

STUFFGOGO

Plataforma móvil de eCommerce sin Gran Hermano, comisiones ni restricciones.

Vlad Tereshkov

Julio de 2017

WHITE PAPER

Nota para el lector – este whitepaper fue originalmente escrito y producido en inglés. Mientras no se indique lo contrario, las traducciones de este whitepaper en cualquier otro idioma no han sido totalmente revisadas por la compañía StuffGoGo y, por lo tanto, no se puede la precisión y totalidad de dichas traducciones. En todo caso, donde haya alguna discrepancia o conflicto entre alguna de las traducciones y la versión en inglés de este whitepaper, prevalecerá siempre la versión inglesa.

ÍNDICE

Índice	2
Introducción	3
M-Commerce	3
M-Commerce retos y soluciones.....	5
Centralización del e-Commerce	7
Cómo StuffGoGo solucionará dichos problemas	9
SGG y OpenBazaar	10
ICO.....	11
Parámetros de la ICO	11
Estructura de Reparto de Fondos de la ICO	13
Consideraciones de las Contribuciones	13
Fuentes de Ingresos	14
Hoja de Ruta	15
Arquitectura de Alto Nivel	15
EQUIPO	18

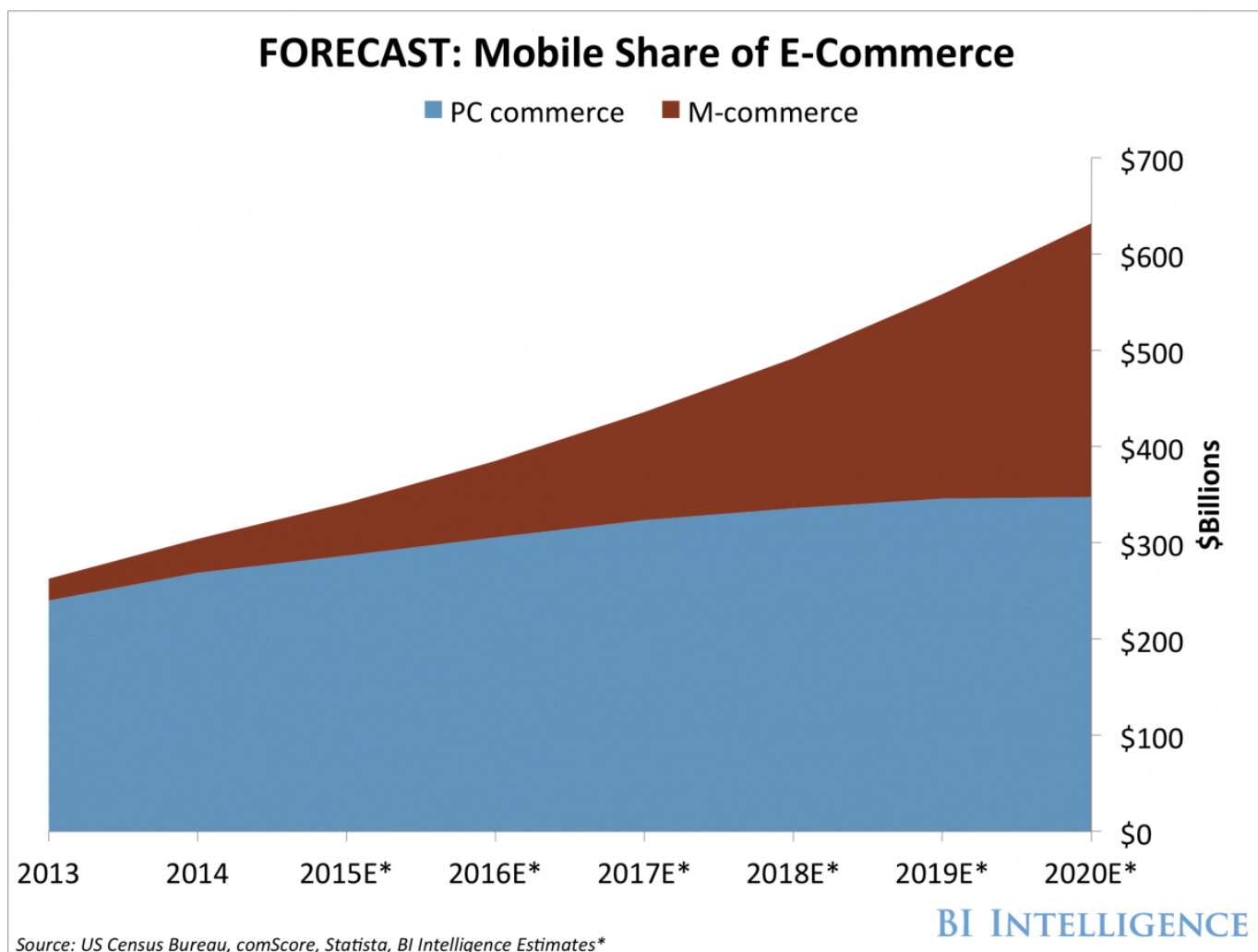
INTRODUCCIÓN

Desde su nacimiento, el e-Commerce ha experimentado un tremendo crecimiento. Un gran número de sitios web y plataformas de e-Commerce se han desarrollado, incluyendo las que ofrecen a los usuarios la oportunidad de vender sus productos y servicios, abrir sus tiendas online y llegar a clientes remotos haciendo click en un botón. Los consumidores online crecerán hasta los 1.623 millardos en 2018 desde los 1.079 de 2013, de acuerdo a la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Con la popularidad y disponibilidad de los smartphones y tablets emergió el m-Commerce, una frontera totalmente nueva de compras desde el teléfono.

M-COMMERCE

El servicio de investigación premium de BI Intelligence, Business Insider prevé que el m-Commerce alcanzará los 284 millardos de dólares, o el 45% del total del mercado de e-Commerce para 2020.



Un reciente estudio de LexisNexis ha demostrado cómo el m-Commerce está en la cúspide de convertirse en un hábito para los clientes.

El estudio encuestó a más de 1.000 vendedores en los EEUU y descubrió que el 16% ya tenía un canal de compras móvil, mientras que el 32% está pensándose implementar uno el año que viene.

La adopción de m-Commerce es también alta entre los vendedores de e-Commerce, puesto que el 80% de los minoristas de e-Commerce con al menos 50 millones de dólares de ventas anuales

ya ofrece o planea ofrecer m-Commerce. Esto tiene sentido dado que estas empresas ya han invertido fuertemente en lo digital, por lo que el móvil sería el siguiente paso lógico para ellas.

M-Commerce Retos y Soluciones

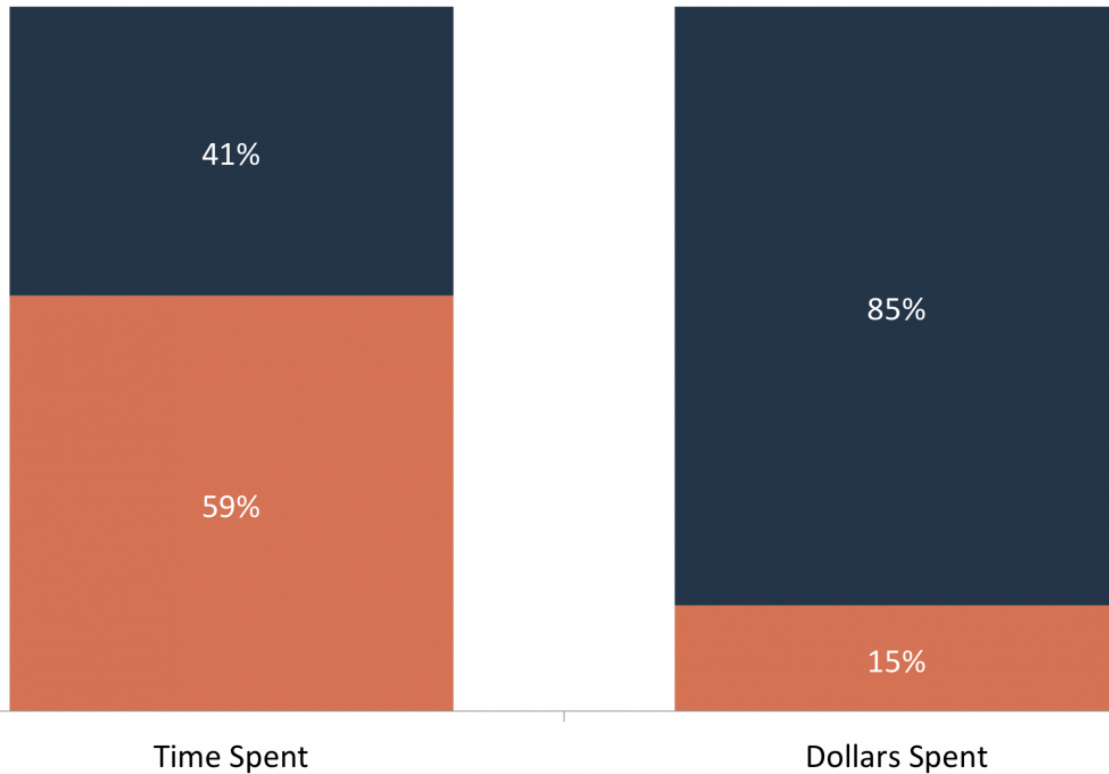
El m-Commerce naturalmente es un futuro para el comercio electrónico y tiene el potencial de convertirse en el principal canal de ventas y de cambiar los hábitos de compra del consumidor, pero varios problemas con el m-Commerce están ralentizando su despegue.

Los usuarios se frustran tanto cuando intentan comprar en sus teléfonos que la mayoría de las veces abandonan el proceso. En el segundo trimestre de 2015 los adultos en EEUU gastaron el 59% de su tiempo en el móvil y el 41% en el portátil, pero sólo el 15% de sus dólares fueron a parar al móvil mientras que el 85% se gastaron en el ordenador de escritorio.

Time Spent Vs. Dollars Spent On Retail, By Device

US adults, Q2 2015

Mobile Desktop



Source: comScore

BI INTELLIGENCE

Múltiples factores contribuyen a esta pobre experiencia de venta en el móvil. El más prevalente de ellos es el pequeño tamaño de la pantalla de los smartphones. Esto hace que los detalles del producto sean difíciles de leer y la que sea frustrante ingresar la información de pago, especialmente porque muchos sitios web no están optimizados para el móvil. Esta es de lejos la razón principal por la que los consumidores abandonan el proceso: completar una compra en un móvil requiere sencillamente demasiado trabajo.

La rapidez también es un problema. Los usuarios móviles generalmente compran sobre la marcha, lo que ofrece comodidad pero también les pone a merced de conexiones Wi-Fi y conexiones LTE.

Y, finalmente, uno de los puntos más importantes es la seguridad de la información y privacidad. Los usuarios se sienten menos seguros ingresando su información de pagos en un teléfono en comparación con un ordenador de escritorio o portátil. Tampoco se sienten cómodos proporcionando su información privada dentro de una app, sin conocimiento sobre cómo esta información podría usarse, dónde se podría almacenar y qué pasaría si el sitio web de la compañía fuera hackeado o perdieran su iPhone.

La situación es incluso peor si los usuarios quieren vender sus productos o abrir una pequeña tienda online. Los vendedores se encuentran con altas comisiones en cada paso, disminuyendo su beneficio y haciendo imposible ser competitivos frente a las “grandes tiendas” para los compradores.

Centralización del e-Commerce

En estos momentos, el comercio electrónico significa en la mayoría de los casos utilizar servicios centralizados. Bien a través de un navegador o una app los usuarios se conectan al servidor de una compañía que ofrece servicios de compraventa online. eBay, Amazon, Craigslist y multitud de otros productos de e-Commerce funcionan de este modo, están en lo que se conoce como la “nube” .

El principal objetivo de un servidor central es guardar datos, implementar lógica de negocios para todos los servicios ofrecidos y proporcionar interfaces API y HTML con los que el usuario pueda interactuar bien a través de un navegador, con una app o a través de APIs de apps, herramientas y sitios web de terceros,

La centralización parece un modo conveniente de llevar a cabo operaciones de e-Commerce y obtener todos los datos del usuario y usarlos/revenderlos convirtiéndolos en una fuente de ingresos. No obstante, dado que las empresas pueden abusar de estas prácticas los usuarios comienzan a buscar soluciones alternativas, puesto que:

- Todos estos servicios requieren información personal y guardan todos los datos de los usuarios. Estos datos se usan tanto internamente como se venden a otras compañías. Las políticas de privacidad son extremadamente complejas y en la mayoría de las veces hacen que el usuario se se resigne a aportar sus datos para poder acceder a sus servicios de compra/venta.
- Los servicios centralizados son el objetivo perfecto para los hackers. Cada día múltiples sitios web de e-Commerce están siendo hackeados y sus datos filtrados.
- La mayor parte de las compañías de e-Commerce tienen políticas restrictivas y cargan altas comisiones por listar y vender productos. Esto viene parcialmente condicionado por los altos costes, el pago de almacenes de datos, servidores API, y F5' s/gateways con cantidad de administradores de sistemas y abogados en nómina.
- Los métodos de pago aceptados son muy limitados y caros de usar, buen ejemplo son eBay/PayPal
- Los compradores y vendedores no siempre son libres de intercambiar bienes y servicios unos con otros, puesto que las compañías fijan restricciones en categorías completas de comercio.
- Las tiendas online de los clientes pueden ser cerradas instantáneamente sin preaviso. Muchos vendedores en eBay tienen que mantener cuentas múltiples al mismo tiempo, porque se arriesgan de otro modo a perder su negocio ante una simple reclamación de fraude por parte de uno de sus clientes.
- Algunos servicios, como Craigslist o LetGo no facilitan ningún tipo de pago online y tienes que coincidir físicamente con la otra parte de tu transacción, lo que te expone a robos u otros delitos. Esto, desafortunadamente, sucede demasiado a menudo con las apps de “ventas sociales” .

Cómo StuffGoGo solucionará dichos Problemas

StuffGoGo (SGG) es un enfoque totalmente diferente al comercio electrónico. Su ecosistema de nodos P2P conectados, sin servidores, es totalmente descentralizado. StuffGoGo permite a los usuarios interactuar e intercambiar pagos directamente sin intermediarios. Como no hay nadie en el medio de las transacciones no hay comisiones, ni restricciones, ni cuentas que crear, y sólo revelas la información personal que tú decides.

- **SSG sitúa la Privacidad y Seguridad en el Centro.** Sin Grandes Hermanos, ni servidores centrales, ni captura de información personal o minado de datos. Tus datos no pueden ser robados o vendidos, porque nadie excepto tú los tiene. Los datos se distribuyen entre los nodos con redundancia y contexto basado en encriptación dinámica.
- **El Ecosistema SSG es Extremadamente Resiliente,** no puede ser deshabilitado o apagado. Ninguna entidad lo controla y lo mantienen los usuarios al igual que con la mayoría de criptomonedas. Tu tienda de productos estará online hasta que tú y solo tú decidas cerrarla.
- **Sin Comisiones ni Restricciones.** Para la mayoría de usuarios, productos y servicios será gratuito tanto para compradores como vendedores. Sin comisiones ni cuotas. Queda para una entrega en mano o haz el pago online con el método de pago de tu elección incluyendo tokens SGG u otras criptomonedas. Puesto que tus datos son solo tuyos, nadie puede imponer ninguna limitación o restricción en los objetos que pueden ser comprados o vendidos. El sistema es una democracia operada en comunidad.
- **Enfoque en la Experiencia de Usuario.** Simple, Ordenado, Eficiente, Bonito. Tenemos en nuestro equipo experto en UX. Nuestra hoja de ruta futura incluye publicaciones súper fáciles snap-and-post para la venta usando algoritmos de visión computarizada desarrollada por nosotros.

- **Cartera SGG /BTC integrada.** Creemos que disminuir la barrera de entrada para los usuarios no cripto para transacciones a través de la integración de una cartera y una UI amigable es un factor de adopción decisivo.
- **Tracción Social** – El ecosistema SGG incluye no sólo listados de “Compra Ahora” , sino que también variedad de subastas – Silentes, Regulares y Holandesas. También incluye materiales online clasificados, al estilo Craigslist. Eliminando las barreras entre el e-Commerce regular y los servicios simplemente clasificados hará de SGG un lugar de encuentro para una gran variedad de flujos de compra-ventas y arrendamientos.

SGG y OpenBazaar

SGG para OpenBazaar es como Ethereum para Bitcoin. OpenBazaar es un hermoso proyecto que busca la liberación de los intercambios P2P y desde el inicio de nuestro desarrollo hemos considerado colaborar con este proyecto, pero hemos tomado un enfoque diferente debido a las limitaciones de la plataforma OpenBazaar y a diferentes objetivos y prioridades.

Los puntos clave en los que nuestras estrategias son totalmente diferentes son:

- SGG está enfocada en el móvil, luego en el PC. Donde OB está enfocada en PC
- SGG usa todo un ecosistema para soportar su tienda. Puedes apagar tu teléfono, pero tus ítems seguirán en venta. OB está poco a poco yendo en esta dirección también
- SGG está enfocado en la usabilidad, “no geek required” . OB no
- SGG tiene criptocarteras integradas, los usuarios no tienen por qué saber qué es el bitcoin o el token SGG para empezar a usarlo. OB no ofrece esto
- SGG tiene una criptomoneda propia (el token SGG) que posibilita un ancho de banda interno enorme, sin comisiones por transacción y mucho más
- SGG viene tanto con subastas como con clasificados al estilo Craigslist
- SGG viene con búsquedas integradas

ICO

La plataforma SGG ya ha sido desarrollada durante casi un año financiada por sus fundadores e ingresos existentes procedentes de desarrollo de software y consultoría de negocio. Para acelerar el desarrollo, construir la comunidad/ecosistema de SGG y añadir la flexibilidad necesaria a la arquitectura de nuestra plataforma a través del uso de nuestro token SGG de cara a conseguir un éxito masivo lanzando a tiempo un producto totalmente funcional al mercado, decidimos añadir financiación externa en forma de tokens SGG basados en Ethereum.

El token SGG es una parte crucial de la plataforma SGG e irá adquiriendo valor gradualmente y convirtiéndose en una divisa líquida con el lanzamiento y maduración de la plataforma. Se usará internamente por el sistema para proporcionar un ancho de banda transaccional de alto volumen sin comisiones y también podrá ser usada por los usuarios para hacer compras, promocionar listados, publicar anuncios, correr potentes herramientas de venta, publicar en secciones comerciales restringidas (como las de automóviles, propiedad inmobiliaria) y mucho más.

Parámetros de la ICO

Fecha de Inicio de la ICO: **Sábado, 12 de agosto de 2017, a las 12:00 UTC**

Fecha de Fin de la ICO: **Sábado, 9 de septiembre de 2017, a 12:00 UTC**

Número total de Tokens SGG emitidos: **1.000.000.000**

Tipo de cambio de los Tokens: **5.000 SGG = 1 ETH**

Cantidad mínima por transacción: **500 SGG (0.1 ETH)**

Cantidad máxima por transacción: **15.000.000 SGG (3.000 ETH)**

Bonus: **los primeros dos días los participantes obtendrán un 20% de bonus**

Recompensas: **20.000.000 de Tokens (2% de la emisión)**

Objetivo Total de Ventas: **100.000 ETH**; Objetivo Mínimo de Ventas: **1 ETH**

Emisión de Tokens y normas de distribución:

50% (500 millones de tokens) estarán disponibles para los participantes;

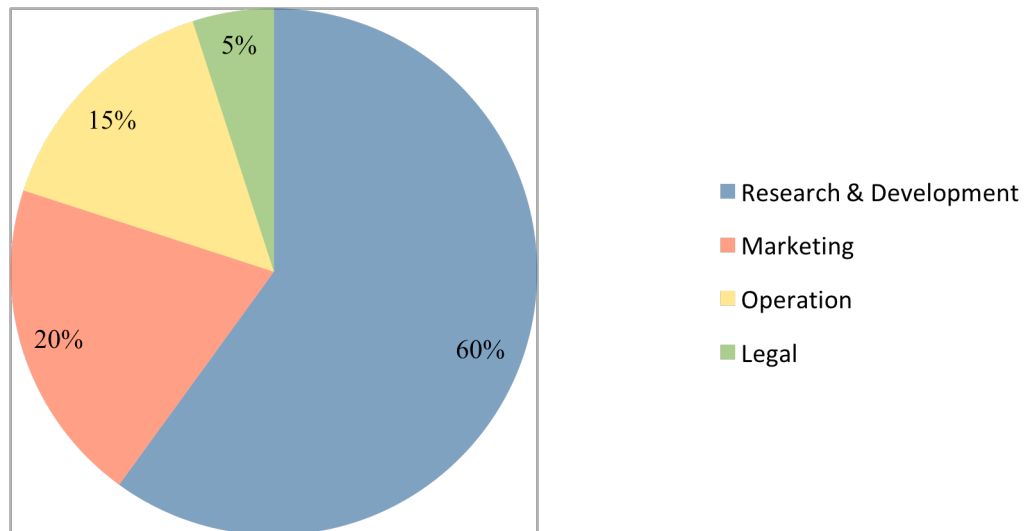
2% (20 millones de tokens) reservados para recompensas

38% (380 millones de tokens) permanecerán en la SGG Global Foundation hasta que el Exchange sea oficialmente lanzado; los tokens se usarán para formar un mercado estable y futuros desarrollos en los próximos 5 años.

10% (100 millones de tokens) se distribuirán entre los miembros del equipo;

Todos los fondos recolectados deberán recibirse y almacenarse en carteras con multi-firmas.

Estructura de Reparto de Fondos de la ICO



Porcentaje de fondos repartidos por categoría

Consideraciones de las Contribuciones

El número de tokens emitidos está limitado a 1.000.000.000 SGG. La emisión de tokens adicionales está prohibida. Todos los tokens no asignados serán destruidos.

Los primeros dos días los contribuidores recibirán un 20% de tokens adicionales como bonus.

Los tokens se emitirán inmediatamente a través de un contrato inteligente SGG (por favor, échale un vistazo en nuestra página de GitHub), por lo que no se requerirá ni periodo de espera ni escrow.

Tras la ICO planeamos implementar una cartera de pagos en SGG sobre las apps de StuffGoGo.

Prevedemos que el ecosistema StuffGoGo ofrecerá la demanda de más del 50% del coste total de los tokens comercializados públicamente.

Prevedemos dominar el 10% del mercado móvil de e-Commerce (aproximadamente una cuota de mercado de 1 millardo de dólares). Así, la demanda de tokens puede sobrepasar potencialmente el valor de los tokens públicamente vendidos en centenares de veces.

La compra de SGG en la ICO te brinda la oportunidad de entrar en un proyecto de ecosistema distribuido con un potencial de más de x100 de crecimiento a bajo coste.

Tras la ICO, SGG estará disponible para su venta en los exchanges de criptomonedas.

Fuentes de Ingresos

Las actividades de compra y venta generales en el ecosistema StuffGoGo son gratis tanto para compradores como para vendedores.

Los siguientes modelos de ingresos están planeados para construir el sistema:

- Un modelo de clasificados al estilo Craigslist. Hay una comisión para el anuncio de trabajos y apartamentos
- “Nombres de dominio” internos y etiquetas de vanidad se podrán comprar en las subastas con propósitos de creación de marca
- En una fase posterior – promoción de pago de los listados

- También en una fase posterior – sistema de anuncios internos.

Hoja de Ruta

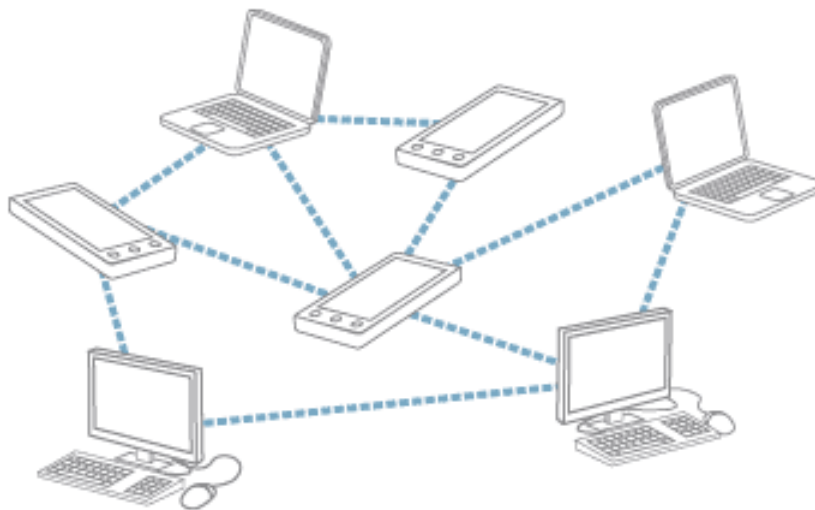
Nuestro producto principal bajo esta ICO es crear el ecosistema distribuido de StuffGoGo teniendo en cuenta lo siguiente:

- Apps de StuffGoGo para iOS y Android. Usando tecnología de scripting nativa las aplicaciones compartirán el 95% del mismo código fuente
- Criptocarteras integradas para las Apps iOS/Android (SGG, ETH, BTC)
- Almacenamiento indexado distribuido para búsquedas. Como una librería para ser construida en las Apps
- Cliente de navegador de escritorio
- Imágenes de nodos bootstrapping basados en Linux para varias plataformas (amd64, i385, arm) con software de nodos instalado para permitir las funcionalidades iniciales de la red /persistencia hasta alcanzar el número suficientes de usuarios

Nuestro primer PMV está planeado para ser lanzado públicamente el primer trimestre de 2018.

ARQUITECTURA DE ALTO NIVEL

Cada participante en el ecosistema SGG es un nodo completo del sistema, funcionando como un **Cliente**, **Servidor** y **Router** al mismo tiempo. Cada nodo se asocia con el almacenamiento local de la app que está integrado en un único sistema de archivos distribuido (a diferencia de IPFS). Cada nodo tiene asociada una dirección de tokens SGG, lógica integrada y una interfaz para la realización de pagos (Cartera)



Cada aplicación corriendo en la red cuenta con estos 3 componentes principales:

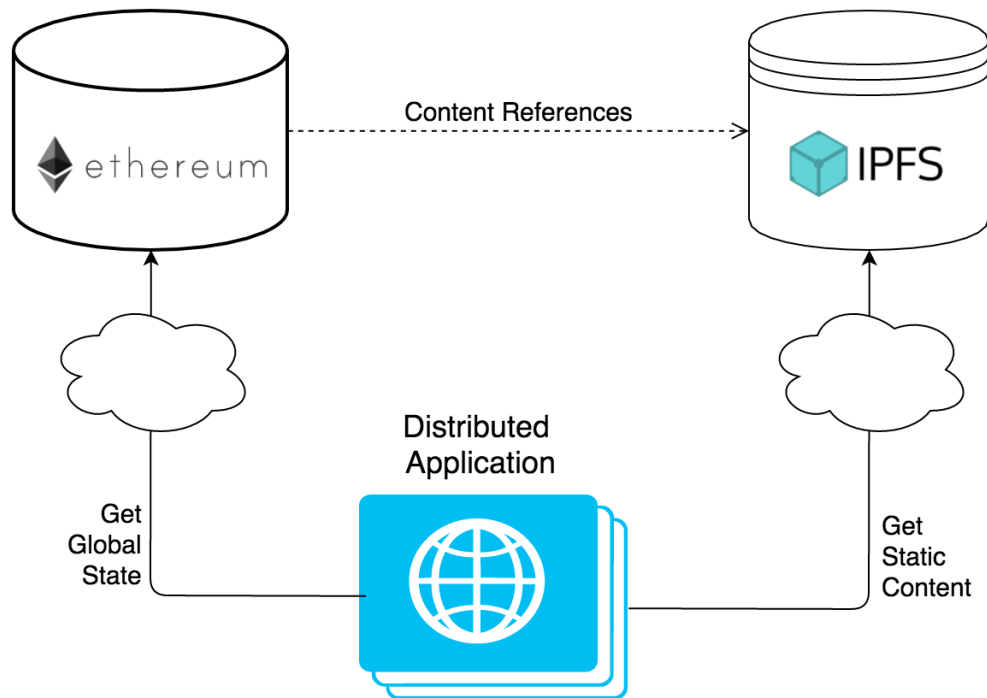
1. Capa de conectividad, protocolo y transporte realizando operaciones I/
2. Lógica de negocio en forma de contratos inteligentes de código
3. Sistema de archivos distribuido, almacenamiento local y toda las interfaces correspondientes

Cada app en el ecosistema contiene contratos de código abierto describiendo la lógica de negocio de:

- Transacciones básicas de compraventa
- Subastas: básicas, silentes e inversas
- Flujos de Devoluciones
- Resolución de disputas
- Compra de dominios y servicios DNS SGG

- anuncios / listados de pago / promociones

El sistema de archivos distribuido será usado para hospedar todo el ecosistema de datos incluidos perfiles, tiendas, listados, logs (anónimos), índices de búsqueda, índices DNS SGG y más.



EQUIPO

El equipo del proyecto de StuffGoGo no es simplemente uno recién creado. Creció orgánicamente durante los últimos 23 años y está formado por innovadores con pasión por las criptomonedas y su futuro, con múltiples proyectos exitosos en el pasado incluyendo una IPO de 1 millardo de dólares.



Vlad Tereshkov

Fundador, Negocio y Tecnología

Tecnólogo, Inventor y Experto en PI, PhD en Física, data scientist, arquitecto principal de software para Fortune 500, fundador y jefe de tecnología en múltiples startups biotech, ciberseguridad e IA. Propietario de la empresa de desarrollo de software CaseOS por 12 años.



Yuliya Zlobina

Marketing, Móvil y UX

Tecnóloga, experta en móviles y usabilidad. PhD en física, arquitecto de soluciones, tecnologías móviles y gurú de UX. Ha diseñado y desarrollado múltiples soluciones Fintech y de Compliance incluyendo Oracle, Bank of America, Merrill Lynch, PayPal e IBM.



Vera Karmolina

Tecnología, Producto

Tecnóloga, Desarrolladora Senior, Jefa de equipos de desarrollo multifuncionales durante años. Experta en Fintech con varias aplicaciones de contabilidad desarrolladas y puestas en marcha para grandes empresas en Rusia, incluyendo RUSAL.



CaseOS LLC

Partner de Desarrollo

Compañía de desarrollo de software fundada por Vlad Tereshkov hace 12 años. CaseOS es un equipo de arquitectos, analistas, científicos, desarrolladores y creativos altamente motivados con más de 17 años de excelencia construyendo soluciones llave en mano.