



GUIA PRACTICA DE TOKENIZACION DE ACTIVOS

Como emitir Security Tokens

Contenido

I.	Introducción.....	2
II.	Definiciones y conceptos básicos.....	3
2.1.	Tokens	3
2.2.	Blockchain o cadena de bloque	5
2.3.	Smart Contracts	5
III.	¿Cuál es el propósito principal de tu proyecto blockchain y cómo se relaciona con la tokenización de activos?.....	5
3.1.	Definición del propósito principal del proyecto blockchain	5
3.2.	Relación entre el propósito del proyecto y la tokenización de activos	6
3.3.	Ejemplos de propósitos y tokenización de activos	6
IV.	¿Has considerado la viabilidad legal e impositiva?.....	7
4.1.	Concurrencia de diferentes jurisdicciones en un proceso de tokenización	9
4.2.	Estudio de viabilidad legal e impositiva	9
V.	¿Cómo planeas utilizar la tecnología blockchain para mejorar la eficiencia, la transparencia y la seguridad en tu modelo de negocio?.....	11
5.1.	Eficiencia	11
5.2.	Transparencia	11
5.3.	Seguridad	12
VI.	¿Has identificado el público objetivo?.....	12
6.1.	Inversores	14
6.1.1.	Inversores minoristas	14
6.1.2.	Inversores institucionales	15
6.2.	Usuarios finales (clientes que comprarán los productos y servicios)	15
VII.	¿Cuál es tu estrategia de marketing para el público objetivo?.....	16
7.1.	Diferenciadores únicos de tu proyecto	16
7.2.	Clínica de Marketing	17
VIII.	Tokenomics: ¿cómo es la estructura del token y cuáles son los sistemas de incentivo?.....	18
IX.	Define la configuración técnica en la plataforma de tokenización.....	20
X.	Crea una estrategia de marketing y lanzamiento de la campaña de colocación de tokens.....	21
10.1.	Estrategias de marketing	22
10.2.	Lanzamiento, emisión y distribución	22
XI.	Conclusión.....	23
XII.	Fuentes.....	25
XIII.	Autores.....	30

I. Introducción

La tokenización de activos es una tecnología emergente que ha revolucionado la forma en que se adquieren, venden e invierten activos financieros. Consiste en emitir tokens en una cadena de bloques o blockchain, representando un activo físico o intangible, permitiendo así su representación digital.

Blockchain ha creado nuevas oportunidades de inversión y financiamiento, eliminando barreras en el mercado financiero tradicional. La tokenización ofrece ventajas tanto para inversores como para emisores. Los inversores pueden acceder a activos antes inalcanzables, como bienes raíces, arte y materias primas, aumentando su diversificación y reduciendo costos de transacción. Esto se logra mediante la fraccionalidad, donde el token representa una parte del valor del activo. Además, el mercado

secundario proporciona una estrategia de salida sin esperar la finalización del proyecto. Para los emisores, la tokenización desbloquea el valor de activos ilíquidos y permite mayor eficiencia en financiamiento y gestión, al ampliar la base de inversores gracias a la fraccionalidad mencionada.

En esta guía práctica de tokenización, se abordan diferentes aspectos a considerar para tokenizar un activo. Inversores y desarrolladores deben plantearse preguntas clave, como:

1. ¿Qué se entiende por blockchain y tokenización, qué es un token, tipos de token, qué es un smart contracts?
2. ¿Cuál es el propósito principal de tu proyecto blockchain y cómo se

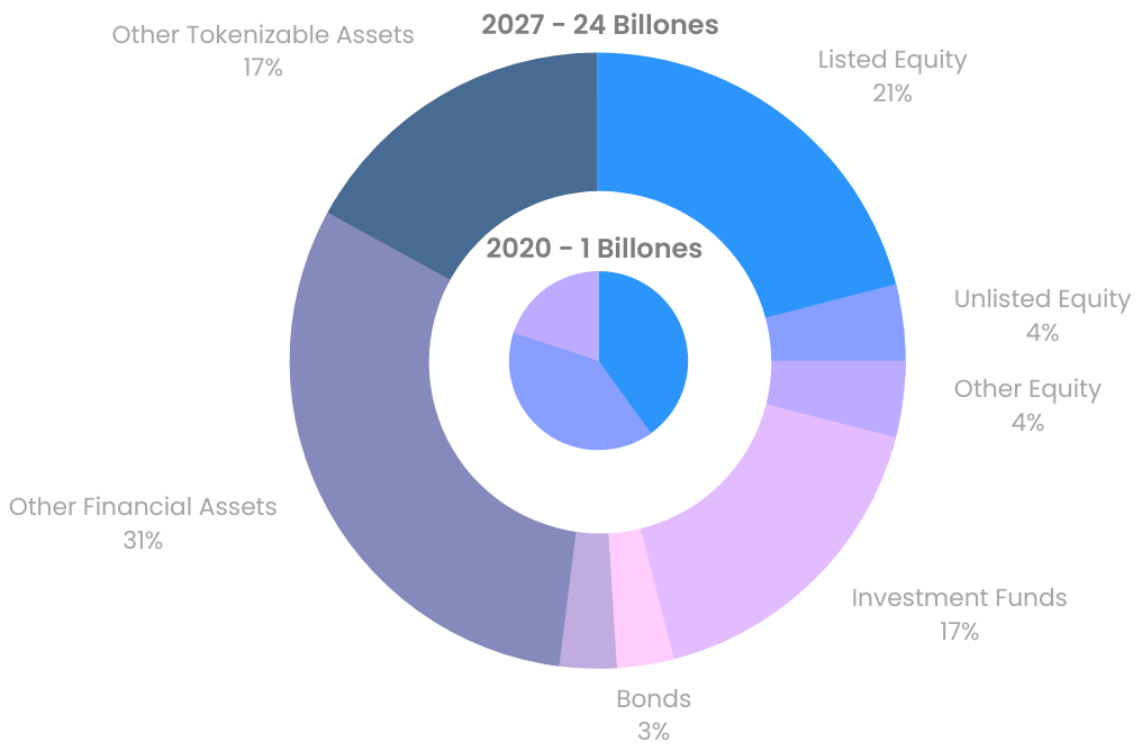


Figure 1: Projected tokenized market volume (in USA), Not to scale

- relaciona con la tokenización de activos?
3. ¿Qué tipo de activos estás interesado en tokenizar y por qué?
 4. ¿Cómo planeas utilizar la tecnología blockchain para mejorar la eficiencia, la transparencia y la seguridad en tu modelo de negocio?
 5. ¿Has identificado a tu público objetivo y cómo planeas llegar a ellos a través de tus estrategias de marketing?
 6. ¿Qué diferenciadores únicos ofrecerá tu proyecto en comparación con otros proyectos similares en el mercado?
 7. ¿Cuál será la estructura de tu token y cómo se utilizará para incentivar la participación y fomentar el crecimiento del ecosistema?
 8. ¿Cómo abordarás los aspectos regulatorios y legales relacionados con la tokenización de activos y la implementación de la tecnología blockchain?
 9. ¿Cuáles son tus objetivos financieros a corto y largo plazo y cómo los alcanzarás?
 10. ¿Qué métricas clave de rendimiento (KPI) utilizarás para evaluar el éxito de tu proyecto y cómo planeas ajustar tus estrategias de marketing y negocio en función de los resultados?
 11. ¿Qué tipo de asociaciones o colaboraciones estás buscando para impulsar el crecimiento de tu proyecto y cómo te enfrentarás a posibles competidores en el mercado?

Por último, se presentarán algunos casos de uso de tokenización de activos, como la inversión en bienes raíces, el financiamiento colectivo (crowdfunding), el arte y coleccionables, las acciones y bonos, y las materias primas y productos básicos.

Antes de desarrollar esta guía práctica en profundidad, se describen a continuación de manera escueta algunos conceptos básicos que facilitarán la comprensión al lector. Luego, en cada capítulo, se ahondará en estos conceptos en detalle para quienes demanden una explicación mas amplia y profunda.

II. Definiciones y conceptos básicos

2. Tokenización de activos

La tokenización de activos convierte activos tangibles o intangibles en tokens digitales mediante blockchain como infraestructura tecnológica. Al registrar derechos de propiedad y reglas de intercambio en la blockchain, los activos tokenizados se transfieren y negocian de forma segura y eficiente sin intermediarios.

2.1. Tokens

Un token es una unidad de valor emitida en una plataforma blockchain, representando diversos activos como criptomonedas, activos financieros, bienes raíces u obras de arte. Los tokens se utilizan en aplicaciones blockchain para pagos, remesas, votaciones y sistemas de recompensas. Cada token posee reglas y características únicas definidas en el contrato inteligente, permitiendo su creación,

transferencia, almacenamiento y gestión de forma segura, transparente y eficiente en una blockchain

Los tokens pueden dividirse en tokens respaldados por activos y tokens no respaldados por activos:

- **Tokens respaldados por activos**

Estos tokens están vinculados a activos del mundo real, como monedas fiduciarias, bienes raíces u otros productos básicos, proporcionando una base de valor y menor volatilidad. Se pueden clasificar en:

- a) **Stablecoins respaldadas por activos**

Criptomonedas vinculadas a activos estables, como monedas fiduciarias o el oro. Ejemplos: Tether (USDT), USD Coin (USDC) y PAX Gold (PAXG).

- b) **Tokens respaldados por bienes raíces**

Representan participaciones en propiedades inmobiliarias, permitiendo exposición a bienes raíces mediante la tokenización. Ejemplo: RealT, que ofrece fracciones de propiedades en

- **Tokens no respaldados por activos**

Estos tokens no están vinculados a activos del mundo real. Su valor se basa en factores como oferta y demanda, utilidad en un ecosistema o algoritmos de ajuste. Se pueden clasificar en:

- a) **Criptomonedas nativas**

No respaldadas por activos, su valor proviene de escasez programada, confianza en la red y adopción de usuarios. Ejemplos: Bitcoin (BTC) y Ether (ETH).

- b) **Tokens de utilidad**

Con propósitos específicos dentro de una plataforma blockchain, se utilizan para acceder a servicios o recursos. Ejemplos: Binance Coin (BNB) y Chainlink (LINK). Su valor intrínseco se deriva del uso de la plataforma.

Como funciona la tokenización de activos



forma de tokens ERC-20 en la red Ethereum.

- c) **Stablecoins algorítmicas**

Mantienen un valor estable mediante ajustes automáticos en su oferta según la demanda del mercado, sin estar vinculadas a activos del mundo real. Ejemplos: Ampleforth (AMPL) y Empty Set Dollar (ESD). TerraUSD (USDT) era una stablecoin que perdió todo su valor por una falla en su algoritmo.

2.2. Blockchain o cadena de bloque

Es una base de datos autónoma, descentralizada e inmutable, que se autogobierna mediante consensos automatizados entre los nodos participantes, eliminando la necesidad de terceros de confianza.

2.3. Smart Contracts

Son códigos de programación que se ejecutan automáticamente al cumplirse condiciones

previamente definidas. Estos contratos, almacenados en una blockchain, garantizan inmutabilidad, autonomía y transparencia. Un ejemplo sería un contrato de seguro que paga automáticamente la indemnización al asegurado cuando ocurre un siniestro contemplado en la póliza. Otra analogía útil para entender un smart contract es una máquina expendedora de gaseosas o sodas. Esta ofrece opciones de compra con precios específicos; al depositar el monto correcto, entrega el producto automáticamente. De forma similar, un smart contract opera automáticamente bajo términos y condiciones preestablecidos en su código, incluyendo reglas de ejecución y condiciones de pago. Al cumplirse todas las condiciones, el contrato se ejecuta automáticamente, sin intermediarios.

III. ¿Cuál es el propósito principal de tu proyecto blockchain y cómo se relaciona con la tokenización de activos?

3.1. Definición del propósito principal del proyecto blockchain

Para comprender cómo la tokenización de activos se relaciona con tu proyecto blockchain, primero debes definir su propósito principal. Reflexiona sobre las siguientes preguntas:

- ¿Qué problema o necesidad específica abordan con tu proyecto blockchain?

- ¿Cómo planeas aprovechar las características únicas de la tecnología blockchain (por ejemplo, descentralización, seguridad, transparencia) para resolver este problema o satisfacer esta necesidad?

Al responder a estas preguntas, podrás delinear claramente el propósito principal de tu proyecto blockchain y asegurarte de que este propósito

esté alineado con las necesidades y expectativas de tu mercado objetivo.

3.2. Relación entre el propósito del proyecto y la tokenización de activos

Una vez definido el propósito principal de tu proyecto blockchain, es importante examinar cómo se relaciona con la tokenización de activos. La tokenización de activos es el proceso de convertir los derechos de propiedad de un activo físico o digital en tokens digitales en una cadena de bloques. Estos tokens pueden ser intercambiados, vendidos o utilizados de diversas maneras, dependiendo del modelo de negocio y la estructura del token.

A continuación, presentamos algunas formas en que la tokenización de activos puede estar relacionada con el propósito principal de tu proyecto blockchain:

- **Facilitar la liquidez y el acceso a los activos**

La tokenización puede permitir a los inversores acceder a activos que anteriormente eran difíciles o costosos de adquirir, lo que puede ser el propósito principal de un proyecto que busca mejorar la liquidez y la accesibilidad en un mercado específico.

- **Aumentar la transparencia y la trazabilidad**

Si el objetivo principal de tu proyecto es mejorar la transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro o gestión de activos, la tokenización permite a los titulares de tokens rastrear en tiempo real la procedencia, historial y ubicación de los activos. El token

registra información sobre la cadena logística de un producto o lote, haciéndola accesible a los participantes de la red.

- **Reducir los costos y la complejidad de las transacciones**

Si el objetivo de tu proyecto es simplificar y abaratar las transacciones en un mercado específico, la tokenización puede eliminar intermediarios y reducir los costos asociados con la transferencia y gestión de activos.

3.3. Ejemplos de propósitos y tokenización de activos

Para ilustrar cómo el propósito de un proyecto blockchain puede estar relacionado con la tokenización de activos, consideremos algunos ejemplos:

- **Proyecto de financiamiento inmobiliario**

Esta iniciativa busca ofrecer una plataforma descentralizada para invertir en bienes raíces mediante la tokenización de propiedades en fracciones. Esto facilita el acceso a inversiones inmobiliarias para un grupo más amplio de inversores.

- **Proyecto de arte digital**

Este proyecto tiene como objetivo democratizar el acceso y la propiedad del arte digital, creando una plataforma blockchain para la tokenización y comercialización de obras de arte digitales. Los artistas pueden emitir tokens representativos

de sus obras, facilitando la autenticación, trazabilidad y transacciones seguras y transparentes.

- **Proyecto de energía renovable**

El propósito principal de un proyecto centrado en la energía renovable es promover la inversión y el uso de fuentes de energía sostenibles mediante la tokenización de unidades de producción de energía, como kilovatios-hora (kWh) generados por instalaciones solares o eólicas. Los inversores adquieren tokens que les otorgan derechos sobre una parte de la energía producida, incentivando la inversión en infraestructuras sostenibles y facilitando el comercio de energía renovable.

- **Proyecto de financiación colectiva (crowdfunding)**

Este proyecto busca mejorar el proceso de financiación colectiva mediante la creación de una plataforma blockchain para recaudar fondos de manera segura y eficiente a través de la tokenización de activos. Los emprendedores pueden emitir tokens representativos de acciones, bonos o derechos de propiedad, simplificando y descentralizando el proceso de financiación colectiva y reduciendo los costos y barreras de entrada para emprendedores e inversores

Al analizar estos ejemplos, es fundamental tener en cuenta que cada proyecto blockchain es distinto y puede poseer diferentes propósitos principales. Lo esencial es determinar la relación entre la tokenización de activos y dicho propósito, así como evaluar cómo puede optimizar el modelo de negocio y la experiencia del usuario.

IV. ¿Has considerado la viabilidad legal e impositiva?

La tokenización de activos enfrenta desafíos legales, regulatorios e impositivos significativos, especialmente en áreas no reguladas en muchas jurisdicciones. Es crucial abordar estos aspectos para garantizar el cumplimiento y la sostenibilidad a largo plazo de un proyecto. A continuación, se presentan aspectos clave a considerar:

- **Investigación y comprensión de la normativa**

Investiga y comprende las leyes y regulaciones aplicables en las jurisdicciones donde planeas operar. Esto puede incluir leyes relacionadas con valores, impuestos, protección del consumidor, lavado de dinero y

financiamiento del terrorismo, entre otros.

- **Elección de la jurisdicción**

Selecciona una jurisdicción que sea favorable para tu proyecto y donde las regulaciones estén más claras y sean más compatibles con la tokenización de activos y la tecnología blockchain. Puedes considerar jurisdicciones con marcos regulatorios específicos para criptomonedas y activos tokenizados, como Suiza, Malta o Singapur.

- **Asesoría legal y de cumplimiento**

Colabora con asesores legales y expertos en cumplimiento que tengan experiencia en la tokenización de activos y la implementación de la tecnología blockchain. Estos profesionales pueden ayudarte a navegar por el complejo entorno legal y a garantizar que tu proyecto cumpla con las leyes y regulaciones aplicables.

- **Estructuración del token**

Diseña la estructura de tu token de tal manera que cumpla con las regulaciones y leyes aplicables. Por ejemplo, si estás emitiendo un token de seguridad, asegúrate de que cumple con las leyes de valores y registra tu oferta de tokens con las autoridades correspondientes.

- **Procedimientos de Conozca a su Cliente (KYC) y Anti-Lavado de Dinero (AML)**

Implementa procedimientos de KYC y AML para verificar la identidad de los

usuarios e inversores en tu plataforma. Esto puede incluir la verificación de documentos de identidad, la comprobación de listas de sanciones y la monitorización de transacciones sospechosas.

- **Protección de datos y privacidad**

Asegúrate de cumplir con las leyes y regulaciones de protección de datos y privacidad, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea. Implementa medidas para proteger los datos personales de los usuarios y garantizar la transparencia en el tratamiento de la información.

- **Comunicación con reguladores y autoridades**

Establece canales de comunicación abiertos y proactivos con los reguladores y autoridades en las jurisdicciones donde operas. Esto puede facilitar un mejor entendimiento de las expectativas y requisitos regulatorios y demostrar tu



compromiso con el cumplimiento y la cooperación.

Abordar efectivamente los aspectos legales y regulatorios en la tokenización de activos y la implementación de la tecnología blockchain es esencial para el éxito y la sostenibilidad de tu proyecto. Al garantizar el cumplimiento y la adaptabilidad a las leyes y regulaciones, puedes minimizar riesgos y generar confianza.

4.1. Concurrencia de diferentes jurisdicciones en un proceso de tokenización

Cuando un token se emite, adquiere y utiliza en diferentes jurisdicciones, surgen desafíos legales y regulatorios. Es crucial cumplir con las leyes de cada jurisdicción en las etapas de emisión, colocación y gestión de activos. La prevalencia de una jurisdicción puede variar, pero en general, se debe cumplir con todas las leyes involucradas para minimizar riesgos. Las distintas etapas del proceso de tokenización pueden requerir la intervención de diferentes jurisdicciones, lo que hace necesario colaborar con asesores legales y expertos en cumplimiento.

Para abordar estos desafíos, resulta esencial trabajar con asesores legales y expertos en cumplimiento con experiencia en leyes y regulaciones internacionales y en múltiples jurisdicciones. Estos profesionales pueden ayudarte a navegar por el entorno legal

complejo y garantizar que tu proyecto cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables en cada jurisdicción involucrada

4.2. Estudio de viabilidad legal e impositiva

El análisis de viabilidad de la tokenización es crucial para determinar si es la opción adecuada para un activo específico y debe realizarse en conjunto con el modelo de negocio, ya que ambos se influyen mutuamente. Los costos y beneficios de la tokenización, en comparación con otras alternativas de financiamiento o inversión, pueden verse afectados por las regulaciones o su ausencia. Por lo tanto, antes de desarrollar el modelo de negocio, es necesario realizar un estudio de prefactibilidad legal e impositivo que contemple aspectos legales y regulatorios que puedan impactar la tokenización.

El proceso de análisis de viabilidad comercial, legal e impositiva de la tokenización consta de varios pasos clave, que se describen a continuación:

1. Estudio de prefactibilidad legal e impositiva

Identifica leyes y regulaciones aplicables a la emisión de tokens y se evalúan los riesgos y oportunidades asociados con la emisión de tokens en dicha jurisdicción. Por ejemplo, si se emite un token en un país con

>> "La tokenización de activos enfrenta desafíos legales, regulatorios e impositivos significativos..."

regulaciones estrictas sobre valores, se deben tener en cuenta las implicaciones de estas regulaciones en el proyecto. Este paso puede implicar la selección de la jurisdicción más apropiada examinando las implicaciones fiscales y tributarias de la emisión de tokens, como la posible obligación de presentar informes financieros y cumplir con las leyes fiscales.

2. Estudio de factibilidad legal e impositiva

En esta etapa, se selecciona la estructura jurídica que vinculará el token al activo subyacente, como una sociedad anónima (SA), una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), un fideicomiso o una deuda. Un ejemplo sería la tokenización de un inmueble a través de un fideicomiso, donde los titulares de los tokens tendrían derechos sobre los ingresos generados por el inmueble. Se realiza un análisis más detallado de las implicaciones legales y fiscales de la emisión de tokens, incluida la estructuración de acuerdos entre las partes involucradas, como empresas del mismo grupo y clientes, la elaboración de los documentos finales y la apertura de cuentas bancarias.

3. Estructuración del modelo legal

En esta etapa, se diseña el modelo legal que regirá la emisión de los tokens teniendo en cuenta los hallazgos del estudio de factibilidad legal e impositiva. Se establecen acuerdos con los clientes, se definen aspectos societarios y se elaboran los documentos finales, como contratos y términos y condiciones. Además, se abre una cuenta bancaria para recibir los fondos de los inversores y gestionar las transacciones financieras. Por ejemplo, si se tokeniza un proyecto de energía renovable, se establecerían contratos con los compradores de energía y se definirían los términos de la distribución de ingresos entre los titulares de tokens. Además, es necesario establecer procedimientos de cumplimiento, como Conozca a su Cliente (KYC) y Anti-Lavado de Dinero (AML). Cada uno de estos pasos es fundamental para garantizar que la tokenización del activo en cuestión cumpla con las leyes y regulaciones aplicables y se adapte al modelo de negocio, maximizando las oportunidades y minimizando los riesgos legales y fiscales asociados con la emisión de tokens.

V. ¿Cómo planeas utilizar la tecnología blockchain para mejorar la eficiencia, la transparencia y la seguridad en tu modelo de negocio?

La tecnología blockchain ofrece múltiples beneficios que pueden mejorar la eficiencia, la transparencia y la seguridad en la tokenización de activos y en la gestión de tu modelo de negocio. Para aprovechar al máximo estas ventajas, es importante comprender cómo puedes aplicar la tecnología blockchain en tu proyecto y cómo puede mejorar el funcionamiento de tu modelo de negocio.

5.1. Eficiencia

La tokenización de activos y el uso de la tecnología blockchain pueden aumentar la eficiencia en varias áreas, como:

- **Reducción de intermediarios**

La naturaleza descentralizada de la tecnología blockchain permite la eliminación de intermediarios en las transacciones, lo que puede reducir costos y acelerar procesos.

- **Automatización de procesos**

La implementación de contratos inteligentes en la cadena de bloques puede automatizar y simplificar procesos, como la emisión y transferencia de tokens, el

cumplimiento de condiciones y la distribución de pagos.

- **Facilitación de transacciones transfronterizas**

La tecnología blockchain puede facilitar y agilizar transacciones transfronterizas al eliminar la necesidad de intermediarios y monedas múltiples, lo que puede reducir las tasas de cambio y los tiempos de espera.

5.2. Transparencia

La tecnología blockchain puede aumentar la transparencia en la tokenización de activos y en tu modelo de negocio de las siguientes maneras:

- **Trazabilidad y auditoría**

Las cadenas de bloques almacenan información de manera segura y transparente, lo que permite rastrear y auditar fácilmente el historial de transacciones y la propiedad de un activo.

- **Acceso a información en tiempo real**

Los participantes en una cadena de bloques pueden acceder y verificar información en tiempo real, lo que mejora la transparencia y facilita la toma de decisiones informadas.

- **Compartir información de manera segura**

La tecnología blockchain permite compartir información entre diferentes partes de manera segura y transparente, lo que fomenta la colaboración y la confianza entre los participantes del mercado.

5.3. Seguridad

La tecnología blockchain puede mejorar la seguridad en la tokenización de activos y en tu modelo de negocio de las siguientes maneras:

- **Resistencia a la manipulación**

La información almacenada en una cadena de bloques es resistente a la

manipulación, ya que cualquier intento de alterar un bloque requeriría alterar todos los bloques anteriores en la cadena, lo cual es prácticamente imposible.

- **Autenticación y verificación**

La tecnología blockchain permite la autenticación y verificación de activos y transacciones mediante firmas digitales y criptografía, lo que asegura la integridad de los datos.

- **Privacidad y control de acceso**

Dependiendo de la configuración de la cadena de bloques, la privacidad y el control de acceso pueden ser ajustados para permitir que solo los participantes autorizados accedan a información específica, lo que protege la privacidad y la seguridad de los datos.

VI. ¿Has identificado el público objetivo?

Antes de lanzar tu proyecto de tokenización, es fundamental identificar a que segmento está dirigido. Por tratarse de una nueva manera de obtener financiamiento, cuando hablamos de segmento nos referimos concretamente a inversores interesados en comprar un token de seguridad que le dará una cierta rentabilidad. Ese inversor no debe confundirse con quienes compren el producto final del servicio o producto a desarrollar con los fondos recaudados. Ejemplo, si se trata de un proyecto inmobiliario, los inversores proveen fondos a

cambios de tokens que representan cuota parte de un fondo de inversión, que utilizará esos fondos para encargar a una empresa constructora que construirá viviendas, que serán vendidas a otro público objetivo muy distinto del inversor. Es decir, el público objetivo puede incluir a los inversores, usuarios finales, proveedores, y otros interesados en el mercado de los activos que deseas tokenizar. Para simplificar este proceso se deben al menos reconocer dos tipos de público objetivo, a saber, quienes compren los servicios o productos a

desarrollar, es decir los usuarios finales que traccionan la demanda del producto final, y por otro lado los inversores que estén dispuestos a comprar los tokens que financien el proyecto. Estos dos públicos objetivos, los inversores y los usuarios finales, tienen diferentes procesos de identificación y categorización desde el punto de vista del marketing. Ambos grupos tienen distintas motivaciones y necesidades, y es crucial abordar estas diferencias al planificar y ejecutar tus estrategias de marketing. A continuación, se describen los procesos de identificación y categorización para cada grupo, resaltando que en puede haber inversores minoristas e institucionales que también demandan diferentes estrategias de marketing:

Antes de lanzar tu proyecto de tokenización, es fundamental identificar y categorizar a los segmentos a los que está dirigido. Al tratarse de una nueva forma de obtener financiamiento, debes considerar principalmente a los inversores interesados en adquirir tokens de seguridad que les brinden rentabilidad. No debes confundir a estos inversores con aquellos que compran el producto o servicio final desarrollado con los fondos recaudados.

Para simplificar este proceso, es esencial reconocer al menos dos tipos de público objetivo:

- **Inversores**

Personas o entidades dispuestas a comprar tokens para financiar el proyecto. Este grupo puede incluir inversores minoristas e institucionales, que demandan diferentes estrategias de marketing.

- **Usuarios finales**

Personas o empresas que adquieren los productos o servicios desarrollados con los fondos recaudados. Estos son los que impulsan la demanda del producto final.

Ambos grupos tienen distintas motivaciones y necesidades, y es crucial abordar estas diferencias al planificar y ejecutar tus estrategias de Procesos de identificación y categorización para cada grupo:

- **Inversores**

- Analiza el perfil de los inversores potenciales y sus objetivos de inversión. Diferencia entre inversores minoristas e institucionales, ya que cada uno tiene diferentes requisitos y expectativas. Diseña estrategias de marketing específicas para cada tipo de inversor, destacando los beneficios de la tokenización, la rentabilidad potencial y el riesgo asociado.
- **Usuarios finales**
Investiga y comprende las necesidades, preferencias y comportamientos de compra de los usuarios finales. Desarrolla estrategias de marketing que se centren en educar y persuadir a este grupo sobre los beneficios y características del producto o servicio desarrollado.

Al identificar y categorizar adecuadamente a los diferentes segmentos de público objetivo, podrás desarrollar estrategias de marketing

más efectivas y dirigidas para lograr el éxito en tu proyecto de tokenización.

6.1. Inversores

6.1.1. Inversores minoristas

- **Definición**

Se trata de individuos que invierten su propio dinero en diferentes tipos de activos financieros, como acciones, bonos, fondos mutuos o tokens de seguridad. Por lo general, tienen menos capital para invertir y un conocimiento financiero limitado en comparación con los inversores institucionales.

- **Identificación**

Para identificar a los inversores minoristas, considera factores como su perfil demográfico, antecedentes financieros, riesgos y preferencias de inversión, y su conocimiento y experiencia en tecnologías blockchain y tokenización.



- **Categorización**

Se los puede clasificar según su nivel de experiencia, capital disponible para invertir y apetito por el riesgo. Algunos ejemplos de categorías de inversores minoristas incluyen inversores principiantes, inversores experimentados y traders activos.

Estrategias de marketing: Para llegar a los inversores minoristas, se deberán crear estrategias que resalten los beneficios de invertir y que sean accesibles y comprensibles para personas con diversos niveles de conocimiento financiero. También es importante proporcionar soporte y educación para ayudarlos a comprender y utilizar tu plataforma de tokenización de activos.

6.1.2. Inversores institucionales

Definición

Los inversores institucionales son organizaciones que invierten en nombre de sus miembros o clientes, como fondos de pensiones, bancos, compañías de seguros y fondos de inversión. Por lo general, tienen un mayor capital disponible para invertir y un mayor conocimiento financiero en comparación con los inversores minoristas.

- **Identificación**

Para identificarlos se debe considerar factores como su tamaño, tipo de organización, objetivos de inversión y

conocimiento y experiencia en tecnologías blockchain y tokenización.

- **Categorización**

Los inversores institucionales pueden categorizarse según su tipo de organización, como fondos de pensiones, bancos, compañías de seguros, fondos de inversión etc.

- **Estrategias de marketing**

Desarrolla estrategias que resalten los beneficios de invertir en tu proyecto, como la rentabilidad potencial, la diversificación de la cartera y la liquidez mejorada, así como el cumplimiento de las regulaciones y la solidez del equipo detrás del proyecto. También es importante proporcionar información detallada sobre el proyecto y mantener una comunicación directa y profesional con los representantes de las organizaciones inversoras.

6.2. Usuarios finales (clientes que compran los productos y servicios)

- **Identificación**

Para identificar a los usuarios finales de tu producto o servicio, debes considerar aspectos como su perfil demográfico, necesidades, preferencias y comportamiento de compra.

- **Categorización**

Los usuarios finales pueden clasificarse en diferentes segmentos según factores como su ubicación geográfica, edad, nivel de ingresos, estilo de vida y comportamiento en línea. Por ejemplo, en el caso de un proyecto inmobiliario, los segmentos podrían incluir compradores de viviendas por primera vez, inversores inmobiliarios y personas que buscan una vivienda para alquilar.

- **Estrategias de marketing**

Para llegar a los usuarios finales, enfócate en estrategias que resalten los beneficios y características de tu producto o servicio, y cómo puede satisfacer sus necesidades y preferencias. También es importante construir una marca sólida y mantener un alto nivel de servicio al cliente para fomentar la lealtad y la satisfacción del cliente.

VII. ¿Cuál es tu estrategia de marketing para el público objetivo?

Un primer paso recomendable antes de lanzar de desarrollar una estrategia de marketing es identificar los diferenciadores únicos de tu proyecto y realizar una clínica de marketing que valide tus supuestos.

7.1. Diferenciadores únicos de tu proyecto

Para que tu proyecto de tokenización de activos sea exitoso, es crucial identificar y comunicar los diferenciadores únicos que lo distinguen de otros proyectos similares en el mercado. Estos diferenciadores pueden ser características, ventajas o beneficios exclusivos que ofreces a tus inversores y usuarios finales, como por ejemplo:

1. Innovación tecnológica

Evalúa si tu proyecto incorpora tecnologías, algoritmos o soluciones innovadoras que lo diferencien de otros en el mercado. Por ejemplo, podrías

tener un enfoque único en la tokenización de activos o un protocolo blockchain más eficiente o seguro.

2. Experiencia del usuario

La experiencia del usuario es un factor clave en el éxito de cualquier proyecto. Considera cómo tu proyecto proporciona una experiencia más intuitiva, fácil de usar o personalizada en comparación con otros proyectos similares. Esto puede incluir una plataforma fácil de navegar, un proceso de inversión simplificado o características de personalización avanzadas.

3. Seguridad y cumplimiento normativo

Un diferenciador importante en el espacio de la tokenización de activos es la seguridad y el cumplimiento

normativo. Si tu proyecto sigue las regulaciones y leyes aplicables y garantiza la seguridad de los activos y la información de los usuarios, esto puede ser un diferenciador clave en el mercado.

4. Transparencia y trazabilidad

Si tu proyecto ofrece una mayor transparencia y trazabilidad en comparación con otros en el mercado, esto puede ser un diferenciador único. Por ejemplo, podrías proporcionar a los propietarios de tokens acceso a información en tiempo real sobre la procedencia, el historial y la ubicación de los activos tokenizados.

5. Calidad y diversidad de los activos

Si tu proyecto ofrece una gama más amplia de activos de alta calidad para invertir, esto puede atraer a más inversores y usuarios finales.

6. Modelo de ingresos y rentabilidad

Los inversores pueden estar interesados en proyectos que ofrezcan modelos de ingresos y rentabilidad atractivos y sostenibles. Si tu proyecto ofrece mayores retornos o un modelo de ingresos más sólido en comparación con otros proyectos similares, esto puede ser un diferenciador clave.

7. Equipo y asociaciones

Un equipo sólido con experiencia y conocimientos en áreas relevantes, así

como asociaciones estratégicas con empresas o instituciones reconocidas, pueden ser diferenciadores importantes en el mercado.

8. Compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad social

Si tu proyecto se enfoca en la sostenibilidad y la responsabilidad social, como la reducción de la huella de carbono, la promoción de la inclusión financiera, o lograr impacto en la agenda 2030, esto puede diferenciarte de otros proyectos en el mercado.

Al identificar y comunicar estos diferenciadores únicos, podrás atraer a más inversores y usuarios finales y posicionarte como una opción atractiva en el mercado de tokenización de activos.

7.2. Clínica de Marketing

Una clínica de marketing es un enfoque de investigación y análisis que evalúa y mejora estrategias, productos o servicios mediante interacción directa con el público objetivo o consumidores potenciales. Este proceso proporciona retroalimentación valiosa de inversores y clientes, permitiendo optimizar ofertas y tácticas de marketing. También se enfoca en validar factores diferenciadores e incluye diversas actividades, tales como:

1. Entrevistas individuales o discusiones en grupo

Estas interacciones permiten a los participantes expresar sus opiniones y proporcionar información detallada sobre sus preferencias, necesidades y

experiencias en relación con un producto, servicio o campaña de marketing.

2. Encuestas y cuestionarios

Estas herramientas permiten recopilar datos cuantitativos y cualitativos de un grupo de participantes, lo que ayuda a identificar tendencias y patrones en las preferencias y comportamientos de los consumidores.

3. Pruebas de concepto o prototipos

Los participantes pueden evaluar y proporcionar retroalimentación sobre productos o servicios en desarrollo, lo que permite a las empresas identificar áreas de mejora antes del lanzamiento.

4. Análisis de la competencia

Las clínicas de marketing pueden incluir un análisis de la competencia para identificar las fortalezas y debilidades de los competidores y encontrar oportunidades para diferenciarse en el mercado.

5. Validación de los factores diferenciadores

La propuesta de valor dirigida a inversores debe ser convincente al adaptarse a una tecnología innovadora y desconocida, superando barreras en aquellos acostumbrados a productos financieros tradicionales. El proceso de educación a inversores o “evangelización” puede requerir mayores inversiones para que comprendan las ventajas de la tokenización. Para los usuarios finales, la propuesta de valor también debe ser atractiva, validando aspectos que diferencien el producto o servicio final mediante técnicas como focus groups o entrevistas en profundidad

El objetivo principal de una clínica de marketing es utilizar la información recopilada de inversores y usuarios finales para informar y mejorar las decisiones de marketing, desde el diseño del producto hasta la comunicación y la promoción. Al obtener una comprensión más profunda de las necesidades y expectativas de su público objetivo, el emprendimiento puede adaptar sus estrategias de marketing para lograr un mayor éxito en el mercado. La validación de supuestos y la identificación de nuevas oportunidades son otras ventajas que pueden ayudar al éxito del proyecto.

VIII. Tokenomics: ¿cómo es la estructura del token y cuáles son los sistemas de incentivo?

Conocido usualmente como tokenomics, la estructura y mecanismo de incentivo es crucial para fomentar la participación de los usuarios y el crecimiento del ecosistema de tu proyecto. Al diseñar tu token y sus incentivos, debes considerar los siguientes aspectos:

- **Tipo de token**

Define qué tipo de token utilizarás en tu proyecto. Los tokens pueden ser de utilidad, de seguridad, de gobernanza o una combinación de estos. La elección del tipo de token debe estar alineada con el propósito principal de tu proyecto y cumplir con las regulaciones y leyes aplicables.

- **Distribución del token**

Describe cómo se distribuirán los tokens entre los usuarios, inversores, el equipo del proyecto y otros actores clave. La distribución del token debe ser justa y transparente, y puede incluir ventas de tokens, asignaciones iniciales, recompensas por minería, programas de afiliados, entre otros.

- **Mecanismos de incentivo**

Identifica y explica los mecanismos de incentivo que implementarás para motivar la participación y el crecimiento del ecosistema. Estos incentivos pueden incluir recompensas por aportar liquidez, participar en la gobernanza, realizar transacciones en la plataforma, referir a nuevos usuarios, entre otros.

- **Gobernanza y actualizaciones del token**

Explica cómo los titulares de tokens podrán participar en la gobernanza del proyecto y las decisiones relacionadas con las actualizaciones del token. Esto puede incluir votaciones y propuestas de mejora, así como la posibilidad de delegar votos a otros usuarios.

- **Utilidad y funcionalidades del token**

Describe las funciones y utilidades específicas que proporcionará tu token dentro del ecosistema. Esto puede incluir el acceso a servicios, el pago de tarifas, la capacidad de votar en decisiones de gobernanza o recibir recompensas por contribuir al crecimiento del ecosistema.

- **Escalabilidad y liquidez**

Considera cómo tu token se utilizará para mejorar la escalabilidad y liquidez de la plataforma. Por ejemplo, podrías



implementar soluciones de capa 2¹ para acelerar las transacciones o proporcionar incentivos para que los usuarios proporcionen liquidez en pools de intercambio descentralizado.

- **Mecanismos de quema y/o estacamiento (staking)**

Si tu proyecto incluye la quema de tokens o el estacamiento como parte de su estructura, explica cómo

funcionarán estos mecanismos y cómo pueden contribuir al crecimiento y la estabilidad del ecosistema.

Al diseñar cuidadosamente la estructura de tu token y los mecanismos de incentivo, podrás crear un ecosistema sólido y sostenible que motive la participación de los usuarios y el crecimiento a largo plazo de tu proyecto de tokenización de activos.

IX. Define la configuración técnica en la plataforma de tokenización

Es crucial que la tokenización esté configurada de acuerdo con la viabilidad legal, fiscal y comercial del proyecto. La configuración adecuada de la plataforma asegura el cumplimiento de requisitos legales y técnicos, proporcionando una experiencia de usuario ágil y segura. Esto incluye procesos como la elección del token apropiado, automatización de documentos para firmas digitales, carga de material promocional, configuración de la pasarela de pago y custodia de tokens, y pruebas de la plataforma. Cada elemento debe evaluarse cuidadosamente para garantizar su correcta implementación.

1. Selección del token

Las plataformas de tokenización ofrecen diversos tipos de tokens, niveles de seguridad y características

de gestión. La elección del token es crucial en la tokenización de activos, pues afecta la liquidez y facilidad de negociación. Se deben considerar factores como regulación, tipo de inversor y características del activo subyacente. Los tokens se clasifican principalmente en tokens de seguridad y tokens de utilidad. Los primeros representan una inversión y cumplen con regulaciones de valores, mientras que los segundos brindan acceso a servicios o productos específicos, sin estar sujetos a dichas regulaciones. Es fundamental seleccionar el token adecuado para el activo y el mercado objetivo. Además, hay diferentes estándares de tokens (ERC-20, ERC-

¹ Las soluciones de capa 2 son tecnologías y protocolos que se construyen sobre una blockchain de capa 1,

como Ethereum o Bitcoin, con el objetivo de mejorar la escalabilidad, la velocidad de las transacciones y la eficiencia general de la red

721, ERC-1155) que determinan características técnicas y de seguridad. La elección del estándar dependerá del tipo de token y las necesidades de la plataforma de tokenización.

2. Selección de la plataforma de tokenización

La plataforma de tokenización es la infraestructura técnica que facilita la emisión, negociación y gestión de tokens. Es esencial elegir una plataforma que cumpla con los requisitos técnicos y de seguridad para emitir tokens y esté adaptada a la regulación específica de la jurisdicción donde se planea su emisión. Existen diversas plataformas destacadas que, además de permitir una tokenización segura y confiable del proyecto, ofrecen funciones adicionales de gobernabilidad y gestión amigable

3. Configuración de la plataforma de tokenización

Una vez elegida la plataforma de tokenización, es crucial configurarla adecuadamente para asegurar su funcionamiento óptimo. Esto implica procesos KYC (Know Your Customer) y AML (Anti-Money Laundering), automatización de documentos para firmas digitales, carga de material promocional (como fotos, demos y videos), configuración de la pasarela de pago y custodia de tokens, alojamiento y pruebas de la plataforma. La correcta configuración garantiza el cumplimiento de requisitos legales y técnicos, y brinda una experiencia de usuario fluida y segura. Los procesos KYC y AML son especialmente relevantes para mantener la integridad y seguridad del mercado de tokens, mientras que la automatización de documentos agiliza la emisión y negociación de tokens.

X. Crea una estrategia de marketing y lanzamiento de la campaña de colocación de tokens

Una vez creado el activo tokenizado o en paralelo con este proceso, es esencial desarrollar una estrategia de marketing y distribución efectiva para asegurar su éxito. En esta sección, se presentan diversas estrategias para la promoción y distribución de tokens en el mercado, desde el lanzamiento del proyecto

con un evento de "Semana de Lanzamiento" hasta la distribución mediante una Oferta Inicial de Tokens (ITO). Además, se tratan las estrategias de seguimiento y asesoría personalizada para mantener el interés y la satisfacción de inversores y usuarios.

10.1. Estrategias de marketing

Algunas estrategias de marketing que puedes considerar incluyen:

1. Marketing de contenidos

Crear y compartir contenidos valiosos y relevantes, como artículos de blog, videos, infografías y estudios de casos, para educar e informar a tu público objetivo sobre la tokenización de activos y tu proyecto en particular. Asegúrate de adaptar el contenido a las necesidades e intereses específicos de tu público objetivo.

2. Redes sociales y comunidades en línea

Participar en redes sociales y comunidades en línea relevantes, como foros, grupos de LinkedIn y canales de Telegram, para establecer relaciones con tu público objetivo, compartir información sobre tu proyecto y recopilar comentarios. También puedes utilizar anuncios pagados en plataformas como Facebook, Twitter y LinkedIn para llegar a audiencias específicas.

3. Relaciones públicas y medios de comunicación

Trabajar con periodistas, influencers y medios de comunicación especializados en blockchain, finanzas e industrias relacionadas con los activos que deseas tokenizar para promover tu proyecto y generar cobertura en medios de comunicación.

4. Colaboraciones y asociaciones estratégicas

Establecer colaboraciones y asociaciones con empresas, organizaciones e influencers clave en tu industria y en el espacio blockchain para aumentar la visibilidad y la credibilidad de tu proyecto.

5. Eventos y conferencias

Participar en eventos y conferencias relevantes, tanto en línea como presenciales, para presentar tu proyecto, establecer contactos con posibles inversores y usuarios, y aprender de otros proyectos y tendencias en el espacio de tokenización de activos y blockchain.

6. Programas de recompensas y referidos

Implementar programas de recompensas y referidos para motivar a los usuarios existentes a compartir y promover tu proyecto entre sus contactos y redes.

10.2. Lanzamiento, emisión y distribución

Con el fin de garantizar el éxito de un proyecto de tokenización, es fundamental planificar y ejecutar eficazmente diferentes etapas, desde el lanzamiento hasta la emisión y distribución de los tokens. A continuación, se presentan cuatro estrategias clave que pueden marcar la diferencia en el éxito de un proyecto de tokenización de activos:

- **Launch Week**

Generar expectación y difusión del proyecto a través de un evento de lanzamiento es crucial. Durante esta semana, se deben llevar a cabo diversas acciones de marketing, como publicaciones en redes sociales, lanzamiento de videos promocionales y presentaciones en conferencias y eventos.

- **After Launch**

Es importante hacer un seguimiento de los testimonios y opiniones de los usuarios para evaluar su satisfacción y mejorar la tasa de suscripción. Realizar encuestas o solicitar opiniones a los usuarios permite obtener una retroalimentación valiosa y abordar de manera efectiva los comentarios negativos.

- **Follow-up con asesoramiento personalizado**

Realizar un seguimiento personalizado de los leads y posibles clientes es fundamental para conocer sus necesidades y expectativas. Un asesoramiento personalizado puede marcar la diferencia en la tasa de conversión de los leads, y es recomendable utilizar herramientas de automatización de marketing para

llevar a cabo un seguimiento personalizado y eficiente.

- **Emisión y distribución de los tokens**

La emisión y distribución de los tokens puede realizarse a través de una oferta inicial de tokens (ITO), donde se ofrecen tokens a cambio de criptomonedas o moneda fiat para recaudar fondos. Es importante realizar una planificación adecuada de la oferta y cumplir con los requisitos legales y regulatorios aplicables en la jurisdicción donde se lleva a cabo.

Implementando estas estrategias, los proyectos de tokenización de activos tienen mayores posibilidades de atraer inversores, generar interés en el mercado y lograr sus objetivos comerciales y financieros.



XI. Conclusión

Resumiendo, esta guía de tokenización aborda aspectos clave para llevar a cabo un proyecto exitoso en el ámbito de la tokenización de activos. Comienza con el análisis de viabilidad,

donde se estudian aspectos legales, impositivos y comerciales para determinar la adecuación de la tokenización en un caso específico. Luego, se destaca la importancia de identificar y

categorizar a los públicos objetivo, tanto usuarios finales como inversores, para desarrollar estrategias de marketing eficaces.

Además, se menciona la relevancia de seleccionar la plataforma de tokenización adecuada, que cumpla con los requisitos técnicos y de seguridad, y se adapte a las regulaciones específicas de la jurisdicción en la que se emitirán los tokens. También se discute la configuración adecuada de la plataforma, incluyendo procesos KYC y AML, automatización de documentos, configuración de pasarelas de pago y pruebas, para asegurar una experiencia de usuario fluida y segura.

Finalmente, se resalta la importancia de desarrollar una estrategia de marketing y distribución efectiva para promover y distribuir los tokens en el mercado, así como estrategias de seguimiento y asesoría personalizada para

mantener el interés y la satisfacción de los inversores y usuarios.

Para garantizar el éxito del proyecto de tokenización, es esencial evitar la improvisación y planificar adecuadamente todos los aspectos del proyecto. Esto implica buscar asesoramiento legal, impositivo, tecnológico, comercial y financiero de expertos en el campo, a fin de tomar decisiones informadas y minimizar riesgos.

Siguiendo esta guía y abordando cada aspecto de manera detallada y cuidadosa, los emprendedores podrán aumentar las probabilidades de éxito en sus proyectos de tokenización, atrayendo inversión y generando valor tanto para los inversores como para los usuarios finales. Adoptar un enfoque metódico y bien planificado asegurará una base sólida para el crecimiento y la expansión en el mercado de tokenización.

XII. Fuentes

"A Comprehensive Guide to Asset Tokenization" de Investopedia

"Tokenizing Assets: A Revolutionary Approach to Investing and How it Can Benefit You" de Forbes

"The Future of Asset Tokenization" de Security Token Academy

Tokenización de activos:

ConsenSys: "The Ultimate Guide to Asset Tokenization" (La guía definitiva para la tokenización de activos) - <https://consensys.net/blockchain-use-cases/asset-tokenization/>

Deloitte: "Tokenizing the World" (Tokenizando el mundo) - <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/technology/lu-tokenizing-world.pdf>

World Economic Forum: "Bridging the Gap in the Tokenized Asset Market" (Cubriendo la brecha en el mercado de activos tokenizados) - <https://www.weforum.org/whitepapers/bridging-the-gap-in-the-tokenized-asset-market>

Propósito del proyecto y relación con la tokenización de activos:

Medium: "Tokenization of Assets: Use Cases & Real-World Examples" (Tokenización de activos: casos de uso y ejemplos del mundo real) - <https://medium.com/stanton-ventures/tokenization-of-assets-use-cases-real-world-examples-60d35de64dcf>

Coinmonks: "10 Use Cases for Tokenized Assets" (10 casos de uso para activos tokenizados) - <https://medium.com/coinmonks/10-use-cases-for-tokenized-assets-bf16a5e7d178>

Hackernoon: "Tokenization of Real-World Assets" (Tokenización de activos del mundo real) - <https://hackernoon.com/tokenization-of-real-world-assets-8d7f0dfb5c51>

Legalidad y regulación de la tokenización de activos:

Baker McKenzie: "Legal challenges of tokenization" (Desafíos legales de la tokenización) - <https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/2019/10/legal-challenges-of-tokenization>

PwC Legal: "Tokenization of assets – Opportunities and legal challenges" (Tokenización de activos: oportunidades y desafíos legales) - https://www.pwc.ch/en/publications/2019/Tokenization%20of%20assets_Opportunities%20and%20legal%20challenges.pdf

White & Case: "Asset tokenisation: legal, regulatory and structuring considerations" (Tokenización de activos: consideraciones legales, regulatorias y de estructuración) - <https://www.whitecase.com/publications/article/asset-tokenisation-legal-regulatory-and-structuring-considerations>

Aspectos impositivos en la tokenización de activos y proyectos blockchain:

Deloitte: "Taxation of blockchain tokens" (Imposición de tokens blockchain) - <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/tax/lu-taxation-of-blockchain-tokens.pdf>

KPMG: "Taxation of tokens in selected countries" (Imposición de tokens en países seleccionados) - <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/10/taxation-of-tokens.pdf>

Eficiencia en la tokenización de activos y modelos de negocio con blockchain:

Swan, M. (2015). Blockchain: Blueprint for a New Economy. O'Reilly Media, Inc.

Mougayar, W. (2016). The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology. Wiley.

Transparencia y trazabilidad en la tokenización de activos y modelos de negocio con blockchain:

OECD (2018). Blockchain for Due Diligence in Raw Materials Supply Chains. <https://www.oecd.org/investment/blockchain-for-due-diligence-in-raw-materials-supply-chains.pdf>

Merkle Tree (2021). "How Blockchain Increases Transparency in the Supply Chain?" <https://merkle.io/blog/how-blockchain-increases-transparency-in-the-supply-chain>

Seguridad en la tokenización de activos y modelos de negocio con blockchain:

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World. Penguin.

Zohar, A. (2015). "Securing digital currencies." Communications of the ACM, 58(8), 64-73. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2699416>

Identificación y segmentación de inversores y usuarios finales:

Kolb, B. (2019). Market Segmentation: How to Do It and How to Profit from It. John Wiley & Sons.

Smith, W. R. (1956). "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies." Journal of Marketing, 21(1), 3-8. <https://doi.org/10.2307/1247696>

Estrategias de marketing para inversores minoristas e institucionales:

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Debelak, D. (2000). Streetwise Marketing Plan. Adams Media.

Estrategias de marketing para usuarios finales:

Hall, C., & Williams, A. (2008). Tourism and Innovation. Routledge.

Solomon, M. R. (2014). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson Education.

Identificación de diferenciadores únicos:

Trout, J., & Rivkin, S. (1996). The New Positioning: The Latest on the World's #1 Business Strategy. McGraw-Hill.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.

Clínica de marketing y validación de supuestos:

Gaskill, L. R., Van Auken, H. E., & Manning, R. A. (1993). A Factor Analytic Study of the Perceived Causes of Small Business Failure. Journal of Small Business Management, 31(4), 18-31.

Cooper, R. G. (1990). Stage-Gate Systems: A New Tool for Managing New Products. Business Horizons, 33(3), 44-54. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(90\)90040-I](https://doi.org/10.1016/0007-6813(90)90040-I)

Tipo de token y utilidad del token:

Mougayar, W. (2016). The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology. John Wiley & Sons.

Swan, M. (2015). Blockchain: Blueprint for a New Economy. O'Reilly Media.

Distribución de tokens y mecanismos de incentivo:

Buterin, V. (2014). A Next-Generation Smart Contract and Decentralized Application Platform. Ethereum White Paper. <https://ethereum.org/en/whitepaper/>

Chohan, U. (2017). Initial Coin Offerings (ICOs): Risks, Regulation, and Accountability. Regulation of Financial Institutions Journal. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3080098

Gobernanza y actualizaciones del token:

Zohar, A. (2015). The Decentralized Autonomous Organization and Governance Issues. Ledger, 2(0). <https://ledger.pitt.edu/ojs/ledger/article/view/101>

De Filippi, P., & Loveluck, B. (2016). The Invisible Politics of Bitcoin: Governance Crisis of a Decentralized Infrastructure. Internet Policy Review, 5(3). <https://policyreview.info/articles/analysis/invisible-politics-bitcoin-governance-crisis-decentralized-infrastructure>

Escalabilidad y liquidez:

Rauchs, M., & Hileman, G. (2018). Distributed Ledger Technology Systems: A Conceptual Framework. Cambridge Centre for Alternative Finance. <https://www.jbs.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2020/08/2018-10-ccaf-distributed-ledger-technology-systems.pdf>

Mecanismos de quema y/o estacamiento (staking):

Zamani, M., Movahedi, M., & Raykova, M. (2018). RapidChain: Scaling Blockchain via Full Sharding. Proceedings of the 2018 ACM SIGSAC Conference on Computer and Communications Security, 931-948. <https://doi.org/10.1145/3243734.3243853>

Wang, S., Li, W., Wang, Q., Li, Y., & Li, J. (2019). Staking Economy: An Incentive Analysis of Proof of Stake. arXiv preprint. <https://arxiv.org/abs/1906.05831>

Selección del token y tipos de tokens:

Conley, J. P. (2017). Blockchain and the economics of crypto-tokens and initial coin offerings. Vanderbilt University Department of Economics Working Papers 17-00008. <https://ideas.repec.org/p/van/wpaper/vuecon-sub-17-00008.html>

Mougayar, W. (2016). The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology. John Wiley & Sons.

Plataformas de tokenización:

Merkle, J., Chu, P., & Gorenflo, C. (2019). Tokenization: Implications for the venture capital industry. Journal of Corporate Finance, 58, 21-37. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.05.006>

Zetzsche, D. A., Buckley, R. P., Arner, D. W., & Föhr, L. (2018). The ICO Gold Rush: It's a Scam, It's a Bubble, It's a Super Challenge for Regulators. University of Luxembourg Law Working Paper No. 11/2017. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3072298

Configuración de la plataforma de tokenización y cumplimiento normativo:

Hinkes, A. (2018). Digital Tokens and Securities Regulation: Towards an International Safe Harbor. University of Miami International and Comparative Law Review, 26, 1-26. <https://repository.law.miami.edu/umiclr/vol26/iss1/5/>

Kwon, Y. J., & Kim, T. (2018). A study on the current status and strategies for improvement of blockchain technology and policy. Journal of Digital Convergence, 16(3), 83-90. <https://doi.org/10.14400/JDC.2018.16.3.83>

Estrategias de marketing y promoción de tokens:

Amsden, B., & Schweizer, D. (2018). Are Blockchain Crowdsales the New Gold Rush? Success Determinants of Initial Coin Offerings. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3169680

Ante, L., Fiedler, I., & Sandner, P. (2018). Blockchain-based ICOs: Pure Hype or the Dawn of a New Era of Startup Financing? *Journal of Risk and Financial Management*, 11(4), 80. <https://doi.org/10.3390/jrfm11040080>

Estrategias de lanzamiento, emisión y distribución de tokens:

Chod, J., & Lyandres, E. (2018). A Theory of ICOs: Diversification, Agency, and Information Asymmetry.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3249860

Fisch, C. (2019). Initial Coin Offerings (ICOs) to Finance New Ventures. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 1-22. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.09.007>

XIII. Autores

Autor

RODOLFO JOSÉ MONSBERGER

Bimount Ltd.

CEO AND FOUNDER

IRELAND: +353 899409781

ARGENTINA: +54 9351 7040449

rodolfo.monsberger@bimount.io

Co-Autor

MAXIMILIANO M. LÓPEZ

Bimount Ltd.

BUSINESS DEVELOPER

ARGENTINA: +54 9351 6643482

maxi.lopez@bimount.io

