



## **Liga Electrónica de Fútbol (eFL)**

La primera liga deportiva profesional controlada por sus fans

Desarrollado por la “Fan Access Network” (FAN) Token

Version 1.1  
November 1, 2017

---

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción</b> ...	3
<i>Estado actual de los deportes , Prueba de Concepto, Un nuevo modelo Perturbador; Fans en el control</i> ...	3
<i>Token de Fan Access Network (FAN): Es un token de utilidad descentralizado para deportes</i>	4
<i>El eFL es solo el comienzo , El lema de eFL</i> ...	5
<i>El Mercado - Deportes profesionales, deportes electrónicos y deportes de fantasía o virtuales</i>	5
<b>¿Qué es el eFL?</b> ...	7
<i>Deportes controlados por aficionados</i> ...	7
<i>Prueba de concepto: Salt Lake Eagles Screaming</i> ...	9
<i>Lo que aprendimos, Conclusión , Formato del Juego</i> ...	10
<i>Estructura de la liga, reglas del juego</i> ...	12
<i>El Studio Arena y la tecnología deportiva avanzada, Los jugadores y la propuesta</i> ...	13
<i>Socios de la Liga, Transmisión de Video, Producción del día del juego y planificación responsable</i> ...	14
<b>Presentamos el Token de Fan Access Network (FAN)</b> ...	15
<i>¿Qué es un Token FAN?, Beneficios de poseer Fichas FAN</i> ...	15
<i>Cómo obtener Tokens FAN</i> ...	18
<i>Visión general de ventas del token FAN, Asignación de Token FAN , Uso de los fondos</i> ...	19
<i>Integración del protocolo Bancor™ y características del Smart Token™, Gestión del Token</i> ..	21
<b>El Equipo, Dirección Ejecutiva</b> ...	22
<i>Operadores de la Liga</i> ...	30
<i>Consejeros legales</i> ...	43
<b>Hoja de Ruta y Calendario</b> ...	45
<b>Divulgación de riesgos</b> ...	47
<b>Aviso Legal</b> ...	50

---

## INTRODUCCIÓN

### Estado actual de los deportes

Los equipos deportivos profesionales crean e inspiran pasión en sus simpatizantes, y los flujos de ingresos impulsados por esa pasión son más fuertes y están más diversificados que nunca. Sin embargo, los deportes profesionales han tardado en implementar nuevas tecnologías y les falta mucho cuando se trata de interacción con los simpatizantes. Los simpatizantes anhelan tener voz, pero tienen poca voz en las organizaciones que apoyan. A medida que los equipos y las ligas crecen y se vuelven más populares, se generan miles de millones de dólares en franquicia y riqueza gracias a la pasión (y el gasto) de los simpatizantes, pero solo unos pocos disfrutan el sueño de ser el dueño del equipo y ejercer la toma de decisiones que proporciona el poder de propiedad.

**Eso está a punto de cambiar.**

### Prueba de concepto

En el 2015, comenzamos a desarrollar una plataforma para poner a los simpatizantes de los deportes en control de la decisión del equipo y fuera del campo de juego, al tiempo que permitimos que los mejores aficionados se beneficien directamente del éxito de su equipo. En febrero del año 2017, después de invertir más de dos años y dos millones de dólares, hizo su debut el primer equipo deportivo profesional controlado por un aficionado en el planeta, el [Salt Lake Screaming Eagles](#).

La prueba piloto en una poco conocida liga de fútbol de diez equipos atrajo a decenas de miles de simpatizantes de más de 100 países, generó cobertura mediática de importantes publicaciones como [Wall Street Journal](#) y [New York Times](#), y generó alianzas con [Sports Illustrated](#) y [Amazon's Twitch](#).

### Un nuevo modelo perturbador: Fans en el control

La *Electronic Football League* (eFL) es la primera liga deportiva profesional verdaderamente diseñada para la era digital, que permite a los simpatizantes controlar y usar su experiencia en el entretenimiento deportivo.

La plantilla de jugadores y las decisiones de llamadas de juego en tiempo real serán creadas por los simpatizantes a través de la aplicación móvil de la liga, lo que hace que los simpatizantes sean el entrenador y el gerente general de su equipo.

Los simpatizantes ya no serán sólo espectadores; más bien, serán contribuyentes activos de los juegos que están viendo. Este es un cambio transformacional en la forma en que los simpatizantes de los deportes interactúan y se relacionan entre sí: Ya no hay más que sentarse y mirar pasivamente a medida que la lista de un equipo toma forma o se desarrolla un juego. Serán esenciales para el producto de la liga tanto en el campo como fuera de él, y ciertos simpatizantes incluso serán recompensados por su

---

éxito si comparten el bolso del campeonato de \$ 1,000,000 +. Esta es la democratización de los deportes, y está a punto de realizarse a través de la liga deportiva más innovadora jamás creada, gracias a la tecnología descentralizada.

### **Token de Fan Access Network (FAN): Es un token de utilidad descentralizado para deportes**

El poder detrás de la interactividad y participación de los simpatizantes en el eFL es el token FAN, un Smart Token compatible con ERC20, que utiliza el Protocolo de Bancor para liquidez (más info abajo). Toda la actividad de los simpatizantes en la liga depende de los tokens FAN, desde la votación de qué entrenador contratar, a llamadas de juego en tiempo real durante los juegos. Al aprovechar la cadena de bloques de Ethereum, la liga puede mantener la transparencia basada en el libro mayor para todas las decisiones impulsadas por los aficionados y las asignaciones de recompensas. El Blockchain, es vital para crear una red de compromiso intrínsecamente abierta y democrática. A medida que más y más simpatizantes se unan al eFL y que las ligas adicionales adopten el estándar de tokens FAN, el token FAN se convertirá en la base sobre la que se construirán los deportes controlados por los fans.

### **El eFL es solo el comienzo**

Si bien la implementación inicial del token FAN y su correspondiente aplicación móvil, impulsarán las operaciones del eFL, pretendemos crear un mayor universo de consumo deportivo profesional y fans. Ya sea mediante la licencia de la plataforma o la creación de ligas adicionales (fútbol, béisbol, cricket, etc.), la ficha de FAN se convertirá en el ADN de las ligas que buscan un compromiso integral de sus simpatizantes a través de innumerables entretenimientos deportivos. FAN token es más que solo una herramienta para obtener acceso y un mayor control de los jugadores y jugar en representación, en el eFL: será el alma de la experiencia de los aficionados interactivos que continuará expandiéndose a través de nuevas plataformas digitales, impulsando la creación de nuevas ligas y la modernización de ligas que ya existen. Este es un juego de pelota completamente nuevo.

### **El lema de eFL**

El eFL está siendo desarrollado por un grupo de emprendedores y ejecutivos con experiencia en deportes profesionales, videojuegos, deportes de fantasía, blockchain y tecnología móvil, e incluye a altos ejecutivos de la NFL, FanDuel, Sega, Disney y Bancor. Comenzamos con un lema simple y poderoso que impulsa todo lo que hacemos y continuará guiándonos mientras construimos las ligas deportivas del futuro: **¡Poder para los simpatizantes!**

---

## El Mercado - Deportes profesionales, deportes electrónicos y deportes de fantasía o Virtuales

Gracias a factores que van desde el entusiasmo de los simpatizantes hasta el aumento de las grabadoras de video digitales hasta la descentralización del modelo de entrega de contenido, la demanda de contenido de deportes en vivo, está en su punto más alto. Las ligas deportivas profesionales en los Estados Unidos y en todo el mundo han aprovechado esta demanda en acuerdos de derechos de medios masivos y multiplataforma. Se estima que la NFL, la NBA y las Grandes Ligas tomarán más de \$ 6.9 Billones<sup>1</sup>, \$ 2.6 Billones<sup>2</sup> y \$ 1.5 Billones<sup>3</sup> en ingresos por derechos de medios, respectivamente, en el año 2017.

Incluso los deportes que tradicionalmente no han dominado el panorama deportivo estadounidense están disfrutando de un tremendo crecimiento en los negocios de medios: la **Major League Soccer** traerá más \$ 90 millones en ingresos por derechos de medios en 2017<sup>4</sup> (*un aumento de más de 5 veces con respecto a los 4 acuerdos anteriores de la liga*) mientras también finaliza un acuerdo para transmitir juegos en **Facebook Live**, abriendo la puerta a una audiencia global y masiva.

Si bien los deportes "tradicionales de palo y bola" han disfrutado de un impresionante aumento de los derechos de los medios en los últimos años, los **eSports** han experimentado un crecimiento aún más explosivo. El número de simpatizantes de los deportes electrónicos en EE. UU. Creció un 76% desde el año 2015 hasta el año 2016, y se prevé que los ingresos totales de la industria de eSports (*excluidos los juegos de azar*) crezcan de \$ 325 millones en el año 2015 a casi \$ 1.500 millones en el año 2020, con interés mundial de casi 600 millones de simpatizantes<sup>5</sup>.

Los deportes de fantasía han sido durante mucho tiempo los únicos disponibles donde los simpatizantes tienen poder y pueden "*controlar*" a los deportes y jugadores que aman. El crecimiento de la industria de la fantasía ha aumentado. 59.3 millones de residentes estadounidenses y canadienses son jugadores activos de los juegos de fantasía en el año 2017, y se proyecta que el segmento diario crecerá a 10.5 millones de usuarios y más de \$ 5.4 Billones apostados para el año 2021<sup>6</sup>. A medida que las plataformas **RA/RV** interactivas se generalicen, la demanda de una experiencia aún

---

<sup>1</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/National\\_Football\\_League\\_on\\_television](https://en.wikipedia.org/wiki/National_Football_League_on_television)

<sup>2</sup> <https://www.nytimes.com/2014/10/06/sports/basketball/nba-said-to-be-near-new-tv-deal-for-24-billion.html>

<sup>3</sup> [http://www.espn.com/mlb/story/\\_/id/8453054/major-league-baseball-completes-eight-year-deal-fox-turner-sports](http://www.espn.com/mlb/story/_/id/8453054/major-league-baseball-completes-eight-year-deal-fox-turner-sports)

<sup>4</sup> [http://www.espn.com/mlb/story/\\_/id/8453054/major-league-baseball-completes-eight-year-deal-fox-turner-sports](http://www.espn.com/mlb/story/_/id/8453054/major-league-baseball-completes-eight-year-deal-fox-turner-sports)

<sup>5</sup> <https://newzoo.com/insights/articles/esports-revenues-will-reach-696-million-in-2017/>

<sup>6</sup> <https://www.forbes.com/sites/kevinanderton>

---

más atractiva en el mundo del deporte seguirá aumentando. Este escenario de rápido crecimiento respalda una de nuestras creencias fundamentales: nunca ha habido un mejor momento para llevar al mercado un producto de entretenimiento deportivo atractivo e interactivo.

---

## ¿QUE ES EL EFL?

### Deportes controlados por simpatizantes o fans

Está programado para comenzar en 2018, la **Electronic Football League** (eFL) vuelve a imaginar el deporte del fútbol americano y la experiencia de ser un fan incondicional en la era digital. Los simpatizantes adoran la emoción y el drama de los deportes en vivo, aman la competencia y las sensación de realidad que los videojuegos brindan. El eFL combinará lo mejor de ambos, colocando a los simpatizantes en el control de equipos reales compitiendo entre sí en juegos en vivo, sin guión, con u\$s 1,000,000 en juego para el equipo que traiga a casa el campeonato.

El eFL ofrecerá un atractivo producto de fútbol hecho a medida para cautivar a una amplia audiencia digital. Contará con un equipo de siete contra siete, de ritmo rápido y alta puntuación, que abarca la evolución del fútbol expandido de los juegos de la NCAAF y la NFL, al tiempo que permite un conjunto diverso de estilos y estrategias en ambos lados del equipo. Cada juego de eFL será un concurso único y cautivador, entregado en una hora de presentaciones de estilo eSports donde la acción nunca se detiene.

Pero mientras que las demás ligas deportivas piden a los simpatizantes que simplemente se recuesten y observen la acción, el eFL los invita a levantarse y participar en una experiencia interactiva sin paralelo: tomar el control de cada equipo y lo que sucede en el campo. Los simpatizantes de cada franquicia de eFL llamarán a las jugadas de su equipo favorito a través de una aplicación móvil innovadora y una interfaz de transmisión, creando una experiencia en tiempo real completamente única. El eFL combina deportes tradicionales, deportes de fantasía y deportes electrónicos para crear la experiencia más atrapante para los simpatizantes del deporte en el planeta.

El control y participación de los simpatizantes no se limita al día del juego; también tienen el poder de construir su equipo desde cero. Con la Oficina Virtual del eFL, los simpatizantes dedicados tendrán voz en cada decisión de personal para su equipo elegido. Antes del comienzo de la temporada inaugural de la eFL, se llevará a cabo un **Live Draft** en el que los simpatizantes decidirán qué jugadores serán seleccionados para su equipo. Por primera vez en la historia deportiva profesional, los simpatizantes verdaderamente guiarán la fortuna de su equipo de principio a fin.

Los simpatizantes que aman el poder, la pasión y la acción vertiginosa del fútbol moderno encontrarán todas esas cualidades multiplicadas en el eFL. Los simpatizantes que aman la interactividad dinámica de los deportes electrónicos y los juegos verán

---

que eso será llevado al siguiente nivel con la acción real, en vivo y en el campo que controlan. Y los simpatizantes que aman formar equipos y demostrar sus conocimientos en el fútbol de fantasía verán cómo sus fantasías cobran vida.



---

## Prueba de concepto: Salt Lake Eagles Screaming

Si bien la noción de equipos deportivos dirigidos por simpatizantes puede parecer exagerada, *Fanchise* dio vida al concepto cuando compramos una franquicia de expansión en la Liga de Fútbol de Salón en octubre de 2015. Tras más de dos años de desarrollo, invitamos a simpatizantes de todo el mundo a tomar parte en la construcción del equipo desde cero. Más de 100.000 simpatizantes de EE. UU. hasta Singapur, aceptaron el desafío y tomaron el control de todas las decisiones importantes del equipo, desde la ciudad de origen del equipo, hasta el nombre y logotipo del equipo, los uniformes, las porristas e incluso la selección del entrenador y los jugadores que formaron la lista .



El 16 de febrero de 2017, Screaming Eagles comenzó la temporada de la Liga de Fútbol Indoor 2017 haciendo historia como el primer equipo profesional en permitir que sus simpatizantes iguallen todas las jugadas ofensivas en un juego. Más de ocho mil simpatizantes vendieron el Maverik Center en Salt Lake City, mientras que casi doscientos mil simpatizantes de cien países diferentes transmitieron el juego mientras convocaban todas las jugadas ofensivas a través de nuestra aplicación móvil. Las llamadas de juego en tiempo real resultaron ser un éxito masivo, con la participación de miles de simpatizantes dentro y fuera de la arena. Nuestra asociación con [Sports Illustrated](#) ayudó a poner al equipo en el mapa y nos brindó una plataforma para contar la historia de Screaming Eagles.

A fines de marzo, antes del tercer juego en las sede del equipo, establecimos una asociación con *Amazon's Twitch*, uno de los sitios de transmisión de deportes electrónicos más grandes del mundo con más de 100 millones de usuarios únicos mensuales. Integramos con éxito la función play 7 en *Twitch Chat* (similar a Twitch Plays Pokemon), creando una experiencia unificada de transmisión y reproducción de llamadas.



---

Al final de la temporada, los *Screaming Eagles* tenían decenas de miles de simpatizantes registrados, cientos de miles de juegos en tiempo real llamados y millones de visitas en Twitch, Facebook y YouTube.

El equipo capturó la imaginación de los simpatizantes y el interés de los medios. Los Screaming Eagles fueron ampliamente presentados por los principales medios de comunicación, incluyendo el [Wall Street Journal](#), [ESPN](#), [New York Times](#), [Slate](#), [Washington Post](#), [USA Today](#), [Fox Business](#), [Reuters](#), [Yahoo Sports](#), [Fortune](#), [Sports Illustrated](#), [CBS Sports](#), [SportTechie](#), [GeekWire](#) y [Uproxx](#). Demostrando que los simpatizantes pueden igualar tanto a los juegos como a los profesionales, la ofensiva del equipo terminó la temporada ocupando el tercer lugar en la liga y el mariscal de campo titular **Verlon Reed**, fue nombrado el novato Mejor jugador de ataque novato del año.

## Lo que aprendimos

Como con cualquier startup, tuvimos nuestra parte de éxitos y desafíos. Estos son los principales puntos de nuestra temporada piloto con *Screaming Eagles*:

- **Funciona en tiempo real mediante llamadas** - Nuestro objetivo número uno era demostrar que los simpatizantes podían llamar a las jugadas en tiempo real y tener éxito al hacerlo. Nuestra ofensiva clasificada #3 es una prueba de que los simpatizantes son más que capaces de tomar con éxito el control de las llamadas de juego. Además, las llamadas de *fan play* no interrumpieron el flujo del juego, dando a los entrenadores y jugadores la confianza en la capacidad para liderar el equipo.
- **Las asociaciones de medios / distribución son clave:** nuestras asociaciones con Sports Illustrated y Amazon's Twitch elevaron el perfil del equipo y nos dieron un gran alcance. La combinación de la rica tradición en deportes de *Sports Illustrated* y el dominio de la nueva era de *Twitch* en *eSports* resultó ser la opción perfecta ya que buscamos llevar el mundo de los deportes y *eSports* tradicionales junto con nuestro equipo interactivo.
- **Los retrasos de transmisión son un desafío:** aprendimos que ver una transmisión "*en vivo*" no significa que sea en tiempo real. Hay una demora de ocho a quince segundos entre lo que ve en la pantalla y lo que está sucediendo en tiempo real en la arena, lo que se conoce como "*tiempo detrás de la vida*" en la industria.  
Para tener la mejor experiencia de visualización/reproducción de llamadas, tendremos que resolver esto al incluir un retraso entre la llamada de

---

reproducción del fans en la aplicación y la jugada que se está ejecutando en el campo. Es una solución relativamente fácil, pero que no sería posible sin construir nuestra propia liga con un nuevo conjunto de reglas.

- **Producción en Estudio vs. Arena:** la mayoría de las arenas en los EE. UU. Son caras, desactualizadas y agregan poco valor a los espectadores que transmiten los juegos y toman las decisiones desde sus computadoras portátiles, teléfonos inteligentes y tabletas. Con el fin de ofrecer una experiencia de visualización realmente absorbente y que cambia el juego, necesitamos un control total de las instalaciones y un enfoque en la producción de alta calidad diseñada específicamente para nuestra audiencia digital.

## Conclusión

Para ofrecer una experiencia verdaderamente interactiva e absorbente para nuestra primera base de simpatizantes digitales, debemos tener el control de la liga, la jugabilidad, el lugar y la producción, a la vez que contamos con fuertes socios de distribución de medios para llevar el juego a las masas. La dinámica inherente de fan/jugador, los incentivos y el apetito ya están ahí.

El eFL dispuso en poco tiempo \$ 1,000,000 en premios para el Campeonato en la plataforma, a diferencia de las ligas deportivas tradicionales, los equipos y sus simpatizantes compiten por un premio en efectivo significativo durante la temporada: un mínimo de u\$S 1,000,000 . Los jugadores, entrenadores y ciertos simpatizantes del equipo que gana el juego de campeonato compartirán el bolso.

El premio del campeonato será un mínimo de u\$S 1,000,000 con jugadores y entrenadores compartiendo en un cincuenta por ciento y ciertos simpatizantes compartiendo el cincuenta por ciento restante. Además, un porcentaje de ciertos ingresos de la liga (*por ejemplo, compras en la aplicación*) se agregará al pozo de premios, creando un bolso de campeonato cada vez más grande en cada temporada. También trabajaremos para asegurar que los patrocinadores de la marca agreguen fondos adicionales a la cartera, con el objetivo final de ofrecer el pago de campeonato más alto a los jugadores, entrenadores y aficionados.

## Formato del juego

Siguiendo el ejemplo de la explosiva popularidad de los **eSports** de transmisión, el **eFL** ofrecerá una acción de fútbol sin parar en un formato de juego de una hora. El conjunto de reglas de la liga fomentará un estilo de juego vertiginoso y abierto que reduce las penalizaciones y otras pausas, al tiempo que elimina equipos especiales para ofrecer

---

juegos de alta intensidad de principio a fin. El juego se jugará en un campo de 50 yardas con zonas finales de 10 yardas y paredes acolchadas.

A diferencia de las ligas de fútbol tradicionales, nuestros jugadores serán alentados a mostrar tanto sus talentos en el campo como sus personalidades. No serán multados por quitarse el casco y celebrar una gran jugada. En lugar de recibir una penalización, las celebraciones de *touchdown* serán recompensadas: el jugador con la mejor celebración de la semana, según lo determinado por los simpatizantes, recibirá un bono en efectivo. Esta oportunidad más moderna de expresión amplificará y motorizará tremendamente los medios sociales de la liga, creando momentos memorables y compartibles más allá de la imaginación.

## **Estructura de la liga**

La liga comenzará con ocho nuevas franquicias, cada una con una lista de 18 jugadores seleccionados por los simpatizantes. Habrá dos divisiones de cuatro equipos cada una. El mejor equipo en cada división llegará a los playoffs junto con dos equipos comodines que pueden ser de cualquiera de las divisiones. La temporada consistirá en una temporada regular de 16 juegos con dos juegos de posttemporada y un juego de campeonato. Con la liga adoptando un formato de juego de una hora, los equipos tendrán la oportunidad de jugar con más frecuencia que solo una vez por semana. Esto, a su vez, acortará la duración de la temporada en general, permitiendo potencialmente dos temporadas completas por año.

## **Reglas del juego**

Los simpatizantes de la NFL y del fútbol americano universitario podrán seguir y comprender el eFL desde el primer día.

Los cambios más notables del juego al aire libre tradicional al eFL son:

- Juegos de 1 hora, reloj en funcionamiento, breve tiempo intermedio de 5 minutos
- El campo es la mitad de largo que un campo al aire libre y está rodeado por paredes acolchadas
- Es 7v7 en lugar de 11v11 con alineaciones ofensivas similares al fútbol de bandera que tantos simpatizantes han jugado: tres hombres de línea ofensiva, un mariscal de campo y tres jugadores de posición de ataque.

- 
- No hay objetivos de campo, despejes ni puntos extra (pateados), por lo que los equipos siempre deben "ir por eso" en cuarta oportunidad

Estos cambios de regla aumentarán la velocidad del juego, disminuirán las penalizaciones y proporcionarán una hora intensa de fútbol.

## **El Studio Arena y la tecnología deportiva avanzada**

Studio Arena de eFL se diseñará para funcionar más como un estudio de producción de alta tecnología que un estadio deportivo tradicional y se diseñará para ofrecer una experiencia de entretenimiento deportivo verdaderamente interactiva y absorbente a los simpatizantes en cualquier dispositivo conectado de todo el mundo. Las cámaras para drones con piloto experto ofrecerán vistas cautivadoras y cercanos sin precedentes en ningún deporte profesional.

Las cámaras y los micrófonos incrustados del casco de los jugadores colocarán a los espectadores en medio de cada jugada importante. Los sensores usables y la tecnología dentro del estadio -incluso incrustados en la bola del juego en sí- proporcionarán un flujo constante de datos para mejorar las transmisiones e impulsar el análisis del fútbol, ayudando a los simpatizantes a tomar las mejores decisiones posibles desde los movimientos de la lista hasta las llamadas. Hacer la llamada ganadora será una experiencia inolvidable en una liga que lleva a sus espectadores al centro de la acción. El Studio Arena albergará una "*audiencia de estudio de televisión*" de aproximadamente mil a mil quinientos admiradores. Los posibles lugares actuales incluyen Los Ángeles, Las Vegas, Atlanta y Dallas.

En segundo lugar, el eFL y su Studio Arena servirán como un "campo de juego" de tecnología deportiva para las tecnologías emergentes en deportes y entretenimiento. El eFL desarrollará nuevas tecnologías y capacidades, e invitará tanto a nuevas empresas como a grandes corporaciones a integrar su tecnología de vanguardia en la arena y en toda la liga. El objetivo a largo plazo es que el eFL establezca una incubadora/aceleradora de tecnología deportiva formal, con un socio estratégico o de riesgo acordado, mientras que, entretanto, se convierte en sinónimo del futuro de los deportes y el fandom.

## **Los jugadores y la propuesta**

El objetivo del eFL es para principios de 2018 y comenzar a hospedar e invitar a los jugadores a participar en pruebas regionales de solo invitación. Se alentará a los jugadores que no reciban una invitación y quieran asistir a que creen una página de perfil en el sitio web de eFL y subirán sus videos destacados. Cualquier jugador que reciba 100 o más votos en su perfil recibirá automáticamente una invitación a una

---

prueba. Después de las pruebas, el personal y los simpatizantes de eFL que participan en la Oficina Virtual de Recepción extenderán invitaciones a los jugadores para que asistan al mini campo.

Todas las pruebas y minicampos se transmitirán en vivo y todas las secuencias de video y las evaluaciones de los jugadores estarán disponibles para los simpatizantes a medida que se preparan para el sorteo de jugadores en vivo.

## Socios de la liga

### Transmisión de Video

Hemos recibido una oferta significativa de una de las compañías de medios con sede en los EE. UU. Más grandes para comprar los derechos de emisión de transmisión global al eFL. Actualmente estamos finalizando los detalles de los términos y esperamos firmar un acuerdo de larga duración dentro de los próximos meses. Si bien un acuerdo mutuo de confidencialidad nos impide revelar el nombre del socio, creemos que esta asociación generará una gran atención de la prensa y un gran revuelo mediático una vez que se complete. El acuerdo también garantiza que los juegos de la eFL tengan un canal para ser visto potencialmente por decenas de millones de personas en todo el mundo.

### Producción del día del juego y planificación responsable

Estamos en conversaciones avanzadas con dos productoras de primer nivel del mundo de los deportes y entretenimiento televisados. Han producido más de 150 espectáculos en televisión durante la última década, incluidos algunos de los deportes más conocidos y programas basados en juegos reales en los medios.

Nuestro objetivo al trabajar con una productora de primer nivel es doble. **En primer lugar**, queremos crear una producción elite de días de juego, y queremos hacerlo con una compañía de producción que esté más versada en la creación de bienes para el entretenimiento que en los juegos de fútbol. El eFL recreará el deporte del fútbol para el simpatizante digital, y una gran parte de eso, será el factor de entretenimiento de la transmisión. Queremos traer una compañía de producción de gran talento fuera del mundo del fútbol para presentar el juego a través de una visión completamente nueva en sintonía con las tendencias actuales de los medios.

**Segundo**, planeamos crear programación adicional fuera del juego diario. Estamos discutiendo múltiples formatos de espectáculos que proporcionarán a la liga un mayor alcance, generarán contenido atractivo antes de la temporada y crearán una oportunidad para estar en la televisión en red. Algunas de las ideas del show en las



---

que estamos trabajando actualmente incluyen "*Hard Knocks Meets High Tech*", "*The Making of a Football League*", y un tercer show en la línea de [Ultimate Fighter](#) que sería una competencia entre jugadores en diferentes posiciones, con los ganadores otorgados puntos garantizados en el eFL. Podemos alentar a los simpatizantes a opinar sobre los formatos que más les gustaría ver, otro beneficio que se lograría por tener una audiencia altamente comprometida.

## Presentamos el Token de Fan Access Network (FAN)

### ¿Qué es un Token FAN?

Para hacer la transición de la administración literal de los equipos deportivos profesionales del modelo tradicional de propiedad a un modelo de propiedad centrado en los fans, el eFL ha creado un token de utilidad único, que impulsará toda la toma de decisiones y el compromiso de los simpatizantes activos de la liga. El **token FAN**, es un Smart Token compatible con la tecnología ERC20 y compatible con la tecnología de Bancor. FAN, será la unidad de poder a través de la cual se deriva toda la interactividad. El nivel de control de cada fan será directamente proporcional a su propiedad de los tokens FAN, y la habilidad y la frecuencia con la que interactúan con el eFL se agregaran a su colección de tokens.

Además del caso de uso práctico como una utilidad fácilmente transaccionable, el token basado en ethereum aprovecha la tecnología blockchain para brindar un nivel de transparencia completa, proporcionado por un libro continuo, a las operaciones de la liga y a todos los votos de los aficionados. Para que los simpatizantes compren la idea del poder de toma de decisiones descentralizado y fluido, necesitan estar seguros de que sus decisiones rinden los resultados que esperan. El blockchain ( el libro mayor) es la clave para desbloquear esa democratización y proporcionar confianza en el sistema a todas las partes involucradas.

Si bien los tokens de FAN serán la medida literal de influencia para el poder de votación de un fan, ya sea para convocar una jugada o seleccionar un nuevo mariscal de campo, también tendrán utilidad indirecta ligada a las operaciones de la liga. Los tokens FAN permitirán a los simpatizantes desbloquear niveles de acceso a contenido, derechos de votación, experiencias exclusivas con la liga y sus patrocinadores, mercadería y, por supuesto, el potencial para una mayor porción del bolso del campeonato. Además de comprar tokens de FAN en la venta de tokens, los simpatizantes podrán ganar tokens de FAN a través de una variedad de programas basados en recompensas diseñados para mejorar la participación de los simpatizantes y el compromiso con el eFL.

### Beneficios de poseer tokens FAN

---

Todos los aspectos de la participación de los simpatizantes en el ecosistema de eFL serán impulsados por el token FAN. El poder de un fan individual para influir en las decisiones cruciales de su equipo, desde selecciones preliminares y fichajes de agentes libres hasta llamadas de juego en tiempo real, en el mismo juego, aumentará a medida que aumente la propiedad de sus tokens FAN. Al mantener ciertas cantidades de token FAN, también se otorgará acceso a contenido exclusivo, ventajas especiales, premios, descuentos y otras recompensas con token de FAN.

Anticipamos que las oportunidades de participación de los simpatizantes seguirán creciendo a medida que aumente la aceptación pública y las audiencias, y que la tecnología continúe democratizando el acceso incluso más allá de los deportes. Como tal, la utilidad del token FAN está limitada sólo por la imaginación. Por ahora, los beneficios de poseer un token FAN incluirán:

- **Mayor poder de entrenamiento:** Cada equipo tendrá una tabla de marcadores de FAN que clasificará a los simpatizantes de arriba a abajo. El poder de entrenamiento para cada equipo se distribuirá a través de la tabla de clasificación del equipo con los simpatizantes en los primeros lugares que tienen la mayor cantidad de influencia, y los simpatizantes en la parte inferior son los que tienen la menor cantidad. Las clasificaciones del marcador se determinarán en función de una serie de factores que incluyen, entre otros, la cantidad total de tokens de FAN, la cantidad total de tokens de FAN obtenidos en un período de tiempo específico y estadísticas ofensivas y defensivas acumuladas cuando los simpatizantes llaman a juegos exitosos para Su equipo.
- **Llamadas de juego individuales:** imagínese sentado en su sofá mirando el juego y recibiendo una notificación en su teléfono le dirá "*¡Usted y solo usted está llamando a la siguiente jugada!*" Se seleccionarán varias veces por juego individuos y pequeños grupos de titulares de fichas FAN, para convocar una jugada, brindando la oportunidad de ser el único Coordinador ofensivo del equipo para esa jugada. Una vez más, la transparencia de blockchain es esencial para la confianza de los simpatizantes en que la jugada que llaman es la jugada en el campo.
- **Apuestas:** inicialmente, la plataforma de eFL no admite apuestas, pero las apuestas punto a punto son una funcionalidad en la que estamos trabajando con nuestro equipo legal para implementarlas en un futuro cercano de manera totalmente compatible. Los mercados descentralizados de predicción como [Augur](#), [Gnosis](#) y [Stox](#) ya han creado un tremendo impulso y dejado un precedente.



- 
- **Premio del Campeonato** de u\$d 1,000,000 +: el juego del Campeonato de la eFL tendrá un premio mínimo de u\$d 1,000,000 en la línea. Los jugadores y entrenadores del equipo ganador compartirán el 50% del pozo de premios. Ciertos simpatizantes del equipo que gana el juego de campeonato también compartirán el 50% del premio, asignado en una serie de categorías, incluida la cantidad de jugadas exitosas, pases ganados, yardas acumuladas y touchdowns anotados.
  - **Niveles VIP:** Los niveles VIP basados en la propiedad del token FAN incluirán entradas VIP gratuitas para juegos, asientos especiales y acceso in situ para poseedores de tokens FAN, suscripciones de *Front Office virtuales* gratuitas, avatares únicos en la aplicación, invitaciones a eventos exclusivos, el primero en las noticias de última hora, y más.
  - **Recompensas y premios:** ¡cada ficha de FAN es una entrada para ganar! Los propietarios de tokens FAN serán elegibles para ganar premios y recompensas a través de sorteos. Los premios del sorteo van desde productos de equipo y consolas de juegos hasta experiencias únicas de aficionados y paquetes de viaje para ver un juego de eFL en persona. El sorteo se llevará a cabo al menos una vez al mes durante la temporada, con cada ficha de FAN que proporciona una entrada en el sorteo al azar. Para ser elegible para el sorteo, los simpatizantes deben haber estado activos en la aplicación eFL durante la semana anterior del sorteo. Los detalles completos del sorteo y las reglas oficiales se darán a conocer en una fecha posterior. Todos los detalles de sorteos y concursos en este libro blanco están sujetos a cambios.
  - **Bonificación por ganar Play-Calling:** durante cada juego de la temporada, los simpatizantes del equipo ganador que llamaron a los juegos y participaron durante el juego recibirán tokens FAN.
  - **Descuentos:** Descuentos especiales solo para tokens FAN en mercancía, boletos, experiencias de simpatizantes, compras en la aplicación y más. Los descuentos se clasifican por niveles con los mayores descuentos reservados para los principales propietarios de tokens y ganadores de FAN.
  - **Compras en la aplicación:** los tokens FAN se pueden usar para comprar "*aumentos de votos*", experiencias de días de juegos, mercadería de edición limitada, acceso a la oficina virtual y más.

---

## Cómo obtener Tokens FAN

Los simpatizantes de eFL pueden ganar tokens FAN al interactuar con el ecosistema de eFL en una variedad de puntos de contacto, que incluyen:

- Ver juegos
- Llamar a jugadas y acumular estadísticas ofensivas y defensivas, p. yardas por aire, yardas por tierra, touchdowns y saques
- Visualización de contenido de video escrito y transmitido en el sitio web de la liga y la aplicación móvil
- Participar en encuestas y decisiones de coaching de equipos, como reclutar jugadores y establecer la alineación titular de la semana.
- Mantener una suscripción activa a Front Office virtual
- Brindar actividades de valor agregado a los equipos como seguimiento de jugadores y ayudar a los entrenadores a evaluar oponentes
- Hacer una referencia entre amigos y familiares para unirse a la base de simpatizantes de eFL
- Compromiso con patrocinadores de la liga
- Creación de contenido relacionado con la liga, incluidas publicaciones de blog y videos
- Y más, incluidas las oportunidades generadas por los usuarios ...

---

## Visión general de ventas del Token FAN

La preventa de token privado comenzará en diciembre del 2017, para los usuarios que se registren en el sitio web de eFL, y la venta de token público comenzará en enero de 2018. Los tokens tendrán un precio fijo en ETH durante la venta que se publicará en el sitio web de eFL el día anterior a la venta. Los detalles completos de la venta, incluidos los bonos de preventa, fijación de precios, suministro, límite máximo, etc. se proporcionarán en el sitio web y a través de varios canales de medios sociales más cercanos a la fecha de la venta.

### Asignación de Token FAN

Al finalizar la venta, los tokens FAN se asignan según estas cuatro categorías:

% De la oferta total	Categoría	Terminos especiales
50%	Participantes de venta de tokens	N / A
20% #	Fundadores / Devs / Empleados / Asesores	Los tokens se visten durante las primeras tres temporadas de la eFL
15%	Fondo de Desarrollo de Marketing eFL *	Los tokens en el fondo estarán disponibles anualmente en tres cuotas iguales, y la primera cuota se liberará inmediatamente después de que finalice la venta del token.
15%	Socios estratégicos	Se usará para traer socios estratégicos al ecosistema de eFL
* Fondo de desarrollo de marketing: este fondo se utilizará para cosas como la adquisición de clientes, recompensas en la aplicación, premios de campeonato y marketing de liga.		
# NOTA: los fundadores / empleados / asesores / desarrolladores y sus familiares no serán elegibles para gana o participa en los premios de eFL.		

### Uso de los fondos

Los fondos recaudados durante la venta del token se utilizarán para desarrollar y avanzar la experiencia de los eFL y los simpatizantes de eFL. Dado que estamos construyendo no solo una compañía de tecnología sino una liga de fútbol de la vida real, existen muchas capas para el negocio. Esta es la primera vez que se construye desde la base, la liga de deportes controlada por el fan o simpatizante. Entendemos que comenzar una nueva liga es una empresa desafiante; sin embargo, el equipo que hemos formado ha construido múltiples equipos deportivos y compañías de tecnología desde cero, y creemos que nuestro plan para consolidar el eFL en un solo lugar hará

---

que el proceso de comenzar la liga sea más parecido a comenzar un equipo muy grande en lugar de una liga con equipos repartidos por todo el país.

Aquí hay un desglose de alto nivel del uso de los fondos:

- Desarrollo de la tecnología principal - 25%
  - El desarrollo de la tecnología principal incluye nuestra aplicación de llamadas en tiempo real, implementando la tecnología blockchain en toda la plataforma y el ecosistema eFL, y desarrollando nuestras capacidades de producción de contenido, incluida la integración con nuestros socios de medios de transmisión. Una gran parte de este presupuesto se utilizará para continuar mejorando la experiencia de participación de los seguidores de nuestra aplicación central e implementar nuevas características y funcionalidades para impulsar la adopción y la rigidez.
- Liga e infraestructura del equipo - 30%
  - Esto incluye el salario de los entrenadores y jugadores, campo, equipo, instalaciones de entrenamiento, comidas y alojamiento, etc.
- Operaciones y tecnología avanzada - 15%
  - Esto incluye el personal de la liga, sede, equipo de producción y personal, y un presupuesto de tecnología avanzada para incluir repuestos de drones, cascos en vivo, wearables, datos biométricos, movimientos de jugadores, seguridad del jugador, etc.
- PR, marketing y adquisición de nuevos clientes - 15%
  - Hemos estado involucrados con Consultores sobre este tema, durante el año pasado para relaciones públicas y continuaremos con la venta del token de participación. El marketing incluirá marcas de la liga/equipo y campañas de concientización generales, así como planes de adquisición de clientes. Luego de una exitosa venta de tokens, distribuiremos un RFP para asegurar que una agencia de mercadeo sea la agencia de registro para el eFL. Las campañas de adquisición de clientes continuarán ejecutándose internamente.
- Servicios profesionales - 10%
  - Esto incluye servicios legales, contables, impositivos, de reclutamiento y de consultoría. Hemos conservado a *Proskauer Rose* como nuestro asesor legal

---

para asuntos corporativos generales. Hemos conservado a *Smith Anderson* como nuestro asesor legal relacionado con la venta de tokens y otros asuntos de moneda digital.

- Contingencia - 5%
  - Somos pioneros en una forma completamente nueva de mirar y consumir deportes en un espacio que cambia rápidamente con muchas variables. Este segmento ayudará a cubrir nuestros descuidos a medida que avancemos con el eFL.

### **Integración del protocolo Bancor y características del Smart Token**

Después de finalizar el período de venta, depositaremos el 3% del límite del mercado de FAN en BNT como el Conector de FAN a la Bancor Network <sup>TM</sup>, activando así las funciones de token inteligente Bancor del token FAN. Esto permitirá a los titulares de token FAN comprar/vender FAN para BNT, ETH y cualquier token en la red, en cualquier momento, desde una simple aplicación web, ofreciendo mayor liquidez y usabilidad a los titulares. Se pueden encontrar más detalles sobre el Smart Token de Bancor en el sitio web de [Bancor](#).

### **Gestión del Token FAN**

Estamos entusiasmados con los tokens FAN para crear una de las primeras oportunidades para que una amplia audiencia de consumidores se comprometa con una verdadera criptomoneda. Sin embargo, también nos damos cuenta de que la complejidad de la tecnología de criptomonedas crea actualmente barreras significativas para la adopción de los usuarios que son nuevos en elementos tales como la creación de billeteras (wallets), claves privadas, tarifas de transacción y la navegación de los intercambios de criptomonedas (exchanges).

Para simplificar el proceso de incorporación para la amplia base de simpatizantes de eFL, brindaremos una experiencia administrativa fácil de usar en la aplicación móvil eFL. Cada cuenta será "sembrada" con una pequeña cantidad de token FAN cuando un simpatizante cree una cuenta nueva, y la interfaz de usuario permitirá que la versión anterior del sistema proporcione transacciones constantes, tiempos de transacción rápidos y encapsulación de características complejas como la privacidad y llaves. Los simpatizantes no necesitarán ningún conocimiento de criptomoneda previo para adquirir, obtener, beneficiarse o canjear fichas FAN en cualquier lugar dentro del ecosistema de eFL.

---

## El equipo

### Dirección ejecutiva



### **Sohrob Farudi, Co-founder & CEO**

Sohrob es un consumado ejecutivo internacional de nivel C y emprendedor con respaldo de capital. Ocupó el cargo de CEO en varias startups, pasó dos años en el extranjero trabajando en Europa, recaudó más de veinte millones de dólares en financiación de fideicomiso y de riesgo, y se desempeñó como inversor y asesor de numerosas empresas en la última década. Ha participado en eventos como SXSW, Hashtag Sports, MIT Sloan Sports & Analytics Conference y Block-Con. Actualmente es el CEO de eFL, responsable de la dirección estratégica, las asociaciones y el financiamiento.

Antes de la eFL, Sohrob fundó Fanchise, la compañía que construyó la aplicación de llamadas en vivo y participación de simpatizantes en tiempo real con *Salt Lake Screaming Eagles* que condujo a la creación de la eFL. En su tiempo con Fanchise, aseguró millones de dólares en fondos de fideicomiso, lideró el diseño de productos para la aplicación móvil de llamadas, negoció asociaciones con Sports Illustrated y Twitch, y atrajo a notables ejecutivos del mundo del entretenimiento y deportes profesionales para ayudar a impulsar la liga..

Antes de irrumpir el mundo de los deportes y el entretenimiento, Sohrob dirigió empresas de todos los sectores en análisis (SeeVolution), marketing digital (ActBold) y móvil (Flipswap). Como cofundador y CEO de Flipswap, Sohrob lideró la compañía desde el "arranque inicial" hasta la empresa con respaldo de riesgo, asegurando \$ 14 millones de RRE Ventures y NGEN Partners. Bajo la guía de Sohrob, Flipswap obtuvo el ranking # 81 en la lista de las 500 compañías de más rápido crecimiento de Inc Magazine, y en 2011 lideró la fusión / venta de Flipswap a HYL A Mobile en una transacción que incluyó una inversión de \$ 35 millones de Kleiner Perkins.

---

Sohrob comenzó su carrera como consultor en Accenture. Tiene una maestría en Sistemas de Información de la Escuela de Negocios de la Universidad George Washington y una Licenciatura en Finanzas de la Universidad de Maryland, donde se graduó en solo tres años. Actualmente reside en Manhattan Beach, California, con su esposa y dos hijas pequeñas.



### **Grant Cohen, Co-founder & VP Digital**

Grant Cohen es un veterano de la industria del contenido y mercadotecnia de aplicaciones móviles, habiendo estado en la industria desde que el iPhone fue meramente producto de la imaginación de Steve Jobs. Es cofundador de Fanchise y actualmente es el responsable de Digital para la próxima eFL. Más recientemente, formó parte del equipo ejecutivo de Kochava, el proveedor líder de aplicaciones móviles y análisis de juegos, donde se desempeñó como gerente general de Kochava Collective, que es el mayor mercado independiente de datos móviles del mundo.

Antes de unirse a Kochava, Grant cofundó ChirpAds, una empresa nativa de publicidad móvil financiada por Science Inc, que posteriormente adquirió y se fusionó con Playhaven, lo que resultó en una red publicitaria móvil de vanguardia que respaldó a más de 25.000 desarrolladores de juegos que generaban monetización y adquisición de usuarios a nivel mundial. En 2015, Grant lideró el negocio de Playhaven mediante su adquisición por RockYou, una empresa de juegos sociales con sede en San Francisco. Antes de eso, se unió a GradientX como Jefe de Ventas y Desarrollo Comercial y dirigió su exitoso lanzamiento comercial, lo que resultó en una adquisición rápida por parte de SingTel / Amobee, un multimillonario APAC TelCo.

Grant comenzó su incursión en el espacio inalámbrico en 2004 mediante la gestión de marketing para AskMeNow, la aplicación más popular del mundo en ese momento en los dispositivos Blackberry y Palm Pilot conectados. También se ha desempeñado en funciones de administración para AdInfuse, una red publicitaria móvil financiada por Softbank, que fue adquirida por el proveedor de marketing global Velti y como consultor



---

ejecutivo para OpenX. Grant tiene un BSC en Administración de Medios de la Universidad de Miami (Florida).



### **Patrick Dees - Co-founder & VP Gaming**

Patrick Dees es un emprendedor en serie y un ejecutivo dinámico que ha estado involucrado en innumerables startups exitosas a lo largo de su carrera.

Patrick cofundó Talk About Wireless en el año 2002, se desempeñó como ejecutivo GM de Flipswap Inc en 2008, cofundó y se desempeñó como CEO de Emerge Group en 2013, y se desempeñó como Gerente General y socio de Las Vegas Outlaws en 2015, ayudando a guiar al equipo a un puesto en los playoffs en su temporada inaugural.

Como fundador y vicepresidente ejecutivo de Talk About Wireless, Patrick encabezó las iniciativas de crecimiento de la compañía, construyendo operaciones en 48 empresas que pasaron del mundo real al ONLINE, cerca de 200 empleados y \$ 17 millones en ventas anuales. Más tarde, en Flipswap Inc, Patrick jugó un papel decisivo para asegurar la distribución interna, ya que Flipswap creció a más de 100 empleados y más de \$ 50 millones en ingresos





### **Vivek Jain - Co-founder & CFO**

Vivek Jain se graduó de la Universidad de Regina en 1999 con un Bachelor of Business Administration y procedió a obtener su designación Chartered Accountancy en 2002.

Comenzó su carrera con Price water house Coopers. Luego de cuatro años de creciente responsabilidad dentro del sector de la contabilidad pública, se unió a Enstar Group, una firma de capital de riesgo especializada en la industria del reaseguro.

Cuando se unió a Enstar, era una pequeña empresa privada que crecía a un ritmo muy rápido. Durante su mandato, la compañía se hizo pública, y para el momento de su salida en 2007, Enstar se comercializó en el mercado NASDAQ con una capitalización de mercado de más de u\$d 1 billón. Enstar creció a través de adquisiciones, con Vivek siendo responsable de cerrar muchas de las ofertas que impulsaron este crecimiento. También formó parte del equipo ejecutivo sénior que dirigía las operaciones de las compañías recientemente adquiridas. Después de su tiempo en Enstar, Vivek continuó en compañías de capital de riesgo, asumió un cargo de alto nivel en Investment askatchewan y posteriormente administró su propia firma de consultoría que brindaba CFO para servicios de alquiler y aumento de capital.

Vivek también participó en numerosas juntas directivas durante su carrera, incluidas Sask Sport Inc., la autoridad estatal de deportes amateur, y Bioriginal, líder mundial en la entrega de soluciones nutricionales completas para las industrias alimenticia y nutracéutica.



### **Yann Kronberg - Acting CTO**

Yann Kronberg tiene más de 15 años de experiencia en administración de tecnología mediante software, código abierto e industrias de tecnología de publicidad, incluidas múltiples empresas de puesta en marcha exitosas y una oferta pública inicial. Tiene experiencia comprobada en la creación de productos de clase mundial para AdTech, Big Data Industry & Data Science. Cuando no está investigando el último algoritmo de optimización, pasa su tiempo explorando el proyecto ethereum.

Actualmente, Yann es CTO de Zazmic, un proveedor de servicios especializado en big data, data science y AdTech, donde dirigió el equipo de productos y tecnología, que cuenta con 150 empleados en todo el mundo (sus clientes incluyen Ericsson, Rakuten, Adxperience y France Telecom). Yann Kronberg también se desempeñó como jefe de productos en Lifestreet, director sénior de productos en Velti, donde lideró el equipo de productos que construye la línea de productos Ad Tech de clase mundial. Otros roles clave incluyen posiciones de liderazgo con Adinfuse (AdNetwork adquirida por Velti) y Siebel Systems (una empresa Oracle).



## **Jonathan Calmus - VP Product & Growth**

Jonathan Calmus es parte inventor, parte creativo y parte emprendedor. Fundó su primera compañía cuando tenía 17 años y ha construido y asesorado a varias compañías desde entonces. Jonathan recaudó más de u\$s 2 millones en sus empresas. Ha aparecido en segmentos en Forbes, Fox, ABC, CBS y The Street, y es un escritor prolífico.

Para divertirse, Jonathan disfruta construir proyectos que desafían el status quo y le gusta "romper el molde". Este impulso lo ha llevado a convertirse en un autor de libros para niños, un director comercial y un hacker de garaje que crea productos en tecnología médica para pizarras blancas.

Con su tiempo en el eFL, Jonathan ha sido pionero en sistemas de automatización de producción patentados que han ahorrado dinero en comparación con los métodos tradicionales y han sentado las bases para impactar la producción en vivo y la transmisión como una industria.



### **Yuriy Yakovlev - System Architecture**

Software Engineer con 15 años de experiencia trabajando en proyectos durante todo el ciclo de vida del producto en metodologías ágiles y conocimiento profundo de las mejores prácticas de la ingeniería de software, incluyendo estándares de codificación, revisiones de código, gestión de control de fuentes, integración continua, procesos de construcción, pruebas y operaciones. Yuriy tiene un historial probado en el desarrollo de aplicaciones móviles y basadas en la web, clientes exitosos, integración técnica, mejoras de procesos y sistemas, gestión de productos y análisis de negocios.

Dada la amplitud de su experiencia, Yuriy ha asumido múltiples funciones, desde el inicio del proyecto y el desarrollo estratégico hasta la dotación de personal y la gestión del equipo, asegurando de forma consistente la entrega exitosa de proyectos.



### **Bogdan Sviripa - Blockchain & Full Stack Development**

Bogdan Sviripa ha participado en el desarrollo de muchos productos de TI inspiradores y desafiantes. No tiene miedo de usar tecnologías de punta. Bogdan siempre trata de ofrecer la mejor solución para un producto. Actualmente está interesado en las tecnologías de criptomonedas y blockchain.

Bogdan tiene experiencia en el ciclo completo del desarrollo de contratos inteligentes de Ethereum y en la construcción de un ecosistema de productos sobre ellos.

---

Finalista de los desafíos nacionales UA Web Challenge 2014, UA Web Challenge 2015. Participante de Garage 48, Odessa 2014, Garage 48 Odessa 2015, Garage 48 Dnipro 2016 hakathons. Bogdan siempre está al tanto de las tecnologías.



## **Marat Urazov - Smart Contract & Full Stack Development**

Marat Urazov es un ingeniero de software con más de 10 años de experiencia en desarrollo web completo. Marat tiene una gran experiencia en la creación de sistemas cliente-servidor, utilizando Ruby, PHP y Java. Además de desarrollar aplicaciones cliente usando Android, jQuery, JS Frameworks (Angular, React.js), HTML, JavaScript, TypeScript tiene la mayor experiencia en el diseño de arquitecturas de software y bases de datos en la base de datos más popular. Desarrolla y aprende rápidamente idiomas modernos como elixir, etc. Tiene una amplia experiencia trabajando y administrando equipos de desarrollo a nivel de jefe de equipo y gerente de desarrollo, establece expectativas y coordina recursos para garantizar una fusión oportuna.

Usando la experiencia extendida de utilizar tecnologías sin contacto, como NFC y RFID, ha construido billeteras móviles y sistemas de identificación centralizados. Tiene una amplia experiencia en el desarrollo y trabajo con sistemas de pago, la creación de complejos clústeres distribuidos de alta carga y sistemas a prueba de fallas sobre la base de micro servicios. En 2013 fue cofundador y desarrollador de la puesta en marcha de tecnologías sin contacto, que representó en conferencias de TI europeas y ucranianas.

En 2013, comenzó a desarrollar las primeras soluciones para conectar blockchain a los sistemas de pago a través de sitios que utilizan bitcoin, creó cripto y plataformas de pago con bitcoin, y está interesado en nuevas herramientas financieras y sistemas para construir mercados. Tiene experiencia en el desarrollo de contratos inteligentes, propiedad inteligente y aplicaciones blockchain descentralizadas, con un enfoque actual en contratos inteligentes/propiedad inteligente y el desarrollo de aplicaciones descentralizadas sobre una infraestructura web3 basada en blockchain.

---

## Operadores de la liga



### **Ray Austin - Co-founder & VP Football Ops**

Ray Austin ha sido un elemento básico del mundo de los deportes y el entretenimiento durante los últimos 15 años. Después de una exitosa carrera de cinco años en la NFL donde jugó para los Jets and Bears, Ray ha pasado a una carrera como empresario, actor y modelo. Ray ha aparecido en más de 100 comerciales con clientes tan conocidos como Coors, Ford, Listerine y McDonald's. También ha estado en más de dos docenas de anuncios impresos, incluidos K-Mart, Coca-Cola y Bank of America.

Austin tiene un profundo aprecio por el respeto y la disciplina que ha ganado en la comunidad deportiva. Trabajó duro durante su mandato de cinco años como jugador de la NFL, lo que ayudó a prepararlo para su próxima aventura en rendimiento deportivo.

Copropietario de un gimnasio de 40,000 pies cuadrados con más de 300 atletas, contribuyó en gran medida al éxito de atletas universitarios y profesionales como Justin Tucker, Tommy Zbikowski, Tony Moeaki y Chris Brown. Utilizó las habilidades que obtuvo para retribuir al asociarse con Nike y ofrecer capacitación sobre el rendimiento a los jóvenes del centro de la ciudad de Chicago. Esta experiencia fue la inspiración para Nike S.P.A.R.Q. línea (velocidad, potencia, reacción de agilidad, rapidez).

La etapa deportiva brindó un vistazo al mundo del entretenimiento, y Ray descubrió que le apasiona la actuación, el modelaje y la producción. Ha sido miembro orgulloso del Screen Actors Guild (SAG) durante los últimos 13 años. También ganó experiencia como locutor de radio y comentarista a través de Voice of America.

Continuando con su servicio comunitario, Austin ha hablado en numerosas escuelas secundarias y universidades, y se enorgullece de haber sido orador principal varias veces con un gremio de fitness de élite.



**Jason Chilton**  
**VP Football Experience & Innovation**

Jason es un estratega de negocios experimentado y profesional de medios de entretenimiento con una profunda pasión por el fútbol. Actualmente dirige la división de Experiencia e Innovación de Fútbol de la Electronic Football League.

Está trabajando para garantizar que eFL ofrezca un producto de entretenimiento futbolístico único y atractivo, adaptado tanto al control del fans, como al consumo digital multiplataforma.

Durante la temporada inaugural de FANchise con Salt Lake Eagles Screaming, Jason lideró la iniciativa Virtual Front Office, que proporcionó a los simpatizantes dedicados experiencia práctica en operaciones de fútbol del mundo real, desde exploración de jugadores hasta entrenamiento y desglose de películas. También dirigió el desarrollo y la ejecución del revolucionario sistema Fan Play Calling System de FANchise, que permitió a los simpatizantes de todo el mundo guiar una de las principales ofensivas de la liga llamando a todas las jugadas ofensivas de Screaming Eagles a través de la aplicación móvil FANchise. Jason también desarrolla análisis de fútbol, estrategia y contenido de entretenimiento como autor y productor interactivo para SBNation, y antes de unirse a FANchise, se desempeñó como Jefe de Contenido y Análisis para PocketGM, una innovadora startup de fútbol de fantasía.

Antes de su trabajo en deportes y entretenimiento deportivo, Jason se desempeñó como consultor estratégico global para Bain & Company, dirigió la estrategia de desarrollo de medios y producción para varias startups, se desempeñó como Estratega de Innovación Digital para una agencia líder en marketing interactivo farmacéutico, y trabajó como Valuation Manager para el brazo de gestión de activos de Lone Star Funds, una de las firmas de capital privado más respetadas del mundo. También es guionista y productor, con su película inaugural 'No Chance' recientemente ganando un estreno mundial.



---

Jason recibió sus títulos universitarios y de posgrado de la Universidad de Texas en Austin, obtuvo dos títulos del Programa de Honores de Plan II Liberal Arts y el Programa de Honores de Finanzas Comerciales antes de regresar para obtener su MBA de la Escuela de Negocios McCombs.



**Shawn Liotta**  
**Coach of the Fans**

Es un entrenador veterano de 19 temporadas en el nivel profesional, universitario y de preparación, Shawn Liotta se ha ganado una reputación como un ganador constante, reclutador y promotor de fútbol profesional. Liotta se ha desempeñado como Head Coach y Director de Operaciones de Fútbol en el nivel profesional de interiores durante nueve temporadas, cultivando una reputación como innovador ofensivo y ganador consecuente. Liotta lideró la Explosión en los campeonatos CIFL consecutivos de 2013-2014, incluida una temporada de 12-0 en 2013, mientras compilaba una racha de 15 triunfos consecutivos.

Liotta compiló un récord de 60-27 durante su mandato en Erie y ha llevado a sus equipos a los playoffs en siete de nueve temporadas como entrenador en jefe profesional, compilando un récord de 37-9 en el Erie Insurance Arena. Dos veces nombrado entrenador de la liga del año, su "videojuego de Infracciones" estableció 26 récords nacionales o de la liga, y varios de sus ex jugadores han avanzado a oportunidades en la AFL, la CFL y la NFL. Sus equipos establecieron registros de puntaje en tres ligas diferentes, incluido el récord histórico de puntos anotados en un solo juego (138) durante la temporada 2011. Desde 2011-2012, la Explosión Erie promedió más de 70 puntos por juego, y el entrenador Liotta dirigió la ofensiva mejor clasificada en cuatro ligas de fútbol diferentes, tuvo dos mariscales de campo diferentes en el primer año nombrados MVP de la liga y entrenó a cinco jugadores diferentes para la liga JMV honores. El entrenador Liotta ha entrenado a cinco mariscales de campo diferentes para los honores de toda la Liga en el primer equipo y ha tenido tres mariscales de campo diferentes nombrados Jugador Más Valioso de la Liga, bajo su dirección. Liotta adquirió experiencia a nivel universitario en la



---

Universidad de Duquesne como entrenadora de Running Backs 2002-2004. Durante su mandato, los Dukes capturaron el Campeonato MAAC 2002 y 2003 y el Campeonato Nacional Mid-Major de la División NCAA IAA 2003.

Liotta, es un entrenador exigente en clínicas de fútbol, ha formado a entrenadores de fútbol de Estados Unidos y Canadá en su sistema ofensivo de grabación de récords, al tiempo que forma parte de la junta asesora editorial de American Football Monthly junto a luminarias de coaching como Mike Leach y Hal Mumme. Liotta ha sido presentadora destacada en Glazier Clinics, la Clínica Nike Coach of the Year, Gulf Coast Clinic, y autora de una de las series de DVD más vendidas a través de American Football Monthly. Actualmente, Liotta opera una empresa de consultoría en la que enseña a entrenadores de escuelas secundarias y universidades de 28 estados y tres países los secretos de su sistema ofensivo "No Huddle No Mercy", que marca un récord. Liotta se graduó en 2002 de la Universidad Robert Morris con un BSBA en Gestión Deportiva y reside en Lower Burrell, Pensilvania, con su esposa Allison y su hija Liliana.



### **Bryan Kirsch - Director of PR**

Bryan ha trabajado en el desarrollo y la ejecución de estrategias de comunicaciones de marketing durante más de una década, asociándose con marcas, individuos y propiedades de consumo líderes. Bryan se enorgullece de estar en primera línea trabajando con sus clientes para fortalecer su reputación general de marca en el mercado, desde compañías Fortune 500 hasta pequeñas empresas; proporcionar asesoramiento de alto nivel para lograr sus objetivos comerciales y mantener sus objetivos de comunicación.

Antes de cofinanciar Relative Consulting, Bryan desempeñó papeles de liderazgo en las principales firmas de Relaciones Públicas del mundo, incluidas Ketchum, Edelman y Weber Shandwick. Bryan ha liderado la creación y ejecución de una amplia gama de iniciativas estratégicas de comunicación, incluidas campañas globales de marketing de asociaciones, lanzamientos de productos y concientización para socios clave del cliente, incluidos Russell Athletics, Spalding, Bank of America, Tostitos, PlayStation, Weight Watchers, Chase, IBM, MasterCard, Diageo (Guinness, Smirnoff, Crown

---

Royal), Gillette, General Mills, Hyatt Hotels and Resorts y Ask.com. Su experiencia tiene sus raíces en los deportes y el entretenimiento, y también ha ayudado a integrar programas de comunicación de marketing deportivo y de estilo de vida en varias ligas y asociaciones deportivas profesionales, incluidas NASCAR, la National Football League, Major League Baseball y Professional Professional Golfers Association.

Hoy, con Relative Consulting, Bryan está utilizando su experiencia para ayudar a su lista actual de socios clientes a articular su narrativa de marca de una manera que excite y evoque la acción y la emoción de su público objetivo.



**Andy Dolich**  
**Former COO San Francisco 49ers**

Andy aporta más de cinco décadas de experiencia ejecutiva en la industria del deporte, incluidas posiciones de front office en la National Football League (NFL), la Major League Baseball (MLB), la National Basketball Association (NBA) y la National Hockey League (NHL).

Dolich fue responsable de las operaciones comerciales diarias de los San Francisco 49ers (NFL), que incluyen ventas, radiodifusión, marketing, asociaciones corporativas, relaciones públicas, nuevos medios y relaciones con la comunidad. Dolich jugó un papel importante en la planificación preliminar del Levi's Stadium de u\$d 1.4 billones en Santa Clara.

Antes de unirse a los 49ers, Dolich se desempeñó como Presidente de Operaciones Comerciales para los Memphis Grizzlies (NBA) y dirigió el equipo de negocios en la planificación y construcción de su nuevo estadio, el FedExForum. Dolich trabajó con el Presidente de Operaciones de Baloncesto, Jerry West, para que los Grizzlies ingresen a los Playoffs de la NBA tres veces y estableció una base de boletos de temporada de más de 11,000.

En la década de 1980 y principios de la década de 1990, Dolich lideró el resurgimiento comercial de los Atléticos de Oakland (MLB).

---

Ayudó a cambiar la cara de la publicidad del equipo deportivo a través de la campaña "BillyBall" ganadora del Clio y aumentó el promedio de asistencia desde 800,000 a 2.9 millones, mejorando la base de boletos de temporada de 326 a 16,000. Creó los esfuerzos comerciales y de marketing durante tres apariciones consecutivas de la Serie Mundial.

Al comienzo de su carrera, Dolich ocupó cargos ejecutivos en los Washington Diplomats (North American Soccer League), Philadelphia 76ers (NBA) y Washington Capitals (NHL). Dalich recibió su título de grado en Gobierno de American University y Masters en Gestión deportiva de la Universidad de Ohio. Dolich es un orador y escritor popular sobre los problemas que enfrenta la industria del deporte. Es colaborador editorial de Sports Business Journal y Ultimate Sports Guide, y fue "Sports Business Insider" para "Comcast Sportsnet Bay Area".

Dolich enseña negocios deportivos en la Escuela de Educación Continua de Stanford y Menlo College. Se desempeña en una serie de juntas y organizaciones de la industria del deporte y la comunidad, incluyendo la Autoridad Deportiva de San José, la Fundación PGA del Norte de California, Accelerate Sports, Fan Compass, Property Consulting Group, Pivot Marketing, Navigate Marketing, la Northern California Jewish El Salón de la Fama del Deporte, la Junta Asesora de Gestión Deportiva de la Universidad de Ohio y la Junta Asesora del Programa de Deportes Deportivos DeVos de la Universidad de la Florida Central.



**Manish Jha**  
**Former GM of Mobile, NFL**

Manish es el fundador y presidente ejecutivo del grupo de compañías Silvermine. Pasó más de dos décadas en el negocio de los medios, sirviendo como gerente general de unidades de negocios para grandes compañías como la NFL y ESPN, y como CEO y presidente de compañías más pequeñas como Vantrix, SkyWeaver y Tremor Video. Más recientemente, el Sr. Jha fue presidente de Publisher Platforms en Tremor Video,

---

donde supervisó el negocio editorial, lanzando con éxito y creciendo rápidamente la plataforma programática SSP de la compañía. Antes de Tremor, se desempeñó como gerente general de Mobile en National Football League, donde su equipo desarrolló aplicaciones de freemium líderes en la industria para teléfonos inteligentes y tabletas. Previamente, Manish se desempeñó como Presidente y CEO de SkyWeaver, Inc, una compañía de orientación social y basada en gráficos de interés, y como CEO de Vantrix, una empresa de tecnología de video.

Manish comenzó su carrera en ESPN, donde se desempeñó en diversas funciones, incluyendo como Vicepresidente Senior y Gerente General de Mobile y como SVP / GM de Emerging Media, donde lanzó servicios innovadores como ESPN3. Ha recibido numerosos premios de la industria por su liderazgo, incluyendo ser nombrado uno de los “50 personas más influyentes en streaming y la tecnología” de Transmisión de la revista, uno de los “CableFax 100” por la revista CableFax, un “Quién es quién en el móvil” de The Hollywood Reporter, uno de los ejecutivos de tecnología deportiva más influyentes de la década por The Sports Business Journal, y uno de los 25 ejecutivos más influyentes del sur de Asia en los medios de EE. UU. Por Korn Ferry y la IFFLA. Manish también está activo como inversionista crowdfunding, asesor y miembro de la junta directiva con una serie de nuevas empresas.

El Sr. Jha se graduó de la Universidad de Colgate, donde recibió una Licenciatura en Filosofía y Religión. También ha participado en una variedad de programas de educación ejecutiva en Harvard, MIT, UCLA y otras instituciones líderes.



**Mark Irace**  
**Former Chief Marketing Officer, Fanduel**

Mark Irace aporta tres décadas de liderazgo en marketing con una trayectoria de creación de negocios directos al consumidor en una amplia variedad de industrias, incluyendo deportes, regalos, flores, comida, publicaciones, cuidado de la salud y una variedad de empresas de comercio electrónico y CPG en general.

---

Mark estuvo recientemente en FanDuel, donde se unió como Director de Marketing en febrero de 2013. Irace supervisó la adquisición de clientes, la retención de clientes, patrocinios de equipos y ligas, marca, contenido, relaciones públicas y perspectivas del consumidor. Como CMO de FanDuel, supervisó todos los tratos de equipos y ligas, incluida su asociación con la Asociación Nacional de Baloncesto (NBA) y el patrocinio de 32 equipos profesionales en la National Basketball Association y la National Football League (NFL).

Durante los cuatro años de Mark, los ingresos de FanDuel crecieron de \$ 5 millones a \$ 160 millones, con pagos anuales de u\$d 1.5 Billones. Bajo el liderazgo de Mark, FanDuel tuvo un costo de adquisición que era la mitad del de su competencia, mejores tasas de retención y acuerdos de liga y equipo menos caros/más eficientes. Irace también liderará un nuevo lanzamiento de marca en 2016.

Antes de unirse a FanDuel, Mark pasó 13 años en Provide Commerce (ProFlowers, Shari's Berries, Cherry Moon Farms y Personal Creations), comenzando con ProFlowers en marzo de 1999. Como vicepresidente de marketing de ProFlowers, Mark impulsó un crecimiento rápido de un inicio de la rentabilidad, con ingresos que van desde \$ 1M a \$ 70M en cuatro años. Provide Commerce se hizo público en 2003, se vendió a Liberty Media en 2006 por \$ 477 millones y luego se vendió a FTD en 2014. Mark fue nombrado gerente general de la división Gourmet Food en 2006 y corrió las marcas de Shari's Berries, Cherry Moon Farms y Uptown Prime. Bajo el liderazgo de Mark, la división de alimentos experimentó un rápido aumento de los ingresos y logró una rentabilidad que aumentó de \$ 7 millones a \$ 75 millones en ingresos en menos de cinco años.

Antes de unirse a Provide Commerce, Mark trabajó en respuesta directa, desarrollando estrategias de correo nacional e internacional en los Estados Unidos, Europa y América Latina.

Actualmente se desempeña en el directorio de cuatro empresas de comercio electrónico, marketing y deportes. También es mentor en dos aceleradores de inicio, incluyendo Amplify LA y The Los Angeles Dodgers. Actualmente, Mark es CMO interino en The Bouqs Co. y es consultor de una variedad de otras empresas de primer nivel. Mark posee un MBA de la Universidad de San Diego y un BS en Marketing de la Universidad de Miami.



**Matt Wolf**

**Vice President, Entertainment & Strategic Alliances, The Coca-Cola Company**

Como Vicepresidente de Entretenimiento y Alianzas Estratégicas de The Coca-Cola Company, Matt es responsable de la estrategia de marketing de entretenimiento de la Compañía y las alianzas al portafolio de marcas. En este puesto, identifica oportunidades para integrar de manera auténtica las marcas y productos de la Compañía en la música, los juegos, el cine, la moda y la cultura de los influenciadores para generar valor significativo para el consumidor y crecimiento empresarial.

Matt se unió a Coca-Cola en 2013 como Global Head of Gaming, donde fue responsable de crear e implementar la estrategia de juego de la compañía, incluidas redes sociales, activaciones experienciales y asociaciones innovadoras de marca con League of Legends de Riot Games, franquicia FIFA de Electronic Arts. , y Just Dance de Ubisoft, entre otros.

Con más de dos décadas de experiencia en desarrollo y marketing en la industria del entretenimiento, Matt ha ayudado a dar forma al modo en que los consumidores interactúan con el contenido, las marcas y el entretenimiento. Su historial de trabajo incluye funciones en Electronic Arts, Sega Entertainment y D20, además de desempeñarse como asesor de Riot Games. Matt ha ganado un Primetime Emmy Award, y su trabajo ha sido reconocido por Cannes, Webby Awards y SXSW. Reside en Manhattan Beach, California, con su esposa Tania y sus gemelos Wyatt y Jake.



**Steve Adler**  
**Former Director of Mobile Technology, NFL**

Steve es un emprendedor en serie con más de treinta años de experiencia en la industria de desarrollo de software de medios de alta tecnología. Actualmente es el director de tecnología de una nueva empresa de modo sigiloso sin nombre en Hollywood que se está preparando para lanzar un servicio de consumo transformador en el espacio de TVOD.

Anteriormente, Steve se desempeñó como Director de Tecnología Móvil para la NFL, donde fue responsable del desarrollo de la aplicación NFL Mobile, creando datos escalables basados en la nube y servicios multimedia relacionados con la aplicación, y diseñando la entrega de video digital para todo el NFL Digital Media Group. .

Como VP Business Development para OpenPeak, Steve fue responsable de implementar y operar todos los aspectos del ecosistema de aplicaciones y desarrolladores globales de la compañía. Como fundador y vicepresidente de desarrollo comercial de Chumby Industries, fue responsable del desarrollo comercial y de mercado global, además de dirigir y administrar la estrategia de PI.

Steve ha desempeñado diversos puestos de liderazgo ejecutivo, tecnología y desarrollo empresarial, incluido cofundador y director de tecnología de Kablink.com, uno de los primeros servicios de intercambio de fotografías en redes sociales, y director general de Torrey Pines Group, una tecnología estratégica y servicios empresariales. Steve es el coautor de 13 patentes en el espacio de dispositivos conectados y aplicaciones móviles y se desempeña como líder de la industria de Pacific Crest Mosiac. Steve recibió su B.A. cum laude en Biología y un M.S. en Ciencias de la Computación de la Universidad de California, San Diego.





**Chuck Taylor**  
**Senior Director of Innovation at Caesars Entertainment**

El Sr. Taylor es un emprendedor, inversor y asesor con experiencia en el ámbito de los medios deportivos y actualmente dirige la estrategia de tecnología de juegos y entretenimiento experimental para Caesars Entertainment. Ha trabajado durante más de una década en los sectores de medios de consumo, redes sociales y comercio electrónico, primero como Director en Yahoo y luego como ejecutivo de alto nivel en múltiples empresas respaldadas por capital de riesgo en Silicon Valley. También asesora a varias compañías de medios deportivos sobre estrategia digital, incluyendo Sports Byline, que fue pionera en el formato de programa nacional de entrevistas de deportes en los Estados Unidos.

Antes de su trabajo en alta tecnología, el Sr. Taylor se desempeñó como consultor estratégico global para Bain & Company, dirigió el negocio de seguros marítimos recreativos para Progressive Insurance y dirigió operaciones de fabricación de productos de consumo para Procter & Gamble. En particular, guió el crecimiento del negocio de seguros marítimos de Progressive a una posición de los Tres Principales en los EE. UU. Con más de u\$s 7 Billones en activos asegurados, convirtiéndose en la primera aseguradora marítima en vincular la cobertura en la web. Taylor fue seleccionado por la industria nacional de seguros de propiedad y accidentes para testificar en múltiples legislaturas estatales en representación de la industria sobre la eficacia de las prácticas de suscripción de riesgos.

El Sr. Taylor actualmente se desempeña como Director sénior de Innovación en Caesars Entertainment, donde lidera la creación de productos eSports, juegos y entretenimiento utilizando tecnologías interactivas, inmersivas en 4D, realidad virtual y realidad aumentada. También maneja el programa acelerador de tecnología de juegos y entretenimiento de la compañía. Dentro del sector de los casinos, también ha prestado servicios en Las Vegas Sands, donde lideró la gamificación de la lealtad y las iniciativas de marketing móvil/social en todo el mundo, con especial énfasis en China, el sudeste asiático y Macao.



---

El Sr. Taylor se graduó en la Universidad de Harvard, donde obtuvo un MBA y se graduó en la Universidad de Cornell, donde obtuvo una Maestría en Ingeniería y una Licenciatura en Ingeniería. Se especializó en Lean Manufacturing y escribió su tesis de maestría sobre la optimización de la cadena de suministro utilizando simulación estocástica. También ha participado en una variedad de programas de educación en la Universidad de Stanford.



**Galia Benartzi**  
**Bancor Co-founder & Business Development**

Emprendedora en tecnología de riesgo empresarial por más de diez años. Cofundador y VP Biz Dev en Mytopia, Particle Code y AppCoin. EIR en Trinity Ventures. Venture Partner en Founders Fund. Galia tiene una Maestría en Teoría Monetaria Internacional y le apasiona la promesa de Blockchain de aumentar el acceso a las oportunidades a nivel mundial.



**Eyal Hertzog**  
**Bancor Co-founder & Product Architect**

Emprendedor en tecnología por más de 20 años. Fundador de MetaCafe, el sitio de intercambio de video de más rápido crecimiento en Israel, alcanzando más de 50 millones en su apogeo. Anteriormente, Eyal fundó Contact Networks, una de las primeras redes sociales, en 1999. Eyal ha sido un destacado líder intelectual en criptomonedas a nivel mundial y es un talentoso músico de piano y bajo.

---

## Consejeros Legales



**Margaret Rosenfeld**  
**Partner, Smith Anderson**

Margaret Rosenfeld tiene experiencia en derecho corporativo y de valores tanto dentro de los Estados Unidos como a nivel internacional. Dirige la práctica de Derecho Internacional de Smith Anderson. Su práctica incluye informes de empresas públicas, gobierno corporativo, ofertas públicas y colocaciones privadas de valores para emisores y fondos de inversión, investigaciones corporativas (internas y gubernamentales), fusiones y adquisiciones, y protección y licencia de propiedad intelectual, así como representación de corporaciones generales. Margaret es una de las dos abogadas en Carolina del Norte que se clasificará dentro de la categoría de ley de Corporate/M&A por parte de Chambers USA: *Abogados de negocios líderes en Estados Unidos*.

Con respecto a la representación de compañías públicas, Margaret ha ayudado a compañías públicas, suscriptores y directores con ofertas públicas iniciales en numerosas bolsas de valores en los Estados Unidos e internacionalmente, requisitos de información pública tanto antes como después de Sarbanes-Oxley, asuntos de gobernanza corporativa e interna y investigaciones corporativas externas, incluida la interacción con la Securities and Exchange Commission, la Bolsa de Nueva York y el Nasdaq. También tiene una amplia experiencia ayudando a empresas de nueva creación y compañías maduras con planificación legal, comercial y estratégica, desde asistencia contractual, como acuerdos de licencia, acuerdos de distribución, acuerdos de franquicia, acuerdos de empleo y acuerdos de joint venture hasta asistencia con público. y deuda privada y financiamiento de capital. Ella es particularmente conocida por ayudar a las empresas que enfrentan cambios transformadores, ya que equilibran las preocupaciones legales y comerciales.

---

Antes de unirse a Smith Anderson en 2001, Margaret ejerció derecho corporativo, financiero y de valores con Freshfields Bruckhaus Deringer en Londres, el Reino Unido y Frankfurt, Alemania y con Paul, Weiss, Rifkind, Wharton & Garrison en Tokio, Japón.

En diciembre de 2013, Margaret fue nombrada Cónsul Honoraria de Alemania para el este de Carolina del Norte por el Departamento de Estado de EE. UU. Y la República Federal de Alemania, lo que implica representar los intereses de empresas alemanas en Carolina del Norte y Carolina del Norte en Alemania, así como ayudar en EE. UU. a ciudadanos alemanes en algunos asuntos legales y consulares relacionados con Alemania. En noviembre de 2015, fue elegida Presidenta del Cuerpo Consular de Carolina del Norte, la entidad que representa cónsules honorarios de más de 20 países.

---

## Hoja de ruta y calendario

La hoja de ruta que detallamos a continuación, proporciona una vista de dónde venimos y hacia dónde nos dirigimos.

Ha sido un largo viaje para llegar hasta aquí, pero parece que recién estamos comenzando.

- Octubre de 2015: aprobado para una nueva franquicia en la Indoor Football League.
- Noviembre de 2015 - Comenzó a construirse la aplicación/plataforma Fanchise.
- Febrero de 2016: primer voto de los simpatizantes para decidir la ciudad anfitriona del equipo.
- Abril de 2016: se anunció que Salt Lake City fue elegida por los simpatizantes como la ciudad anfitriona.
- Junio de 2016: finalizó exitosamente la campaña de IndieGoGo de más de 2,000 seguidores.
- Octubre de 2016: lanzamiento de la aplicación Beta y del sitio web.
- Diciembre de 2016: lanzamiento y prueba de la funcionalidad de llamadas de reproducción en tiempo real.
- Enero de 2017: finalizó un acuerdo con Sports Illustrated para cubrir a los Screaming Eagles para la temporada 2017.
- Febrero de 2017 - Primer partido de fútbol dirigido por un aficionado en la historia jugado en el Maverik Center
- Marzo de 2017: finalizó un acuerdo con Amazon Twitch para transmitir los juegos restantes de Screaming Eagles en Twitch.tv/InteractiveFootball e integrar la función de reproducción en tiempo real en el chat de Twitch
- Abril de 2017: los simpatizantes votan "NO" a Greg Hardy por parte del equipo
- Junio de 2017: juego Last Screaming Eagles: los simpatizantes eliminan a Spokane Empire de los playoffs al solicitar un TD ganador en la última jugada de la temporada.

- 
- Q3 2017 - Formación oficial del eFL, negociaciones con socios de medios, negociaciones de socios de producción, negociaciones con socios de la agencia, desarrollo de fichas FAN
  - Q4 2017: firmar acuerdos con el socio de medios de transmisión, socio de producción y socio de la agencia. Finalice los detalles del evento de generación de tokens, documento oficial y sitio web. Completamos el token FAN y desarrollo de contrato inteligente.
  - Q1 2018: evento de generación de tokens, elija la ubicación de eFL Production Arena y comience la construcción, contrate personal de la liga y pruebas de host.
  - Q2 2018 - Integración completa con el socio de medios, campo de jugadores inaugural del anfitrión, reclutamiento de fan de la anfitriona, comienza la temporada
  - Q3 2018 - finaliza la temporada inaugural de la eFL
  - Q4 2018 y más allá: mejora continua de la plataforma, potencialmente agregar nuevos equipos al eFL, potencial licencia de la plataforma para otros equipos/ligas, y potencial para construir nuevas ligas dirigidas por simpatizantes en el béisbol y el cricket.

---

## Divulgación de Riesgo

A continuación se incluye un resumen de ciertos riesgos importantes asociados con la venta de tokens.

- Riesgos asociados con la tecnología Blockchain y el Protocolo Ethereum. La plataforma eFL, los Derechos de preventa y los tokens FAN se basan en la tecnología blockchain y el protocolo Ethereum. Como tal, cualquier mal funcionamiento, función involuntaria, funcionamiento inesperado o ataque de la tecnología blockchain y/o el protocolo Ethereum o el protocolo Bitcoin puede causar que la plataforma eFL funcione incorrectamente o funcione de forma inesperada o involuntaria.

Ethereum, es la unidad de cuenta nativa del protocolo Ethereum, puede perder valor en formas similares a los tokens FAN, y de otras maneras. Puede encontrar más información sobre el protocolo de Ethereum en <https://www.ethereum.org/> para ayudarlo a comprender esta nueva tecnología.

- Riesgos asociados con las credenciales del comprador. Cualquier persona que obtenga acceso o conozca sus credenciales de inicio de sesión o claves privadas puede hacerse de su cuenta de eFL y sus tokens de FAN. Para minimizar este riesgo, debe protegerse contra el acceso no autorizado a sus dispositivos electrónicos.

- Riesgo de acción reguladora desfavorable en una o más jurisdicciones. Las tecnologías de Blockchain han sido objeto de escrutinio por parte de varios organismos reguladores de todo el mundo.

El funcionamiento de la plataforma eFL y los tokens FAN podría verse afectado por una o más consultas o acciones reglamentarias, incluida la concesión de licencias o restricciones sobre el uso, la venta o la posesión de tokens digitales como los tokens FAN, que podrían impedir, limitar o finalizar el desarrollo de la plataforma eFL. Además, los sorteos desarrollados por eFL pueden no estar permitidos en ciertas jurisdicciones y eFL puede no otorgar un premio seleccionado al azar si reside en una jurisdicción que no permite el tipo de sorteo diseñado por eFL.

- Riesgo de plataformas alternativas. Después de la preventa y el desarrollo de la versión inicial de la Plataforma eFL, es posible que se puedan establecer aplicaciones alternativas, que utilicen el mismo código fuente abierto y el protocolo subyacente a la Plataforma eFL. Dichos competidores pueden tener mayores recursos o experiencia y podrían tener un impacto negativo en la plataforma eFL, incluido su valor y el valor de los tokens FAN.



- 
- Riesgo de interés insuficiente en la plataforma eFL. Es posible que exista un interés público limitado en la creación y el desarrollo de la plataforma eFL y el token FAN. Tal falta de interés podría afectar negativamente cualquier derecho de preventa y los tokens FAN.
  - Riesgo de que la plataforma eFL, tal como fue desarrollada, no cumpla con las expectativas de los fans de eFL o de usted. La plataforma eFL está actualmente en desarrollo y puede sufrir cambios significativos antes del lanzamiento. Cualquier expectativa o suposición con respecto a la forma y funcionalidad de la plataforma eFL o los tokens FAN (*incluido el comportamiento de token*) que usted, los titulares de los Derechos de Preventa o los titulares de token de FAN no se puedan cumplir en el momento de su lanzamiento, por varias razones, incluyendo supuestos o análisis erróneos, un cambio en los planes de diseño e implementación, y la ejecución de la plataforma eFL.
  - Riesgo de robo y piratería. Los hackers u otros grupos u organizaciones o países pueden intentar interferir con la plataforma eFL, los Derechos de preventa o la ficha FAN de varias maneras, incluidos los ataques de servicio, ataques de Sybil, spoofing, smurfing, ataques de malware o basados en consenso.
  - Riesgo de debilidades de seguridad en el software de infraestructura principal de la aplicación eFL Platform. La plataforma eFL consiste en un software de código abierto basado en software de código abierto. Existe el riesgo de que los simpatizantes u otras personas puedan presentar debilidades o errores en los elementos infraestructurales centrales de la Plataforma eFL que interfieren con el uso o la causa de la pérdida de la Plataforma eFL, los Derechos de preventa o los tokens FAN.
  - Riesgo de debilidades o avances explotables en el campo de la criptografía. Los avances en criptografía, o avances técnicos tales como el desarrollo de computadoras cuánticas, podrían presentar riesgos para la Plataforma eFL, los Derechos de preventa y los tokens FAN, como el robo o la pérdida.
  - Riesgo de falta de adopción o uso de la plataforma eFL. Si bien la Plataforma eFL y los tokens FAN no deben considerarse como una inversión, cada uno puede tener valor a lo largo del tiempo. Ese valor puede ser limitado si la Plataforma eFL carece de uso y adopción o si no puede implementar con éxito sus funciones de llamadas en tiempo real. Si este es el caso, puede haber pocos o ningún mercado después del lanzamiento de la aplicación, lo que podría tener un impacto adverso en la plataforma eFL.
  - Riesgo de cambio de token ilíquido para tokens FAN. Mientras que eFL espera que todos los compradores de tokens FAN permanezcan activos en la comunidad eFL y

---

retengan sus tokens FAN para siempre, algunos compradores pueden desear vender sus tokens FAN a otros en varios momentos. eFL no puede garantizar que se desarrolle un intercambio secundario de tokens para los tokens FAN.

- **Riesgo de pérdidas no aseguradas.** A diferencia de las cuentas bancarias o cuentas en algunas otras instituciones financieras, los fondos que se mantienen usando la plataforma eFL o la red Ethereum generalmente no están asegurados. En caso de pérdida, no existe una aseguradora pública, como la Corporación Federal de Seguros de Depósitos (Federal Deposit Insurance Corporation), o una aseguradora privada, para ofrecerle un recurso de reparación de daños.
- **Riesgo de disolución de eFL.** Es posible que, debido a varios motivos, incluida una fluctuación desfavorable en el valor de Ethereum, problemas de desarrollo con la plataforma eFL, el fracaso de las relaciones comerciales o reclamaciones de propiedad intelectual rivales, eFL ya no sea viable como empresa o de lo contrario, puede disolverse o no lanzarse.
- **Riesgo de mal funcionamiento en la plataforma eFL.** Es posible que la Plataforma eFL no funcione correctamente, incluida una que resulte en la pérdida de los Derechos de Preventa o los eventuales tokens de FAN.
- **Riesgo de perder acceso a la cuenta de eFL debido a la pérdida de credenciales.** Solo se puede acceder a su cuenta de token FFL de eFL con las credenciales de inicio de sesión seleccionadas por usted. La pérdida de estas credenciales dará como resultado la pérdida de la cuenta de token de FAN eFL. Las mejores prácticas dictan que almacene credenciales de forma segura en una o más ubicaciones mediante copias de seguridad separadas geográficamente de la ubicación de trabajo.
- **Riesgos imprevistos.** Los tokens criptográficos son una tecnología nueva y no probada. Además de los riesgos discutidos, existen riesgos que el equipo de eFL no puede anticipar. Otros riesgos pueden materializarse como combinaciones o variaciones no anticipadas de los riesgos discutidos o la aparición de nuevos riesgos.

Lea también los Términos y condiciones en nuestro sitio web para obtener más información sobre la Venta de tokens.

---

## Aviso legal:

Este Libro Blanco es solo para fines informativos. eFL renuncia expresamente a todas las representaciones y garantías, expresas, implícitas, legales o de otro tipo, que incluyen pero no se limitan a: (1) garantías de comerciabilidad, idoneidad para un propósito particular, idoneidad, uso, título o no infracción, (2 ) que el contenido de este Libro Blanco no contiene errores, y (3) que dichos contenidos no infrinjan los derechos de terceros. eFL, sus filiales y sus asesores no tendrán responsabilidad por los daños y perjuicios de cualquier tipo que surjan del uso, referencia o confianza en este Libro Blanco o en cualquiera de los contenidos aquí contenidos. En ningún caso, eFL, sus afiliados o los asesores serán responsables ante cualquier persona o entidad por los daños, pérdidas, responsabilidades, costos o gastos de cualquier tipo, ya sean directos o indirectos, consecuentes, compensatorios, incidentales, reales, ejemplares, punitivos o especiales para el uso de, referencia o confianza en este Libro Blanco

## Notas:

RA/RV - Realidad aumentada / Realidad Virtual

fan/s = simpatizante/s, Hinchas, seguidor/es, fanático/s ( dependiendo del país)

