.000	5.000.000	6.500.000	58.952.648	2%
Publicidad		7.910.104	43.358.972	176.944.319	228.213.395	287.166.043	66%
Merchandise		766.500	3.832.500	15.330.000	19.929.000	307.095.043	6%
Nfts					0	307.095.043	0%
Campañas		960.000	1.920.000	3.840.000	6.720.000	313.815.043	2%
Skins		182.500	912.500	3.650.000	4.745.000	318.560.043	1%
Cofres		364.635	1.823.175	7.292.700	9.480.510	328.040.553	3%
Portafolio		1.500.000	2.250.000	3.375.000	7.125.000	335.165.553	2%
Launchpad		1.200.000	1.800.000	2.400.000	5.400.000	340.565.553	2%
Venture Capital		480.000	960.000	1.920.000	3.360.000	343.925.553	1%
Total	0	23.209.426	74.148.241	246.567.886	343.925.553	687.851.106	100%
Metas De Gastos	100.000.000	200.000.000	500.000.000	1.000.000.000	1.800.000.000	2.487.851.106	523%
Financiación	100.000.000	176.790.574	425.851.759	753.432.114	1.456.074.447	3.943.925.553	423%

Plan de gastos :

	0	1 Año	2 Año	3 Año	Gasto	Gasto Agregado	% Total
Equipo	1.111.111	1.666.667	3.333.333	8.333.333	14.444.444	14.444.444	1%
Material	28.800	57.600	144.000	1.500.000	1.730.400	16.174.844	0%
Marketing	33.000.000	66.000.000	171.600.000	330.000.000	600.600.000	616.774.844	34%
Viajes	318.000	462.000	924.000	3.000.000	4.704.000	621.478.844	0%
Donaciones	1.000.000	2.000.000	5.000.000	8.000.000	16.000.000	637.478.844	1%
Minería	12.878.706	4.812.328	8.044.760	26.815.867	52.551.661	690.030.505	3%
Bonus	1.080.000	3.600.000	27.000.000	60.480.000	92.160.000	782.190.505	5%
I+D+I	33.000.000	66.000.000	126.923.077	264.000.000	489.923.077	1.272.113.582	27%
Market Maker	15.000.000	7.414.824	24.656.789	34.392.555	81.464.168	1.353.577.750	5%
Otros Gastos	2.100.000	46.000.000	120.000.000	260.000.000	428.100.000	1.781.677.750	24%
Total	99.516.617	198.013.419	487.625.959	996.521.755	1.781.677.750		

Descargo De Responsabilidad

“Hemos venido a cumplir nuestra misión, y no cesaremos hasta alcanzarla.”

El documento al completo muestra metas, previsiones y análisis realizados por la compañía Tindefi SA. Con ello se propone ofrecer una perspectiva interna del alcance y la ambición del proyecto. En ningún caso se garantiza el éxito de las posibles inversiones, y no nos hacemos responsables de las pérdidas ni beneficios que pudiese lograr el inversor. Por contrapartida, se queda a disposición absoluta de cualquier persona o entidad, que requiera

trato profesional en las redes sociales citadas en el informe ejecutivo o nuestra página web oficial tindefi.net.

En último lugar, lo que sí se garantiza es el trabajo y desempeño total por parte del equipo que compone el proyecto.

Tin Defi



hello@tindefi.net