

PACTO DE ACCIONISTAS

DE

BESELF BRANDS, S.A.

celebrado entre

Doña Mireia Calvet Verges,

Doña María Trinidad Asensio Blasco,

Don Christiaan Leonard Bouwer,

Don Jordi Tàpies Ibern,

EMEI GROUP, S.L.,

y

BESELF BRANDS, S.A.

Valls (Tarragona), 28 de marzo de 2025

ÍNDICE

EXPONEN

PACTO 1 OBJETO

PACTO 2 EL OBJETIVO Y SU FINANCIACIÓN

PACTO 3 GOBIERNO DE LA SOCIEDAD

PACTO 4 RÉGIMEN DE LAS ACCIONES

PACTO 5 COMPROMISO DE LOS ACCIONISTAS FUNDADORES

PACTO 6 DISTRIBUCIÓN DE DIVIDENDOS

PACTO 7 DERECHO DE INFORMACIÓN

PACTO 8 PREMIO A LA FIDELIDAD DE LOS NUEVOS ACCIONISTAS

PACTO 9 PUBLICIDAD

PACTO 10 GASTOS E IMPUESTOS

PACTO 11 NOTIFICACIONES

PACTO 12 PREVALENCIA DEL ACUERDO

PACTO 13 ADHESIÓN AL PACTO DE ACCIONISTAS Y CLÁUSULA PENAL

PACTO 14 VIGENCIA DEL ACUERDO

PACTO 15 RESOLUCIÓN DE CUESTIONES LITIGIOSAS

PACTO 16 LEY APLICABLE

PACTO 17 SEPARABILIDAD

PACTO 18 GENERALIDADES

PACTO DE ACCIONISTAS BESELF BRANDS, S.A.

En Valls (Tarragona), a 28 de marzo de 2025

REUNIDOS

De una parte, Doña **Mireia Calvet Verges**, mayor de edad, con DNI número 77.786.582-F, domicilio empresarial, en Valls, Carrer Blanquers, parcela 7-8, email: mireia.c@beselfbrands.com.

De otra, Doña **María Trinidad Asensio Blasco**, con DNI número 37.627.300-J, domicilio en Sant Cugat del Vallès, calle Violetas, número 55, email: titina.asensio@hotmail.com.

De otra, Don **Christiaan Leonard Bouwer**, mayor de edad, con NIE español Y3860576V, y provisto de pasaporte neerlandés número NV2L68D97, domicilio en Andorra la Vella, (Principat d'Andorra), carrer de la Creu Grossa, número 8 email: chris.bouwer@gmail.com.

De otra, Don **Jordi Tàpies Ibern**, mayor de edad, con NIE español X2235623T, y provisto de pasaporte andorrano número 0015043, domicilio en Escaldes (Principat d'Andorra), calle Paraires email: jordi@lucasfox.com.

De otra, la sociedad **EMEI GROUP, S.L.**, de nacionalidad andorrana, con domicilio en Escaldes, Avenida Consell de la Terra, número 14-16, edificio Tàpies, 4-13, inscrita en el Registro de Sociedades del M.I. Gobierno, con número 19860, libro S-317, folio 101-110, de fecha 27 de enero de 2021, con número de Registro Tributario L-714956-X, representada por Don **Albert Prat Asensio**, con DNI número 52.599.966-R, en su calidad de Administrador Único, email: albert.p@emei-group.ad.

Y de otra, la sociedad **BESELF BRANDS, S.A.**, de nacionalidad española, con domicilio social en la calle Blanquers, parcela 7-8, 43800 – Valls (Tarragona), España, constituida originariamente con la denominación social de AGROVERD MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS, S.L. en virtud de escritura pública otorgada por la Notaria de Sabadell, D. Marta Navarro Asensio, el 20 de mayo de 2009, con el número 702 de su protocolo; inscrita en el Registro Mercantil de Tarragona al tomo 2.847, folio 5, hoja número T-47561, provista de CIF número B-65114373 (hasta hoy) y EUID: ES43017.0001900734 (en adelante, la “**Sociedad**”), representada en este acto por su Administradora Única, Doña Mireia Calvet Verges, email: mireia.c@beselfbrands.com.

La Sociedad comparece para tomar conocimiento de los términos y condiciones del presente pacto de accionistas.

Doña Mireia Calvet Verges, Doña María Trinidad Asensio Blasco, Don Christiaan Leonard Bouwer, Don Jordi Tàpies Ibern, EMEI GROUP, S.L. se denominarán conjuntamente como los “**Accionistas Fundadores**” o cualquiera de ellos, ocasionalmente y cuando resulte procedente, como el “**Accionista Fundador**”.

Los Accionistas Fundadores, los Accionistas (según se definirá más adelante) y la Sociedad denominaran conjuntamente como las “**Partes**” o cualquiera de ellos, ocasionalmente y cuando resulte procedente, como la “**Parte**”.

Las Partes, en la calidad en la que intervienen, aseguran tener la capacidad legal necesaria para obligarse en los términos del presente pacto de accionistas (en adelante, el «**Pacto de Accionistas**») y, en virtud de lo anterior

EXPONEN

- I- Que, la Sociedad es una sociedad cuyo objeto social principal es el comercio al por mayor y menor y la intermediación de cualquier tipo de herramienta y maquinaria.
- II- Que, a fecha de hoy la Junta General de socios ha acordado transformar la Sociedad en sociedad anónima.
- III- Que, asimismo, a fecha de hoy, la Junta General de socios también ha acordado modificar el valor nominal de las acciones a un céntimo de euro (0,01.-€) de valor nominal y aumentar el capital social en la cuantía de VEINTINUEVE MIL SETECIENTOS DOCE EUROS (29.712,00.- €) mediante la creación de 2.971.200 acciones, igualmente de un céntimo (0,01.-€) de valor nominal cada una de ellas, numeradas de la 14.870.701 a la 17.841.900, ambas inclusive, representativas del 16,65% del capital social, las cuales han sido asumidas y suscritas por la propia Sociedad en régimen de autocartera y desembolsadas al 100% de su importe, esto es, en VEINTINUEVE MIL SETECIENTOS DOCE EUROS (29.712,00.- €) con cargo a reservas voluntarias de la misma.
- IV- Que, el capital social de la Sociedad queda fijado en CIENTO SETENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS DIECINUEVE EUROS (178.419,00.- €), DIECISIETE MILLONES OCHOCIENTAS CUARENTA Y UN MIL NOVECIENTAS (17.841.900) acciones, de valor nominal UN CÉNTIMO DE EURO (0,01.-€) cada una de ellas, numeradas correlativamente del 1 al 17.841.900, ambos inclusive, y se ha acordado que las acciones están representadas por medio de sistemas basados en tecnología de registros distribuidos (Tokens).
- V- Dichas acciones han sido adquiridas por los Accionistas Fundadores, ostentado, cada uno de ellos, la participación que se detalla en el **Anexo I**.
- VI- La Sociedad ha elaborado a estos efectos el pertinente Documento de emisión, haciendo constar toda la información necesaria respecto a la identificación de la entidad encargada del registro contable y responsable de la administración de la inscripción y registro, así como la identificación y características de las acciones emitidas.
- VII- Que todo lo anterior, está pendiente de elevación a público e inscripción en el Registro Mercantil y en la Comisión Nacional de Mercado de Valores.

VIII- Que, con el objetivo de regular las relaciones entre las Partes, en tanto que actuales y futuros Accionistas de la Sociedad, acuerdan suscribir el presente Pacto de Accionistas, el cual entrará en vigor a la fecha de inscripción de lo anterior en el Registro Mercantil de Tarragona.

Que, en base a lo que antecede, las Partes han decidido celebrar el presente Pacto de Accionistas con sujeción a los siguientes

PACTOS

1. OBJETO

- 1.1. Constituye el objeto del Pacto (i) la regulación de las relaciones de los Accionistas en aquellas cuestiones o materias directamente relacionadas con el funcionamiento de la Sociedad; y que directa o indirectamente dependan de las decisiones de las Partes a través de las juntas generales de Accionistas o de los administradores nombrados por éstos; y (ii) el establecimiento de los términos y condiciones que regirán la transmisión de las acciones en que se divide el capital social de la Sociedad, así como otros pactos relacionados.
- 1.2. En este sentido, las Partes manifiestan expresamente que no existen otros acuerdos o contratos distintos del presente que regulen sus relaciones como Accionistas de la Sociedad, a excepción de la Escritura de Constitución y los Estatutos Sociales de la Sociedad, en lo que éstos no se opongan a lo previsto en el Pacto de Accionistas.
- 1.3. A su entrada en vigor, los derechos y obligaciones asumidos en virtud del Pacto de Accionistas tendrán fuerza de ley entre las Partes, comprometiéndose a cumplir las obligaciones diligente y fielmente.
- 1.4. Los Accionistas se comprometen a ejercitar todos los derechos inherentes a su condición de Accionistas de la Sociedad con objeto de dar plena eficacia al Pacto de Accionistas. Asimismo, las Partes se comprometen a interpretar el Pacto de Accionistas y a ejercitar los derechos que les confiera el Pacto de Accionistas o que sean inherentes, en su caso, a su condición de Socios de la Sociedad:
 - a) de conformidad con las más estrictas exigencias del principio de la buena fe y, por tanto, sin impedir, bloquear o retrasar indebidamente la gestión, administración o conducción de los negocios de la Sociedad, ni la toma de decisiones por los órganos de la Sociedad; y
 - b) sobre la base de la estricta independencia y con plena salvaguarda del interés social de la Sociedad, no debiendo actuar o ejercitar sus derechos con base a intereses propios o los de cualquier sociedad de su grupo de sociedades, cuando dichos intereses sean incompatibles con el interés de la Sociedad.

2. OBJETIVO Y FINANCIACIÓN

2.1 Se fija, como objetivo para la Sociedad, la obtención de financiación a través de los fondos que se obtengan de venta de las acciones que representan el 16,65% del capital para llevar a cabo un proyecto de expansión de mercado en los ámbitos de: ampliación de catálogo, aumento de ventas y expansión territorial (el “**Proyecto**”).

2.2 Para desarrollar su Proyecto, la Sociedad precisa de una inversión de 7.962.816 €.

2.3 El Proyecto tiene 3 fases:

- **Fase 1** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Desarrollo y crecimiento en mercados como Francia, Portugal e Italia.
 - Potenciación del mercado alemán a través de marketplaces.

El mercado francés es uno de los mercados más potentes, en cuanto a la compra on-line, de la Unión Europea. A nivel global el mercado on-line francés casi triplica el mercado español.

Partiendo de un nivel de ventas en Francia muy similar al que se realizan en España; con el Proyecto se pretende multiplicar por tres (3) las ventas en el mercado francés. En cuanto a las ventas en Italia, al final del Proyecto, estas duplicarán las ventas actuales.

En lo referente al mercado alemán: contando con una ratio de poder adquisitivo por habitante *top* en Europa, la potenciación del mercado alemán, va a facilitar que los productos de la Sociedad puedan ofrecerse a precios más elevados y así incrementar la rentabilidad.

Para el éxito de esta fase, se va a requerir de inversión en mejora de medios informáticos, inteligencia artificial y comunicación, entre otros; así como reestructurar el pasivo de la compañía, para conseguir un mejor apalancamiento financiero que incremente la rentabilidad de la empresa.

- **Fase 2** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Potenciar las ventas a través del propio website en España, Francia, Italia y Portugal.
 - Incrementar el valor de marca.

Con la intención de incrementar la rentabilidad de la empresa, la Sociedad pretende potenciar la venta a través de su website. En un formato tipo Marketplace, entre otros objetivos, se conseguirá mejorar la experiencia de compra, obteniendo una venta cruzada de los productos de las diferentes marcas propias y desarrollando una estrategia de valor añadido enfocada a la satisfacción del cliente.

Con la transferencia de la venta de Marketplace externo a la venta por website propio, la rentabilidad se ve incrementada, tanto por evitar las comisiones de los servicios de Marketplaces, el *pay per click* o el coste de los *banners* publicitarios como por el conocimiento del cliente; al poder contactar directamente con él, sin intermediarios de comunicación y a través de medios más eficientes.

La mejora en la comprensión de los clientes va a permitir diseñar nuevos productos y mejorar los procesos de venta, aumentando así el disfrute del cliente.

Para alcanzar los objetivos de esta fase y poder garantizar el volumen de visitas, compras y fidelización necesarios, la Sociedad requerirá de inversión en medios de tecnología informática: Big Data, inteligencia artificial, desarrollo de los website y potenciación del hardware; así como incrementar nuestra comunicación corporativa a través de redes sociales, Ads y eventos.

- **Fase 3** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Entrada en el mercado del Reino Unido (Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda).
 - Expansión en el mercado alemán a través del propio website.

Tras consolidar las fases anteriores, la Sociedad se enfocará en optimizar el margen de ventas en Alemania y en expandirse en el mayor mercado de Europa: el Reino Unido.

Una vez implementados y consiguiendo un volumen de ventas adecuado en Alemania, la Sociedad redirigirá su estrategia a conducir el mercado alemán a la compra en su website. Como se comentaba en la fase anterior, esta estrategia permitirá mejorar la rentabilidad por venta.

En cuanto a la integración en el mercado inglés, con el mercado de la Unión Europea consolidado, se pretende alcanzar el que es el mercado europeo más activo y más grande en la compra on-line.

La Sociedad aprovechará la experiencia e inversión realizadas en las etapas anteriores para conseguir el éxito en esta fase. Los fondos necesarios irán orientados, principalmente, al área de marketing para fomentar las campañas de comunicación que ayuden a conseguir la penetración en el mercado inglés y la conducción de las compras de los clientes alemanes a los websites corporativos.

Al mismo tiempo, será necesario invertir en medios tecnológicos para absorber la entrada de nuevas visitas y compras en nuestro entorno web.

Se adjunta como **Anexo II** el Plan de Negocio.

- 2.4 En cuanto esté disponible, la Sociedad tramitará los documentos necesarios para permitir que sus accionistas (titulares de los tokens) puedan negociar en un

mercado secundario (exchange) del máximo nivel TIER 1, 2 ó 3, que para el tipo de inversión y disponibilidad del mercado sea posible.

3. GOBIERNO DE LA SOCIEDAD

3.1 La Sociedad está administrada por un Administrador Único.

3.2 El Administrador ejercerán su cargo por el plazo de 6 años.

3.3 El cargo de administrador es gratuito.

4. RÉGIMEN DE LAS ACCIONES

4.1 Las acciones tiene un valor nominal UN CÉNTIMO DE EURO (0,01.-€) cada una de ellas, son de una misma clase y serie y están representadas por medio de sistemas basados en tecnología de registros distribuidos (en adelante, las “**Acciones**” o los “**Tokens**”).

4.2 La transmisión de las Acciones y la constitución de derechos reales o cualquier otra clase de gravámenes sobre las mismas serán objeto de inscripción en el correspondiente registro, que llevará una única entidad designada por la Sociedad que reúna los requisitos y sea conforme al artículo 8 de la Ley de Mercado de Valores; y así mismo la llevanza del sistema de registro por parte de dicha entidad, transmisión, expedición de Certificados de legitimación y demás cuestiones se realizarán y regirán por lo dispuesto en la Ley del Mercado de Valores y disposiciones concordantes.

4.3 Las Acciones y los derechos económicos que derivan de ellas, incluido el de suscripción preferente, son libremente transmisibles por todos los medios admitidos en Derecho. La transmisión de Acciones de la Sociedad se ajustará en todo caso a las condiciones establecidas en la legislación vigente que resulte de aplicación.

4.4 La transmisión de las Acciones de la Sociedad tendrá lugar por transferencia registrada en el registro distribuido. La inscripción de la transmisión en el registro distribuido a favor del adquirente producirá los mismos efectos que la tradición de los títulos.

4.5 La Sociedad no reconocerá el ejercicio de los derechos derivados de quienes adquieran sus acciones infringiendo normas imperativas.

4.6 En cuanto esté disponible, la Sociedad tramitará los documentos necesarios para permitir que los Accionistas puedan negociar en un mercado secundario (exchange) del máximo nivel TIER 1, 2 ó 3, que para el tipo de inversión y disponibilidad del mercado sea posible.

5. COMPROMISO DE LOS ACCIONISTAS FUNDADORES

Sin perjuicio de la libre transmisibilidad de las Acciones, los Accionistas Fundadores, que actualmente son titulares del 83,35% de las Acciones que no serán objeto de comercialización, con el fin de ofrecer confianza en el Proyecto se comprometen a no vender más de un 10% de sus Acciones por año durante los 4 primeros años después del cierre de la primera fase de venta de Tokens.

6. DISTRIBUCIÓN DE DIVIDENDOS

6.1 A partir del ejercicio cerrado en el 2027, la mitad del resultado neto distribuible se repartirá entre los Accionistas.

6.2 La Sociedad procederá a practicar, en el momento de la distribución de dividendos, intereses, participaciones en beneficios o cualquier otra remuneración a los Accionistas, las retenciones fiscales que resulten exigibles conforme a la normativa tributaria vigente en cada momento.

Ejemplo: Si el resultado neto distribuible del ejercicio 2027 es de 500k€, un accionista que posea un 2% de la compañía recibirá (importe bruto): $500\text{k€} * 50 \% * 2 \% = 5\text{k€}$

7. DERECHO DE INFORMACIÓN

7.1 Las Cuentas Anuales de la Sociedad serán auditadas, aunque no sea obligatorio.

7.2 Los Accionistas recibirán trimestralmente (enero, abril, julio y octubre) información financiera que permita conocer los resultados y evolución del proyecto. Los KPI's podrán incluir, y no estarán limitados a estos: Ventas, EBITDA, EBIT, cash-flow. Resultado neto. Predicción a final de año. Ejecución de las partidas presupuestadas en el proyecto.

7.3 Los directivos de la Sociedad podrán modificar o ampliar la cantidad de KPIs evitando que la información sensible que pueda ser utilizada por la competencia no sea pública y distribuida.

7.4 Adicionalmente, los directivos de la Sociedad ofrecerán dos AMA:
(a) febrero: presentación de los resultados del ejercicio anterior y presupuesto para el año en curso; y
(b) julio: análisis de la evolución del presupuesto y reajuste de la previsión para final del ejercicio.

7.5 Los Accionistas podrán identificarse en la Web donde tendrán información sobre la Sociedad: las inversiones realizadas, rentabilidad, así como información relevante que también podrá ser compartida por otros canales de comunicación como las redes sociales.

8. PREMIO A LA FIDELIDAD DE LOS NUEVOS ACCIONISTAS

8.1 Los nuevos accionistas que mantengan sus Tokens un (1) año después de la adquisición, disfrutarán de un premio en modo de donación monetaria por parte de la Sociedad consistente en el 10% de la inversión realizada, proporcional al número de Tokens adquiridos, siempre que la Sociedad obtenga durante el ejercicio 2025 beneficios que sean distribuibles, esto es, una vez atendidas y cubiertas las reservas legales y estatutarias, compensado las pérdidas de ejercicios anteriores y otros conceptos establecidos en la Ley de Sociedades de Capital.

Ejemplo:

- Importe total recaudado por la Sociedad en todas sus fases y preventas: 7.962.816,00€
- Total del premio: $7.962.816,00€ \times 10\% = 796.281,60€$
- Accionista que hubiera adquirido un 3% de los Tokens obtendrá: $796.281,60€ \times 3\% = 23.888,45€$

8.2 Para ello, la Sociedad dotará una reserva contable para bloquear el importe de la venta de los Tokens, el importe correspondiente al 10% del importe de las ventas de Tokens.

8.2 Esta donación se pagará dentro del mes siguiente a la aprobación de las cuentas anuales del ejercicio 2025.

9. PUBLICIDAD

9.1 La Sociedad podrá emitir o provocar la publicación de comunicados de prensa o de cualquier tipo de anuncio a público que se refiere a las operaciones que se contemplan en el Pacto de Accionistas.

9.2 Los Accionistas no podrán emitir o provocar la publicación de ningún comunicado de prensa o de cualquier otro tipo de anuncio al público que se refiera a las operaciones que se contemplan en el Pacto, sin contar previamente con el consentimiento de la Sociedad.

10. GASTOS E IMPUESTOS

Cada Parte pagará sus respectivos gastos y costes legales, incluyendo los honorarios profesionales de los asesores, que serán a cargo de la Parte correspondiente, y todos los costes y gastos en los que las Partes hayan incurrido con relación al Pacto. Los gastos y honorarios derivados de la participación de funcionario público en la formalización del Pacto serán sufragados por la Sociedad.

11. NOTIFICACIONES

- 11.1 Todos los avisos y comunicaciones escritas enviadas en ejecución del Pacto de Accionistas deberán hacerse por correo (ordinario u electrónico) o burofax con acuse de recibo, o por cualquier otro medio que permita acreditar su recepción y la fecha en que se produjo.
- 11.2 A los efectos del presente Pacto de Accionistas, las Partes designan expresamente como domicilios y correos electrónicos hábiles para la práctica de comunicaciones los señalados en el encabezado del presente Pacto de Accionistas.

12. PREVALENCIA DEL ACUERDO

Es intención de las Partes que todos y cada uno de los términos del Pacto de Accionistas se reflejen, en la medida de lo posible y con carácter permanente, en los Estatutos Sociales de la Sociedad. Por consiguiente, de existir cualquier discrepancia entre el texto de los Estatutos Sociales y el Pacto de Accionistas, las Partes acuerdan expresamente que este último prevalecerá sobre los mismos.

13. ADHESIÓN AL PACTO DE ACCIONISTAS Y CLÁUSULA PENAL

- 13.1 Toda transmisión o nueva creación de Acciones de la Sociedad a favor de tercero significará de forma intrínseca que el adquirente se adhiere al presente Pacto de Accionistas.
- 13.2 Los nuevos titulares de los Tokens junto con los Accionistas Fundadores serán denominados como "**Accionistas**".
- 14.1 En el supuesto de que alguna de las Partes o los Accionistas transmitiera Acciones o Tokens en la Sociedad, el transmitente deberá informar al adquirente que su adquisición implica la adhesión automática de éste al presente Pacto de Accionistas. En caso de no informarse o que el adquirente niegue la adhesión al Pacto de Accionistas, la Sociedad podrá reclamar al accionista transmitente cualquier daño y perjuicio que hubiera causado por dicho incumplimiento.

14. VIGENCIA DEL ACUERDO

- 14.2 El Pacto de Accionistas entrará en vigor el día que quede inscrita en el Registro Mercantil los actos enumerados en los Expositivos II (transformación), III (ampliación de capital) y IV (tokenización de las acciones).
- 14.3 El Pacto de Accionistas se mantendrá vigente hasta que la Sociedad permanezca vigente y operativa.

15. RESOLUCIÓN DE CUESTIONES LITIGIOSAS

- 15.1 En el caso de que se produzca cualquier tipo de discrepancia o diferencia entre las partes en relación con la existencia o el contenido del Pacto, las Partes negociarán de buena fe para intentar resolver tal discrepancia o diferencia dentro del plazo máximo de un (1) mes a contar desde la fecha en que cualquiera de ellas notifique formalmente a la otra el surgimiento de la discrepancia.
- 15.2 Para el supuesto de que la discrepancia o diferencia no se resolviera dentro del plazo máximo señalado, las Partes, con renuncia expresa a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles, se someterán a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de Tarragona.

16. LEY APLICABLE

El Pacto de Accionistas se registrará e interpretará de acuerdo con las Leyes de España.

17. SEPARABILIDAD

Si cualquier pacto de este Pacto fuese declarado, total o parcialmente, nulo o ineficaz, tal nulidad o ineficacia afectará tan sólo a dicha disposición o a la parte de la misma que resulte nula o ineficaz, y el Pacto de Accionistas permanecerá vigente en todo lo demás, teniéndose por no puesta tal disposición o la parte de la misma que resulte afectada. A tales efectos, el Pacto de Accionistas sólo dejará de tener validez exclusivamente respecto de la disposición nula o ineficaz, y ninguna otra parte o disposición del Pacto quedará anulada, invalidada, perjudicada o afectada por tal nulidad o ineficacia, salvo que por resultar esencial hubiese de afectar al Pacto de forma integral.

18. GENERALIDADES

- 18.1 El Pacto de Accionistas y sus anexos, que forman parte integrante del mismo a todos los efectos, representa el único acuerdo válido entre las Partes en relación con el objeto del mismo y deja sin efecto cualesquiera otros contratos o acuerdos alcanzados por las Partes con anterioridad, ya fueran orales o escritos.
- 18.2 Ninguna modificación o variación de los términos del Pacto de Accionistas será eficaz si no ha sido establecida por escrito y firmada por las Partes que queden vinculados por aquella.
- 18.3 Los títulos de los Pactos del Pacto de Accionistas han sido insertados para facilitar la lectura del mismo, pero no forman parte de él, ni definen, limitan ni describen el ámbito o intencionalidad de los Pactos que preceden.

Y en prueba de conformidad y aceptación, firman las Partes el presente Pacto de Accionistas, en un único ejemplar, a un solo efecto, en el lugar y fecha arriba indicados.

Accionista	Firma
EMEI GROUP, S.L.	<p>DocuSigned by:</p> <p><i>ALBERT PRAT ASENSIO</i></p> <p>FFEC34FA374D482...</p>
María Trinidad Asensio Blasco	<p>Firmado por:</p> <p><i>Trinidad Asensio Blasco</i></p> <p>39FA2B3B9ACB41E...</p>
Mireia Calvet Verges	<p>Signed by:</p> <p><i>Mireia Calvet Verges</i></p> <p>7DD22F93DAF24BD...</p>
Christiaan Leonard Bouwer	<p>Signed by:</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>C1879A5AF62C48C...</p>
Jordi Tàpies Ibern	<p>Firmado por:</p> <p><i>Jordi Tàpies Ibern</i></p> <p>5693AD55922B451...</p>
BESELF BRANDS, S.A.	<p>Signed by:</p> <p><i>Mireia Calvet Verges</i></p> <p>7DD22F93DAF24BD...</p>

Anexo I
COMPOSICIÓN ACCIONARIAL

Accionista	Número de acciones	Numeración	Porcentaje
EMEI GROUP, S.L.	10.229.850	de la 1 a la 10.229.850, ambas inclusive	57,34%
María Trinidad Asensio Blasco	75.150	de la 10.229.851 a la 10.305.000, ambas inclusive	0,42%
Mireia Calvet Verges	1.145.000	de la 10.305.001 a la 11.450.000, ambas inclusive	6,42%
Christiaan Leonard Bouwer	3.335.200	de la 11.450.001 a la 14.785.200, ambas inclusive	18,69%
Jordi Tàpies Ibern	85.500	de la 14.785.201 a la 14.870.700, ambas inclusive	0,48%
BESELF BRANDS, S.A.	2.971.200	de la 14.870.701 a la 17.841.900, ambas inclusive	16,65%
TOTAL	17.841.900	de la 1 a la 17.841.900, ambas inclusive	100%

ANEXO II

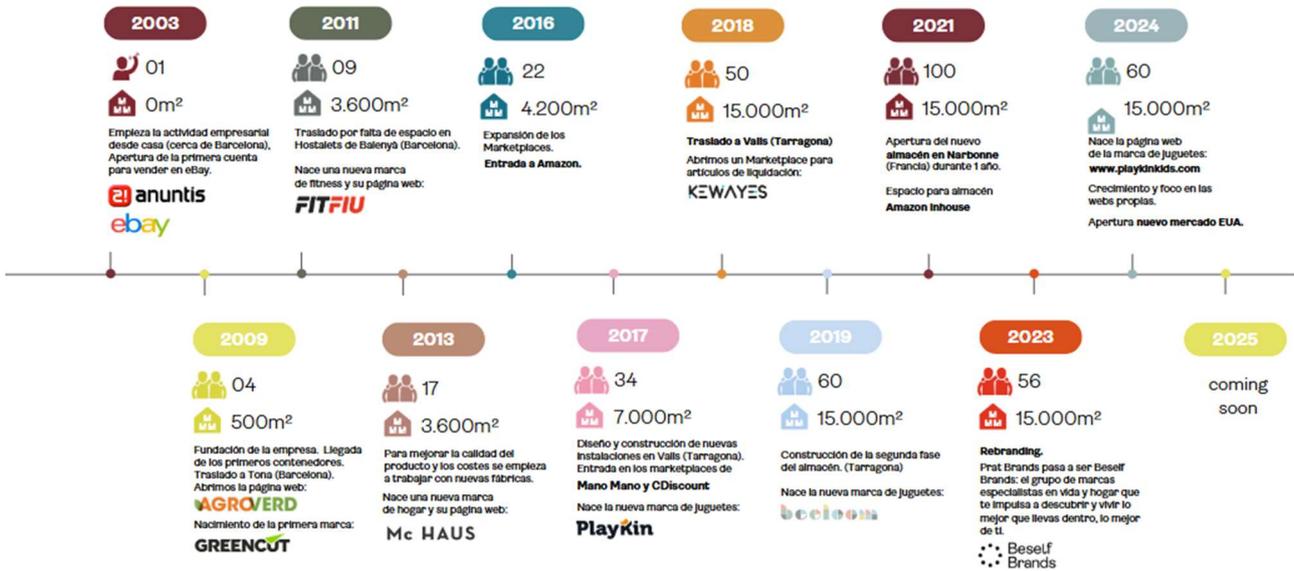
PLAN DE NEGOCIO

1. Introducción

Beself Brands, S.A. (en adelante, “**Beself Brands**”) (<https://beselfbrands.com/>), con sede cerca de Barcelona, se dedica a la fabricación y distribución de diversas marcas propias, comercializando exclusivamente online, principalmente en el mercado europeo.

Para entenderlo es necesario conocer la trayectoria de Beself Brands desde la creación de la empresa en 1996. A continuación, destacamos los principales hitos del recorrido:

- **1996:** El fundador, Albert Prat, comienza a vender productos desde su hogar, publicitándose en revistas de anuncios, como "Anuntis". Con el tiempo, esta revista se digitaliza y se convierte en un canal de ventas online.
- **2003:** Con la llegada de eBay, la plataforma pionera en USA, Albert Prat abre su primera cuenta y comienza a vender en Internet, lo que marca el fin del uso de "Anuntis" como canal de venta.
- **2008:** Tras conocer a varios fabricantes en su anterior trabajo, el fundador decide empezar a producir productos por cuenta propia, comprando su primer contenedor de artículos de jardinería. Alquila su primera nave de 200 m² cerca de Barcelona y las ventas alcanzan los 300.000 €.
- **2009:** Debido al crecimiento de la actividad, se constituye la sociedad y se lanza la primera marca propia, **Greencut**. La empresa se traslada a una nave de 500 m² y cuenta con 4 empleados, alcanzando unas ventas de 900.000 €.
- **2011:** La empresa crece nuevamente, pasando de 9 a 17 empleados y mudándose a una nave de 3.600 m² en Barcelona. Se lanza la marca de fitness **FitFiu** y se abre el mercado europeo a través de eBay, alcanzando 3 millones de euros en ventas.
- **2013:** Nace la marca **McHaus**.
- **2017:** Beself Brands se traslada a unas nuevas instalaciones de 7.000 m² con un equipo de 34 personas. Se lanza la marca **Playkin** y se expande la presencia de Beself Brands a otros Marketplaces, como Amazon. Las ventas alcanzan los 17 millones de euros.
- **2019:** Se amplían las instalaciones a 15.000 m². El equipo crece a 60 personas y se lanza **Beeloom**, alcanzando una facturación de 21 millones de euros.
- **2023:** Con el mismo equipo y las mismas instalaciones, se lleva a cabo un reposicionamiento estratégico orientado a alinear los productos, comunicaciones, atención al cliente y trabajo en equipo con los valores de la organización, realizando un rebranding para consolidarse como **Beself Brands**.



2. Productos y Mercados

Beself Brands ofrece una variedad de productos a través de cinco marcas propias, especializadas en los mercados de: fitness, jardinería, bricolaje, juguetes infantiles y mobiliario.

3. Productos y marcas

Beself Brands ofrece un amplio catálogo de productos a través de sus distintas marcas:

- **FitFiu** (<https://www.fitfiu-fitness.com>): especializada en productos para iniciarse en el mundo del deporte, tanto dentro como fuera del hogar. Se ofrecen bicicletas estáticas, walkpads, cintas de correr, y accesorios para fitness y yoga.



- **Greencut** (<https://www.greencut-tools.com>): marca especializada en maquinaria de jardín, taller y bricolaje, para que los clientes puedan disfrutar del bricolaje y la jardinería. Greencut ofrece productos, diseñados por nosotros, como: desbrozadoras, robots cortacésped, sopladoras, desolladoras, herramientas de bricolaje, motosierras...



- **Playkin** (<https://www.playkinkids.com>): combina entretenimiento y aprendizaje mediante coches eléctricos y juguetes innovadores. La marca ofrece juguetes eléctricos tales como coches y motos réplicas de las marcas más relevantes del mercado.



- **Beeloom** (<https://www.beeloomkids.com>): marca especializada en juguetes educativos y mobiliario infantil que fomenta el aprendizaje de los más pequeños. Siguiendo la metodología Montessori la marca ofrece juguetes, material didáctico y mobiliario, tales como: bicicletas sin pedales, Juguetes del hogar, construcciones y puzzles, juguetes de oficios, torres de aprendizaje, tronas...



Algunos de los partners de Beself (Marketplaces) a través de los que se distribuyen las macas del Emisor son:



6. Proyecto

Con los fondos que el Emisor planea obtener mediante la venta al precio de venta indicado de los Tokens que representan el 16,65% del capital se llevará a cabo un proyecto de expansión de mercado en los ámbitos de: ampliación de catálogo, aumento de ventas y expansión territorial (el “**Proyecto**”).

- **Fase 1** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Desarrollo y crecimiento en mercados como Francia, Portugal e Italia.
 - Potenciación del mercado alemán a través de marketplaces.

El mercado francés es uno de los mercados más potentes, en cuanto a la compra on-line, de la Unión Europea. A nivel global el mercado on-line francés casi triplica el mercado español.

Partiendo de un nivel de ventas en Francia muy similar al que se realizan en España; con el Proyecto se pretende multiplicar por tres (3) las ventas en el mercado francés. En cuanto a las ventas en Italia, al final del Proyecto, estas duplicarán las ventas actuales.

En lo referente al mercado alemán: contando con una ratio de poder adquisitivo por habitante *top* en Europa, la potenciación del mercado alemán, va a facilitar que los productos de Beself Brands puedan ofrecerse a precios más elevados y así incrementar la rentabilidad.

Para el éxito de esta fase, se va a requerir de inversión en mejora de medios informáticos, inteligencia artificial y comunicación, entre otros; así como reestructurar el pasivo de la compañía, para conseguir un mejor apalancamiento financiero que incremente la rentabilidad de la empresa.

- **Fase 2** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Potenciar las ventas a través del propio website en España, Francia, Italia y Portugal.
 - Incrementar el valor de marca.

Con la intención de incrementar la rentabilidad de la empresa, Beself Brands pretende potenciar la venta a través de su website. En un formato tipo Marketplace, entre otros objetivos, se conseguirá mejorar la experiencia de compra, obteniendo una venta cruzada de los productos de las diferentes marcas propias y desarrollando una estrategia de valor añadido enfocada a la satisfacción del cliente.

Con la transferencia de la venta de Marketplace externo a la venta por website propio, la rentabilidad se ve incrementada, tanto por evitar las comisiones de los servicios de Marketplaces, el *pay per click* o el coste de los *banners* publicitarios como por el

conocimiento del cliente; al poder contactar directamente con él, sin intermediarios de comunicación y a través de medios más eficientes.

La mejora en la comprensión de los clientes va a permitir diseñar nuevos productos y mejorar los procesos de venta, aumentando así el disfrute del cliente.

Para alcanzar los objetivos de esta fase y poder garantizar el volumen de visitas, compras y fidelización necesarios, Beself Brands requerirá de inversión en medios de tecnología informática: Big Data, inteligencia artificial, desarrollo de los website y potenciación del hardware; así como incrementar nuestra comunicación corporativa a través de redes sociales, Ads y eventos.

- **Fase 3** (Horizonte temporal: 24 meses):
 - Entrada en el mercado del Reino Unido (Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda).
 - Expansión en el mercado alemán a través del propio website.

Tras consolidar las fases anteriores, el Emisor se enfocará en optimizar el margen de ventas en Alemania y en expandirse en el mayor mercado de Europa: el Reino Unido.

Una vez implementados y consiguiendo un volumen de ventas adecuado en Alemania, Beself Brands redirigirá su estrategia a conducir el mercado alemán a la compra en su website. Como se comentaba en la fase anterior, esta estrategia permitirá mejorar la rentabilidad por venta.

En cuanto a la integración en el mercado inglés, con el mercado de la Unión Europea consolidado, se pretende alcanzar el que es el mercado europeo más activo y más grande en la compra on-line.

Beself Brands aprovechará la experiencia e inversión realizadas en las etapas anteriores para conseguir el éxito en esta fase. Los fondos necesarios irán orientados, principalmente, al área de marketing para fomentar las campañas de comunicación que ayuden a conseguir la penetración en el mercado inglés y la conducción de las compras de los clientes alemanes a los websites corporativos. Al mismo tiempo, será necesario invertir en medios tecnológicos para absorber la entrada de nuevas visitas y compras en nuestro entorno web.

7. Descripción de la operativa de negocio y proyecciones financieras

Beself Brands tiene la intención de impactar en el mercado on-line de la Unión Europea y de Europa potenciando el posicionamiento de sus marcas e incrementando las ventas, tanto a través de partners (Market places) como de su propio website.

8. Necesidades de financiación del Proyecto

Beself Brands para desarrollar su Proyecto de expansión territorial, de marca y canales de venta precisa de una inversión de 7.962.816 €.

Beself Brands ofrece a los potenciales inversores la posibilidad de colaborar en este Proyecto mediante la participación como titulares de parte del capital social de la sociedad a través de Security Tokens (Token de seguridad).

Para adquirir Tokens que sean objeto de comercialización (el 16,65% del capital social del Beself Brands), será necesario realizar una adquisición que comporte una inversión mínima de cien Euros (100,00.- €), según el precio que resulte aplicable en cada fase y subfase.

Beself Brands contaba con una estructura de fondos propios a 31 de diciembre de 2024 (balance no auditado) como sigue:

- Capital social: 148.707,00.-€
- Reserva legal: 45.800,00.- €
- Otras reservas y primas de emisión: 775.901,00.-€
- **Total fondos propios: 970.408,00.-€**

En fecha 28 de marzo de 2025 se ha acordado ampliar el capital social con cargo a reservas de libre disposición por importe de 29.712,00. € mediante la creación de 2.971.200 nuevas acciones, representativas del el 16,65% del capital social, de un céntimo de valor nominal cada una de ellas (0,01.- €) representadas por Tokens que fueron íntegramente asumidas por el propio Beself Brands en régimen de autocartera y que son las que se van a proceder a comercializar, dejando la estructura de fondos propios como sigue:

- Capital social: 178.419,00.-€
- Reserva legal: 45.800,00.- €
- Otras reservas y primas de emisión: 746.189,00.-€
- **Total fondos propios: 970.408,00.-€**

Los 17.841.900 Tokens serán distribuidos de la siguiente forma:

- 14.870.700 Tokens pertenecen a los actuales accionistas; y
- 2.971.200 Tokens pertenecen a la propia sociedad y serán los ofertados a los inversores.

Cada Token corresponderá a una acción del capital social del Beself Brands, cuyo valor nominal es de 0.01.-€

Los Tokens ofertados a los inversores, esto es, 2.971.200 nuevas acciones, representativas del el 16,65% del capital social, serán lanzados en dos fases:

- Fase 1:
 - o Subfase primera: hasta el 2 de junio de 2025.
 - o Subfase segunda: 19 de junio de 2025.
- Fase 2:
 - o Subfase primera: 8 de septiembre de 2025.
 - o Subfase segunda: 15 de septiembre de 2025.

El precio del Token dependerá de la fase y subfase en que el inversor lo adquiera. El precio del Token incluirá el valor nominal y un sobre precio o prima de emisión. La prima va a ser distinta en función del momento de adquisición del Token.

En el caso que alguno de los Tokens no se coloque en una subfase, se ofrecerán de nuevo en la siguiente.

En el siguiente cuadro se indican los valores:

	Valor por Token				Importe en Euros		
	Número de Tokens	Valor token	Capital (€)	Prima emisión (€)	Total (€)	Capital	Prima emisión
Capital social antes de la ampliación	14.870.700	0,01000	0,01000		148.707,00	148.707,00	0,00
Venta 1	594.240	2,60000	0,01000	2,59000	1.545.024,00	5.942,40	1.539.081,60
Venta 2	891.360	2,65000	0,01000	2,64000	2.362.104,00	8.913,60	2.353.190,40
Total	1.485.600				3.907.128,00	14.856,00	3.892.272,00
Venta 3	594.240	2,70000	0,01000	2,69000	1.604.448,00	5.942,40	1.598.505,60
Venta 4	891.360	2,75000	0,01000	2,74000	2.451.240,00	8.913,60	2.442.326,40
Total	1.485.600				4.055.688,00	14.856,00	4.040.832,00
Total ampliación de capital (%)	16,65%						
Total ampliación de capital	2.971.200				7.962.816,00	29.712,00	7.933.104,00

Total tokens que componen los FFPP	17.841.900
------------------------------------	------------

178.419,00

	Número de Tokens	Valor token	Total (€)
Venta 1	594.240	2,60000	1.545.024,00
Venta 2	891.360	2,65000	2.362.104,00
Total	1.485.600		3.907.128,00
Venta 3	594.240	2,70000	1.604.448,00
Venta 4	891.360	2,75000	2.451.240,00
Total	1.485.600		4.055.688,00
Total ampliación de capital (%)	16,65%		
Total ampliación de capital	2.971.200		7.962.816,00

Total tokens que componen los FFPP	17.841.900
---	-------------------

9. Valoración de Beself Brands

k€	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Años posteriores
EBITDA		2.105	2.970	4.280	6.350	8.810	11.630	
Impuestos		(410)	(620)	(930)	(1.440)	(2.060)	(2.790)	
Variación del WC		705	573	887	1.084	1.243	1.535	
Inversión		(100)	(350)	(425)	(150)	(125)	(150)	
Free Cash Flow		2.300	2.573	3.812	5.844	7.868	10.225	73.092
Flujo de caja actualizado	49.142	2.133	2.052	2.615	3.448	3.993	4.463	27.438
Deuda financiera actual	(5.097)							
Ampliación de capital	7.963							
Valor actual del proyecto	49.008							
Numero de tokens	17.841.900							
Valor teórico del token (€)	2,7							

El valor actual de Beself Brands a inicio del Proyecto asciende a 49.008.000.-€.

Para el cálculo del valor actual se ha considerado el **escenario base**, se ha confeccionado un cash-flow del proyecto partiendo de las entradas y salidas de cash de las partidas de la cuenta de resultados (EBITDA, costes financieros e impuestos).

Las **inversiones** definidas para cada ejercicio corresponden tanto a las inversiones en infraestructura tecnológica y desarrollo de websites mostradas en el apartado “Destino de la inversión” del whitepaper (mostramos el cuadro a continuación) como a otras inversiones que serán necesarias para el desarrollo orgánico de la actividad.

Concepto	Importe (k€)
Adquisición stock para rotación permanente	2.000
Reestructuración pasivo de la sociedad	3.700
Inversión en infraestructura tecnológica	650
Desarrollo de los websites	300
Mejora e implementación de los instrumentos de control interno	300
Costes estructurales para la ampliación de capital	185
Costes lanzamiento para negociación en exchange de los BeToken	150
ERIR	25
Liquidez para garantizar la negociabilidad de los BeToken	500
Gastos extraordinarios	153
Total inversión	7.963

La variación en el working capital, es decir, el fondo de maniobra, es consecuencia del incremento de actividad. Para su cálculo se han tenido en cuenta las condiciones habituales de pago de proveedores y acreedores, impuestos internacionales y los plazos de cobro de las ventas realizadas. El efecto, dado que el período de cobro es significativamente más corto que el período de pago es positivo en cada ejercicio.

Para la obtención el valor actual de la Sociedad, se ha procedido a actualizar los flujos de caja futuro, utilizando un WACC del 15.3% y una renta residual para los ejercicios posteriores a la finalización del proyecto descrito que observa un crecimiento orgánico similar al de la inflación media a largo plazo (2.0%) Con todo ello, valor actual de los cash-flows esperados asciende a 46.142.000,00.-€.

Si consideramos que el valor financiero de la deuda que ostenta la empresa a cierre del ejercicio 2024 es de 5.1M y la aportación por incremento de capital, la valoración de la empresa, como se muestra en el cuadro al inicio del apartado es de 49.008.000.-€, lo que, dado el número de Tokens totales creados, arroja un valor medio teórico por token de 2.7€ En este sentido, se adjuntan las cuentas anuales del ejercicio 2023 auditadas, así como un balance de situación auditado a fecha 30 de setiembre de 2024.

10. Proyección a 6 años de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

10.1 Escenario Base

Teniendo en cuenta el escenario base, la estimación de la cuenta de pérdidas y ganancias para Beself Brands para los próximos 6 años sería la siguiente:

k€	Presupuesto 2025	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas	22.887	31.200	38.000	48.300	61.700	77.100	95.800
Consumos	(18.882)	(25.470)	(30.740)	(38.950)	(49.180)	(60.950)	(75.400)
Margen operativo	4.005	5.730	7.260	9.350	12.520	16.150	20.400
<i>Margen operativo (%)</i>	<i>17,5%</i>	<i>18,4%</i>	<i>19,1%</i>	<i>19,4%</i>	<i>20,3%</i>	<i>20,9%</i>	<i>21,3%</i>
Team	(2.160)	(2.265)	(2.760)	(3.430)	(4.420)	(5.510)	(6.820)
Overheads	(1.320)	(1.360)	(1.530)	(1.640)	(1.750)	(1.830)	(1.950)
EBITDA	525	2.105	2.970	4.280	6.350	8.810	11.630
<i>EBITDA %</i>	<i>2,3%</i>	<i>6,7%</i>	<i>7,8%</i>	<i>8,9%</i>	<i>10,3%</i>	<i>11,4%</i>	<i>12,1%</i>
Amortización	(184)	(195)	(245)	(335)	(395)	(405)	(375)
EBIT	341	1.910	2.725	3.945	5.955	8.405	11.255
<i>EBIT %</i>	<i>1,5%</i>	<i>6,1%</i>	<i>7,2%</i>	<i>8,2%</i>	<i>9,7%</i>	<i>10,9%</i>	<i>11,7%</i>
Resultados Financieros	(264)	(270)	(250)	(225)	(200)	(150)	(100)
EBT	77	1.640	2.475	3.720	5.755	8.255	11.155
<i>EBT %</i>	<i>0,3%</i>	<i>5,3%</i>	<i>6,5%</i>	<i>7,7%</i>	<i>9,3%</i>	<i>10,7%</i>	<i>11,6%</i>
Impuesto de Sociedades	(20)	(410)	(620)	(930)	(1.440)	(2.060)	(2.790)
Resultado neto	57	1.230	1.855	2.790	4.315	6.195	8.365
<i>Resultado neto %</i>	<i>0,2%</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,9%</i>	<i>5,8%</i>	<i>7,0%</i>	<i>8,0%</i>	<i>8,7%</i>

10.2 Escalado de rentabilidad: Proyección 6 años base

k€	Presupuesto 2025	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Fondos propios Iniciales	970	8.990	9.424	11.279	13.141	16.061	20.099	
Resultado neto del ejercicio	57	1.230	1.855	2.790	4.315	6.195	8.365	
Rentabilidad sobre fondos propios iniciales (%)	5,9%	13,7%	19,7%	24,7%	32,8%	38,6%	41,6%	

Aportación nuevos inversores	7.963	0	0	0	0	0	0	0
Distribución de resultados preferencial	0	(796)	0	0	0	0	0	0
Distribución de resultados	0	0	0	(928)	(1.395)	(2.158)	(3.098)	(4.183)
Fondos propios final del ejercicio	8.990	9.424	11.279	13.141	16.061	20.099	25.366	21.184

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Total del proyecto
Retribución nuevos inversores (k€)	796	0	155	233	360	517	698	2.759
Rentabilidad sobre la inversión (%)	10,0%	0,0%	1,9%	2,9%	4,5%	6,5%	8,8%	34,6%

Cabe destacar las siguientes consideraciones y resultados:

1. Los inversores que conserven los Tokens al final del primer año, recibirán un premio en forma de donación (únicamente atribuible a los nuevos accionistas) del 10% de la inversión realizada, proporcional al número de Tokens adquiridos.
2. La rentabilidad global de los dividendos distribuidos a los inversores (incluyendo el premio indicado con anterioridad) es del 34.6%. La rentabilidad particular de cada inversor dependerá de la Fase y la subfase en que el inversor adquiera su Token, siendo más rentable para los inversores que participen en la subfase 1 de la Fase 1 y menos rentable para los inversores que participen en la subfase 2 de la Fase 2.
3. A partir del año 2 (2027) se distribuirán el 50% del resultado neto distribuable.

4. El valor en fondos propios de Beself Brands hasta el final del proyecto se incrementa en un 136%.

La rentabilidad esperada, según se detalla en el punto 2 anterior se obtiene de considerar los ingresos medios que los nuevos inversores obtendrían en el caso que mantengan los tokens desde la venta inicial hasta el reparto de los beneficios del ejercicio 6. Esta rentabilidad del 34.6% se alcanza de la siguiente forma:

	Total retribución	% nuevos inversores	Importe correspondiente a los nuevos inversores
Premio por fidelidad	796.281,60	100,00%	796.281,60
Dividendos Año 2	927.500,00	16,65%	154.455,97
Dividendos Año 3	1.395.000,00	16,65%	232.308,44
Dividendos Año 4	2.157.500,00	16,65%	359.287,07
Dividendos Año 5	3.097.500,00	16,65%	515.824,66
Dividendos Año 6	4.182.500,00	16,65%	696.509,00
Total de rendimientos obtenidos (€)			2.754.666,75
Aportación nuevos inversores			7.962.816,00
Rentabilidad esperada			34,6%

10.3 Destino de la inversión

Concepto	Importe (k€)
Adquisición stock para rotación permanente	2.000
Reestructuración pasivo de la sociedad	3.700
Inversión en infraestructura tecnológica	650
Desarrollo de los websites	300
Mejora e implementación de los instrumentos de control interno	300
Costes estructurales para la ampliación de capital	185
Costes lanzamiento para negociación en exchange de los BeToken	150
ERIR	25
Liquidez para garantizar la negociabilidad de los BeToken	500
Gastos extraordinarios	150
Total inversión	7.963

- 10.4 Adquisición de stock para rotación permanente:** dada la celeridad con la que se deben distribuir los productos adquiridos on-line por los clientes de Beself Brands y el

largo periodo de abastecimiento, es significativamente relevante disponer de un stock adecuado para evitar quedarse sin existencias y no poder abastecer al mercado para conseguir las ventas necesarias definidas en el plan anterior.

Para ampliar la oferta en Francia, Portugal, Italia, Alemania y finalmente en Reino Unido, será necesario poder utilizar almacenes descentralizados para poder cumplir con los plazos de entrega, lo que obligará a Beself Brands a incrementar su valor de stock.

10.5 Reestructuración del pasivo de la sociedad: Beself Brands pretende ser una empresa con menor dependencia de financiación con entidades de crédito. Para ello, destinará parte de los fondos recibidos a reestructurar su pasivo, provocando, al mismo tiempo una reducción paulatina de los costes financieros.

10.6 Inversión en infraestructura tecnológica: la potenciación del website de la compañía como segundo canal de venta, al igual que la descentralización de los almacenes, requiere de inversión tecnológica para garantizar un acceso adecuado de los clientes de Beself Brands a los productos ofrecidos, upgrade de la política de ciberseguridad, adecuación de servidores y utilización de cloud, entre otras inversiones.

10.7 Desarrollo de los websites: dada la competencia en el sector de los marketplaces, el desarrollo de los websites corporativos de las cinco marcas de Beself Brands, así como la aplicación de inteligencia artificial en el workflow de navegación de los clientes, requiere de un proyecto muy innovador y de amplia envergadura.

10.8 Costes estructurales de la ampliación de capital: fondos para hacer frente a los gastos notariales, registrales, administrativos y de comunicación necesarios para el lanzamiento de los BeToken.

10.9 Costes de lanzamiento para la negociación de BeToken en un Exchange: con el fin de garantizar a los inversores de Beself Brands la posibilidad de negociar con sus BeToken en un mercado secundario, la compañía reserva una partida de 150.000,00.- € para hacer frente a los costes de registro y lanzamiento. La empresa, una vez lanzados los BeToken en el mercado secundario, desarrollará acciones de marketing para mantener el conocimiento e interés de estos y facilitar el trading de los inversores. Beself Brands seguirá trabajando en la incorporación de los Tokens para su cotización en nuevos exchanges a medida que obtengan las regulaciones necesarias, con el objetivo de ampliar el alcance y aumentar el atractivo del SECURITY TOKEN.

10.10 Liquidez para garantizar la negociabilidad de los BeToken: Beself Brands pretende que sus inversores puedan disfrutar de una compra/venta ágil en el mercado secundario de sus tokens. Para ello, se reservará 500.000,00.- € para dotar de liquidez al token.

* * *