



Moneda de Gauss

WHITE PAPER



*The best of both worlds:
smart investments and a green future*



Tabla de contenido

<u>1. Introducción</u>	<u>3</u>
<u>2. Cadena de bloques (Blockchain)</u>	<u>4</u>
<u>2.1 ¿Cómo funciona la cadena de bloques?</u>	<u>6</u>
<u>2.2 El mecanismo de consenso de la cadena de bloques</u>	<u>6</u>
<u>2.3 Tipos de cadena de bloques</u>	<u>7</u>
<u>2.4 Tendencia de las noticias de Blockchain</u>	<u>8</u>
<u>3. CRIPTOMONEDAS</u>	<u>8</u>
<u>3.1 Introducción</u>	<u>8</u>
<u>3.2 Criptodivisas- tokens- criptovalores</u>	<u>8</u>
<u>3.3 Usuarios de criptomonedas</u>	<u>9</u>
<u>3.4 Mineras</u>	<u>10</u>
<u>3.5 Intercambios de criptomonedas</u>	<u>10</u>
<u>3.6 Plataformas comerciales</u>	<u>10</u>
<u>3.7 Proveedores de billetera</u>	<u>11</u>
<u>3.8 Inventoras de monedas</u>	<u>11</u>
<u>3.9 Oferentes de monedas</u>	<u>11</u>
<u>3.10 Cadena de bloques Ethereum</u>	<u>11</u>
<u>3.10.1 Cadena de bloques ECR-20</u>	<u>12</u>
<u>3.10.2 Las funcionalidades del ECR-20</u>	<u>12</u>
<u>3.10.4 ¿Por qué el ECR-20?</u>	<u>13</u>
<u>4 Comercialización de marketing multinivel</u>	<u>14</u>
<u>4.1 Introducción</u>	<u>14</u>
<u>4.2 La esencia del marketing multinivel</u>	<u>15</u>
<u>4.3 Antecedentes históricos</u>	<u>17</u>
<u>4.4 Nuestro sistema: Sistema Unilevel</u>	<u>18</u>
<u>5 Viabilidad de la moneda Gauss</u>	<u>21</u>
<u>5.1 El plástico en el mundo</u>	<u>21</u>
<u>5.2 Planta de energía</u>	<u>23</u>
<u>5.3 Moneda de Gauss</u>	<u>24</u>
<u>5.3.1 Visión general</u>	<u>24</u>
<u>5.3.2 Propuesta de valor de mercado</u>	<u>25</u>
<u>5.3.3 Rendimiento del proyecto</u>	<u>25</u>
<u>5.3.4 Emisión y distribución de monedas</u>	<u>25</u>
<u>6. Conclusión</u>	<u>26</u>
<u>7. Referencias</u>	<u>27</u>



1. Introducción

Somos una empresa de criptomonedas que está a punto de cambiar la forma de ver y utilizar los cryptoactivos. Operamos en todo el mundo y estamos respaldados por activos reales, como combustibles y aditivos biológicos.

Nuestro objetivo no es sólo lanzar una criptodivisa, sino también cambiar la forma de ver y operar el mercado. Nos gustaría darle la oportunidad de invertir en una empresa de criptodivisas que tiene un concepto nuevo y actual que consolidará el sector de las criptodivisas. Tenemos un propósito audaz, coherente y sin precedentes: revolucionar varios sectores a la vez.

Con esto en mente, ¿qué pasaría si te dijéramos que podemos ayudar a luchar contra la contaminación? ¿Y si podemos crear un ecosistema que ayude a luchar contra la basura de plástico? Con la planificación de la evolución y consolidación de Gauss Coin, no sólo pensamos en la creciente valoración de la criptodivisa, sino también en cómo podemos cambiar un comportamiento muy normalizado en cuanto a la protección del medio ambiente: el uso y la falta de reciclaje de plásticos.

En las últimas 6 décadas hemos sido responsables de la producción masiva de plástico. Ésta se ha acelerado y ha crecido rápidamente hasta alcanzar la colosal cantidad de 8.300 millones de toneladas métricas y, por supuesto, la mayor parte en productos desechables que no se pueden reciclar.

Según National Geographic, la friolera del 91% del plástico aún no se recicla. El plástico es uno de esos materiales que tarda más de 400 años en degradarse, lo que significa que la mayor parte sigue existiendo de alguna forma. Aunque sólo se haya incinerado el 12% de ese plástico, este proceso sigue siendo responsable de la emisión de gases tóxicos, que dañan la atmósfera de la Tierra. Hay numerosos ejemplos de incineradoras que trabajan en la industria del cemento que intentaron hacer este proceso, pero siempre mostrando un gran daño al medio ambiente, y por lo tanto resultando en el final prematuro de esos.

Nuestras plantas de energía son capaces de reciclar 300 toneladas de plástico, y al mismo tiempo producir un valor aproximado de 150.000 litros de combustible mensualmente, permitiendo no sólo la eliminación de un residuo altamente dañino para el planeta, sino también la producción de combustible y aditivos, que son necesarios y cada vez más escasos.

Nuestra nueva criptomoneda GaussCoin tiene incorporada una tecnología de vanguardia, una vez que se emite a través de tokens y tiene una conexión directa con las monedas del futuro. También es importante añadir que los usuarios de criptomonedas y monedas digitales suman el 3% de la población mundial.

Nuestra criptodivisa ya está totalmente conectada con el ecosistema de pagos, utilizando la modalidad de prepago de Visa y Mastercard, que son emitidas y gestionadas por nuestra propia marca: Gauss.

Otra ventaja sustancial de GaussCoin es el hecho de que se puede encontrar en todo el mundo, ya que sus inversores están en más de 100 países. Al mismo tiempo, también es capaz de proporcionar más seguridad a los inversores y su crecimiento. GaussCoin comenzó sus operaciones con más de 100.000 miembros, y además cuenta con un equipo de marketing multinivel que tiene una innegable experiencia y conocimiento sobre el mundo de las criptomonedas.

La forma más segura de realizar una inversión es a través de una garantía financiera. Esta es una gran ventaja que GaussCoin proporciona a sus inversores y seguidores, una vez que su negocio principal es la transformación del plástico en combustibles alternativos.

Analizando el mercado tradicional de monedas, podemos notar que cuando una moneda en su forma física, siendo acuñada o impresa en papel, no tiene usuarios sino coleccionistas que desean poseerla. Lo mismo ocurre con las criptodivisas. Al fin y al cabo, la mayoría de la población que compra una moneda, espera que sea aceptada allá donde vaya.

Pensando exactamente en este punto, Gauss creó un ecosistema masivo que permite la circulación de Gauss Coin entre sus miembros. Este ecosistema fue creado con el objetivo principal de cambiar la vida no sólo de su comunidad sino también del planeta. Al invertir en la creación de centrales eléctricas, Gauss permite a sus miembros tener ingresos extra a través del ecosistema creado.

Todos estamos de acuerdo en que uno de los mayores problemas de la humanidad es la distribución de la renta. Muchas veces, el capitalismo hace que nadie se preocupe por la condición humana. Su base es sólo el aumento de los ingresos, pero el equipo de Gauss, sus fundadores, seguidores y partidarios creen que pueden hacer del mundo un lugar mejor, más justo, más equilibrado y sobre todo más verde que nunca.

En Gauss, creemos que la distribución de los ingresos debe hacerse siempre de forma meritocrática, basándose en un sistema donde el progreso y los ingresos sólo dependen de la forma en que cada uno de sus miembros trabaje y convierta su tiempo y esfuerzo personal en trabajo, y principalmente en equipo. Esta fórmula nos permite alcanzar el sistema ideal, donde podemos poner el dinero a trabajar para nosotros, y no al revés. Los fundadores de Gauss encontraron la forma correcta de hacerlo posible.

Uno de los mayores retos de nuestro tiempo es crear un futuro sostenible para nosotros y para las generaciones venideras. Nuestro objetivo es ayudar a cada individuo de nuestra comunidad a encontrar la tan deseada libertad financiera, que permitirá a todos los que les rodean tener un futuro completamente diferente, donde se puede tener lo mejor de ambos mundos: la libertad financiera y un futuro sostenible.

2. Cadena de bloques

Por primera vez podemos rebajar, de forma extremadamente eficaz, la incertidumbre no sólo con instituciones políticas y económicas como bancos, empresas y gobiernos, sino con muchos otros tipos de transacciones que dependen de la confianza. La cadena de bloques es una base de datos descentralizada y distribuida que almacena un registro de activos y transacciones a través de una red de pares. Es básicamente un registro público de quién posee qué y quién realiza qué transacciones.

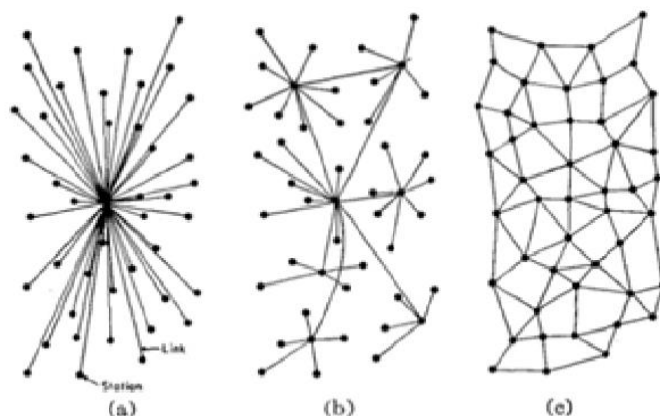
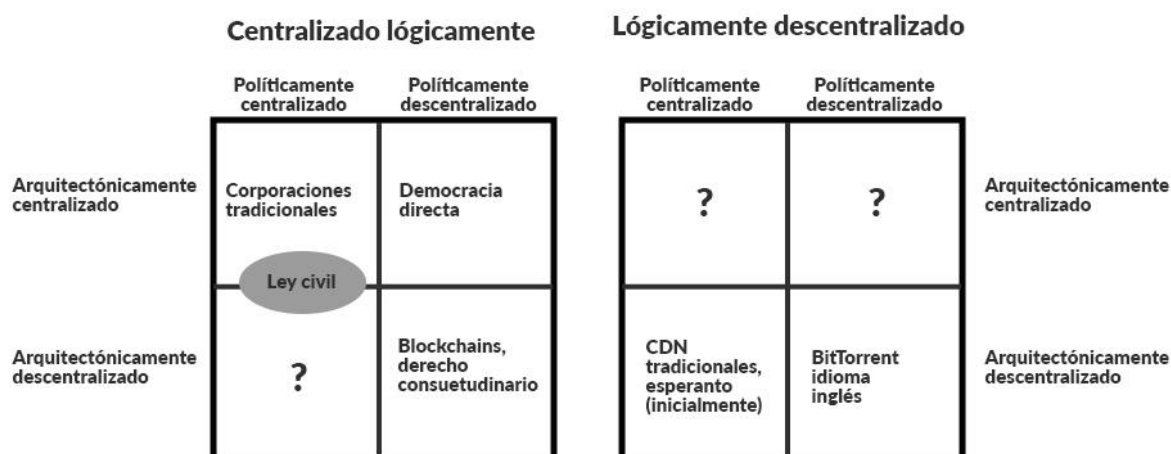


Fig.1 - (a) Centralizado (b) Descentralizado (c) Redes distribuidas

En otras palabras, la cadena de bloques es un tipo particular o subconjunto de una tecnología de libro mayor distribuido ("DLT"). La DLT es una forma de registrar y compartir datos en múltiples almacenes de datos (también llamados libros de contabilidad), cada uno de los cuales tiene exactamente los mismos registros de datos y son mantenidos y controlados colectivamente por una red distribuida de servidores informáticos, que se denominan nodos.

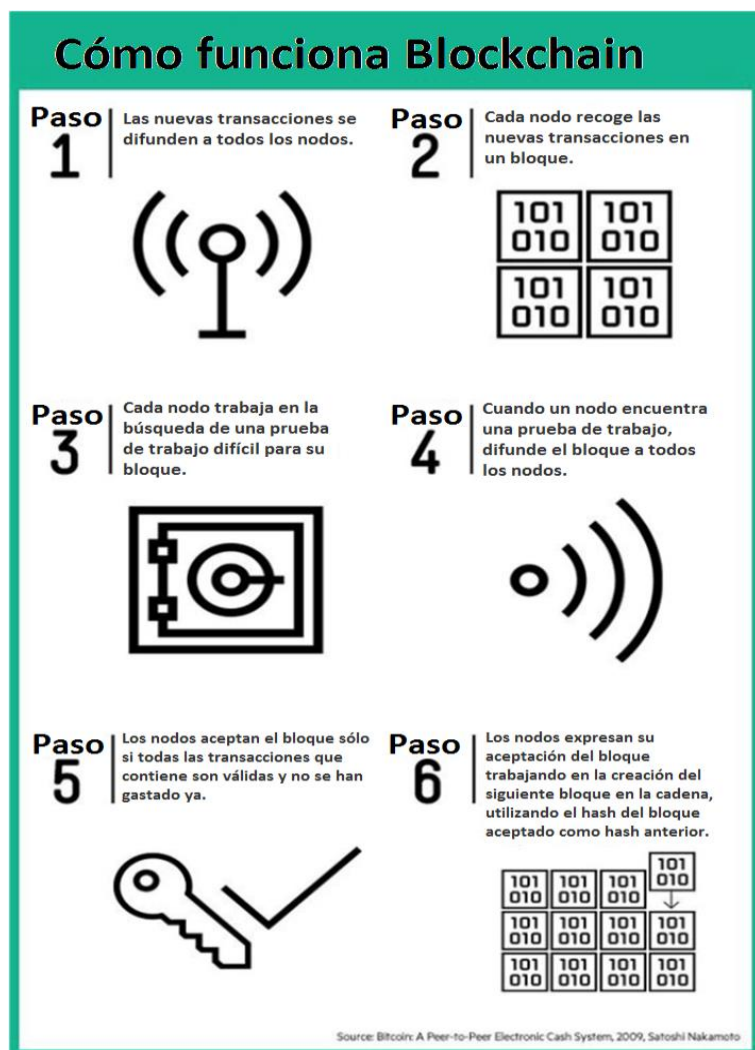
La cadena de bloques es un mecanismo que emplea un método de cifrado conocido como criptografía y utiliza un conjunto de algoritmos matemáticos específicos para crear y verificar una estructura de datos en continuo crecimiento (a la que sólo se pueden añadir datos y de la que no se pueden eliminar los existentes) que adopta la forma de una cadena de "bloques de transacciones", que funciona como un libro de contabilidad distribuido.

Cabe mencionar que las cadenas de bloques están políticamente descentralizadas (nadie las controla) y arquitectónicamente descentralizadas (no hay un punto central de fallo en la infraestructura), pero están lógicamente centralizadas (hay un estado comúnmente acordado y el sistema se comporta como un único ordenador).



Las transacciones están aseguradas mediante criptografía y, con el tiempo, el historial de transacciones se bloquea en bloques de datos que están criptográficamente unidos y asegurados. Esto crea un registro inmutable e inolvidable de todas las transacciones en esta red. Este registro se replica en todos los ordenadores que utilizan la red.

2.1 ¿Cómo funciona la cadena de bloques?



2.2 El mecanismo de consenso de la cadena de bloques

En principio, cualquier nodo de una red de cadenas de bloques puede proponer la adición de nueva información a la cadena de bloques. Para validar si esta adición de información (por ejemplo, un registro de transacciones) es legítima, los nodos tienen que llegar a algún tipo de acuerdo. Aquí es donde entra en juego un "mecanismo de consenso". En resumen, un mecanismo de consenso es un método de validación específico (criptográfico) predefinido que garantiza una secuencia correcta de transacciones en la cadena de bloques. En el caso de las criptomonedas, esta secuencia es necesaria para resolver el problema del "doble gasto" (es decir, el mismo instrumento de pago o activo puede transferirse más de una vez si las transferencias no se registran y controlan de forma centralizada).

Un mecanismo de consenso puede estructurarse de varias maneras. A continuación, se discutirán brevemente los dos ejemplos más conocidos - y en el contexto de las criptomonedas también más comúnmente utilizados - de mecanismos de consenso: El mecanismo Proof of work ("PoW") y el mecanismo Proof of Stake ("PoS").

a. Prueba de trabajo (PoW)

En un sistema PoW, los participantes de la red tienen que resolver "rompecabezas criptográficos" para



poder añadir nuevos "bloques" a la cadena de bloques. Este proceso de resolución de puzles se denomina comúnmente "minería". En términos sencillos, estos rompecabezas criptográficos se componen de toda la información registrada previamente en la cadena de bloques y de un nuevo conjunto de transacciones que se añadirán al siguiente "bloque".

Dado que la entrada de cada rompecabezas se hace más grande con el tiempo (lo que resulta en un cálculo más complejo), el mecanismo PoW requiere una gran cantidad de recursos informáticos, que consumen una cantidad significativa de electricidad.

Si un participante de la red (es decir, un nodo) resuelve un puzzle criptográfico, demuestra que ha completado el trabajo, y es recompensado con una forma de valor (o en el caso de una criptomoneda, con una moneda recién minada). Esta recompensa sirve de incentivo para mantener la red. La criptomoneda bitcoin se basa en un mecanismo de consenso PoW. Otros ejemplos son Litecoin, Bitcoin Cash, Monero, etc.

b. Prueba de participación (PoS)

En un sistema PoS, un validador de transacciones (es decir, un nodo de la red) debe demostrar la propiedad de un determinado activo (o en el caso de las criptomonedas, una determinada cantidad de monedas) para poder participar en la validación de las transacciones. Este acto de validación de las transacciones se denomina "forja" en lugar de "minería". Por ejemplo, en el caso de las criptomonedas, un validador de transacciones tendrá que demostrar su "participación" (es decir, su parte) de todas las monedas existentes para poder validar una transacción.

Dependiendo de cuántas monedas posea, tendrá más posibilidades de ser el que valide el siguiente bloque (es decir, todo esto tiene que ver con el hecho de que tiene mayor antigüedad dentro de la red, lo que le otorga una posición de mayor confianza). El validador de transacciones recibe una comisión por sus servicios de validación por parte de las partes que realizan las transacciones. Criptomonedas como Neo y Ada (Cardano) utilizan un mecanismo de consenso PoS.

c. Otros mecanismos

Los mecanismos PoW y PoS no son ni mucho menos los únicos mecanismos de consenso que existen actualmente. Otros ejemplos son la prueba de servicio, la prueba de tiempo transcurrido y la prueba de capacidad. Un análisis más profundo de estos mecanismos queda fuera del alcance de este libro blanco.

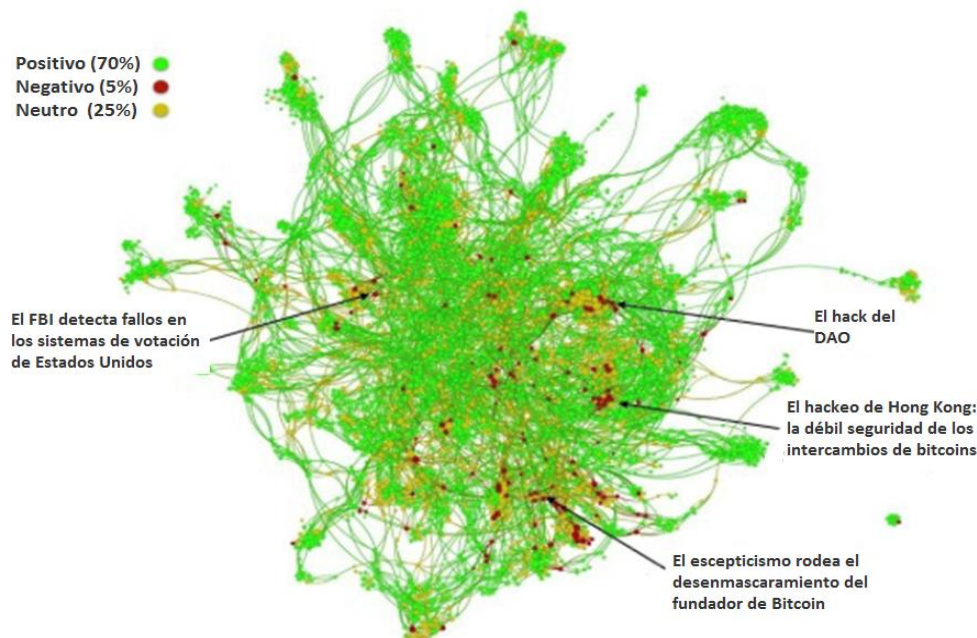
2.3 Tipos de cadena de bloques

A continuación, los diferentes tipos de blockchain:

- Blockchain pública: no hay restricciones para leer los datos de los bloques (que también pueden estar encriptados) y enviar transacciones.
- Blockchain privada: el acceso directo a los datos y el derecho a enviar transacciones se conceden a un número limitado de organizaciones.
- Blockchain sin permisos: no hay restricciones relacionadas con la identidad de los validadores de transacciones, es decir, los usuarios que pueden generar bloques.
- Blockchain con permiso: las transacciones son procesadas por personas aprobadas que han sido sometidas a una verificación de identidad. Una cadena de bloques con permisos no tiene que ser necesariamente privada.

2.4 2.4 Tendencia de las noticias de Blockchain

Al monitorear las noticias y las tendencias en un intrincado gráfico de red que muestra el sentimiento del público, queda muy claro lo positivo que es y podemos observar lo negativo sólo en casos aislados:



Fuente: Reuters

3. Criptomonedas

3.1 Introducción

Establecer una definición de criptomonedas no es una tarea fácil. Al igual que la cadena de bloques, las criptomonedas se han convertido en una "palabra de moda" para referirse a una amplia gama de desarrollos tecnológicos que utilizan una técnica más conocida como criptografía. En términos sencillos, la criptografía es la técnica de proteger información transformándola (es decir, encriptándola) en un formato ilegible que sólo puede ser descifrado (o desencriptado) por alguien que posea una clave secreta. Las criptomonedas, como el Bitcoin, se protegen mediante esta técnica utilizando un ingenioso sistema de claves digitales públicas y privadas.

3.2 Criptodivisas- tokens- criptomonedas

El término "criptodivisa" suele utilizarse erróneamente en un sentido muy amplio. Como se verá a continuación, debe distinguirse tanto de los tokens como de las criptomonedas.

a. Criptomonedas - Tokens

En primer lugar, las criptomonedas deben distinguirse de los "tokens" criptográficos, que ofrecen una funcionalidad más allá del propósito general de ser un medio de intercambio. Los tokens se emiten en el marco de una oferta inicial de tokens o "ITO" para crear una nueva clase de cryptoactivos (es decir, activos digitales registrados en un libro de contabilidad distribuido, garantizados por la criptografía) que incorporan algún tipo de reclamación contra una entidad (o contra sus flujos de efectivo, activos,



valor residual, bienes o servicios futuros, etc.) que surge del uso de la tecnología blockchain.

Algunos tokens se asemejan a los instrumentos tradicionales, como las acciones o los bonos, y suelen denominarse "tokens de seguridad" o "tokens de inversión". Otros tokens conceden a sus titulares acceso a productos o servicios específicos y se denominan comúnmente "tokens de utilidad". Pueden utilizarse para adquirir determinados productos o servicios, pero no constituyen un medio de intercambio de uso general, sencillamente porque generalmente sólo pueden utilizarse en la propia plataforma de tokens.

b. Criptomonedas - Criptomonedas

En segundo lugar, también hay que distinguir las criptomonedas de un concepto que se ha denominado "criptovalores". En resumen, se ha argumentado que la tecnología blockchain también podría utilizarse para registrar, emitir y transferir acciones ordinarias y otros valores corporativos, de modo que el cuadro de capitalización de una empresa sea siempre preciso y esté actualizado. Dado que este proceso tecnológico estaría asegurado con criptografía, se ha sugerido que estos valores se definan como criptomonedas.

La única conexión con el concepto de criptomonedas, es que ambos utilizan la tecnología blockchain.

3.3 Usuarios de criptomonedas

Un usuario de criptodivisas es una persona física o jurídica que obtiene monedas para utilizarlas en la compra de bienes o servicios reales o virtuales (de un conjunto de comerciantes específicos), para realizar pagos P2P o para mantenerlas con fines de inversión (es decir, de forma especulativa). Un usuario de criptodivisas puede obtener sus monedas de varias maneras:

- Puede simplemente comprar sus monedas en un intercambio de criptodivisas usando dinero u otra criptodivisa;
- Puede comprar sus monedas directamente a otro usuario de criptodivisas (es decir, a través de una plataforma de intercambio - esta forma de intercambios se denomina a menudo "intercambio P2P");
- Si una criptodivisa se basa en un mecanismo de consenso PoW, puede minar una nueva moneda (es decir, participar en la validación de las transacciones resolviendo un "rompecabezas criptográfico" y ser recompensado con una nueva moneda);
- En algunos casos, puede obtener sus monedas directamente del oferente de la moneda, ya sea como parte de una oferta inicial gratuita o en el marco de una venta masiva organizada por el oferente de la moneda (por ejemplo, una gran cantidad de éter se vendió en una venta masiva para cubrir ciertos costes de desarrollo);
- Si vende bienes o servicios a cambio de criptodivisas, también puede recibir monedas como pago por esos bienes o servicios;
- En caso de una "bifurcación dura" de la cadena de bloques de una moneda, obtendrá automáticamente una cantidad de la nueva moneda creada;
- Por último, puede recibir monedas como regalo o donación de otro usuario de criptodivisas.

3.4 Mineras

El "minero" es quien participa en la validación de las transacciones en la cadena de bloques, resolviendo un "rompecabezas criptográfico". Como se ha explicado anteriormente, el proceso de minería está relacionado con las criptomonedas que se basan en el mecanismo de consenso PoW. Un minero apoya a la red vinculando la potencia de cálculo para validar las transacciones, y es recompensado con monedas recién minadas (es decir, a través de una nueva emisión automática descentralizada).

Los mineros pueden ser usuarios de criptomonedas o, más comúnmente, partes que han hecho un nuevo negocio de la minería de monedas para venderlas por moneda fiduciaria (como el dólar o el euro) o por otras criptomonedas. En la actualidad, parece que se subestiman los riesgos asociados a los "negocios de minería". A continuación, explicaremos con más detalle esta cuestión.

3.5 intercambios de criptomonedas

Un tercer grupo de actores clave son los "intercambios de criptodivisas". Los intercambios de criptodivisas son personas o entidades que ofrecen servicios de intercambio a los usuarios de criptodivisas, normalmente a cambio del pago de una determinada tarifa. Permiten a los usuarios de criptodivisas vender sus monedas por moneda fiduciaria o comprar nuevas monedas con dinero en efectivo. Suelen funcionar como una casa y como una forma de oficina de cambio. Ejemplos de bolsas de criptodivisas conocidas son: Bitfinex, HitBTC, Kraken y Coinbase GDAX.

Es importante tener en cuenta que algunos intercambios son puros intercambios de criptodivisas, lo que significa que sólo aceptan pagos en otras monedas, por lo general Bitcoin (por ejemplo Binance), mientras que otros también aceptan pagos en monedas fiduciarias como el dólar estadounidense o el euro (por ejemplo Coinbase). Además, muchas bolsas de criptomonedas sólo permiten a sus usuarios comprar una selección concreta de monedas.

También hay que tener en cuenta que muchos intercambios de criptodivisas (es decir, tanto intercambios regulares como puros de criptodivisas) operan como proveedores de carteras de custodia (por ejemplo, Bitfinex). En general, los intercambios de criptodivisas ofrecen a sus usuarios una amplia gama de opciones de pago, tales como transferencias bancarias, transferencias de PayPal, tarjetas de crédito y otras monedas. Algunas bolsas de criptomonedas también proporcionan estadísticas sobre el mercado de criptomonedas (como los volúmenes de negociación y la volatilidad de las monedas negociadas) y ofrecen servicios de conversión a los comerciantes que aceptan pagos en criptomonedas.

3.6 plataformas comerciales

Las bolsas de criptomonedas, también llamadas "plataformas de comercio", desempeñan un papel importante en el intercambio de criptomonedas (y, sobre todo, permiten a los usuarios de criptomonedas comprar monedas con dinero en efectivo). Las plataformas de comercio son lugares de mercado que reúnen a diferentes usuarios de criptodivisas que buscan comprar o vender monedas, proporcionándoles una plataforma en la que pueden comerciar directamente entre sí, imagina un "eBay" pero para las criptodivisas. Las plataformas de comercio se denominan a veces "bolsas P2P" o "bolsas descentralizadas". Se diferencian de las bolsas de criptomonedas en varios aspectos. En primer lugar, no compran ni venden monedas. En segundo lugar, no están dirigidas por una empresa que supervise y procese todas las operaciones, sino que son operadas exclusivamente por software (es decir, no hay un punto central de autoridad). Las plataformas de comercio simplemente conectan a un comprador con un vendedor, permitiéndoles realizar una transacción, en línea o incluso en

persona. Un ejemplo muy conocido de plataforma comercial para Bitcoins es Bitcoins locales.

3.7 Proveedores de billetera

Los proveedores de carteras son entidades que proporcionan a los usuarios de criptodivisas carteras digitales o monederos electrónicos que se utilizan para guardar, almacenar y transferir monedas. En otras palabras, un monedero guarda las claves criptográficas de un usuario de criptodivisas. Un proveedor de monederos normalmente traduce el historial de transacciones de un usuario de criptomoneda en un formato fácilmente legible, que se parece a una cuenta bancaria normal.

En realidad, hay varios tipos de proveedores de carteras:

- Proveedores de monederos de hardware, que proporcionan a los usuarios de criptodivisas soluciones de hardware específicas para almacenar de forma privada sus claves criptográficas (por ejemplo, Ledger Wallet, etc.);
- Proveedores de carteras de software, que proporcionan a los usuarios de criptodivisas aplicaciones de software que les permiten acceder a la red, enviar y recibir monedas y guardar localmente sus claves criptográficas (por ejemplo, Jaxx);
- Proveedores de monederos custodios que custodian en línea las claves criptográficas de los usuarios de criptomonedas (por ejemplo, Coinbase).

3.8 Inventoras de monedas

Los inventores de monedas son personas u organizaciones que han desarrollado los fundamentos técnicos de una criptomoneda y han establecido las reglas iniciales para su uso. En algunos casos, su identidad es conocida (por ejemplo, Ripple, Litecoin, Cardano), pero aun así, a menudo permanecen sin identificar (por ejemplo, Bitcoin, Monero). Algunos siguen participando en el mantenimiento y la mejora del código y el algoritmo subyacente de la criptomoneda (en principio, sin los poderes del administrador), mientras que otros simplemente desaparecen (por ejemplo, Bitcoin).

3.9 Ofertantes de monedas

Por último, los oferentes de monedas son individuos u organizaciones que ofrecen monedas a los usuarios de criptodivisas en su lanzamiento inicial, ya sea a cambio de un pago (es decir, a través de una crowdsale) o de forma gratuita, normalmente para financiar el desarrollo posterior de la moneda o impulsar su popularidad inicial.

Las monedas pueden ser tanto distribuidas como totalmente preminadas/precreadas. En el primer caso, los usuarios de la criptomoneda pueden seguir generando más monedas después del lanzamiento. En el segundo caso, el oferente de la moneda suele retener gran parte de las monedas (por ejemplo, es el caso de Stellar). Es importante tener en cuenta que no todas las monedas tienen un oferente de monedas identificable, o son pre-minadas, o incluso su suministro completo precreado. Un oferente de monedas puede ser la misma persona que el inventor de la moneda, u otro individuo u organización.

3.10 Cadena de bloques Ethereum

Ethereum es una plataforma descentralizada que ejecuta Contratos Inteligentes: aplicaciones que se ejecutan exactamente según lo programado, sin posibilidad de inactividad, censura, fraude o interferencia de terceros. Estas aplicaciones se ejecutan en una blockchain personalizada, una infraestructura global compartida extremadamente potente que puede mover valor y representar propiedades. Eso permite a los desarrolladores crear mercados, registros de deuda, mover fondos

según instrucciones dadas en el pasado o en el futuro (como un testamento o un contrato futuro) y mostrar otras cosas que no se han inventado, todas ellas intermedias o arriesgadas.

3.10. 1 Cadena de bloques ERC-20

El popular sistema de criptomoneda y blockchain conocido como Ethereum se basa en la no utilización de tokens que pueden comprarse, venderse o intercambiarse. En este caso, los "tokens" representan una gama diversificada de activos digitales, como vales, pagarés o incluso objetos tangibles reales. De este modo, los tokens son esencialmente contratos inteligentes que se utilizan en la blockchain de Ethereum. Un token significativo se conoce como ERC20, que surgió como el estándar técnico utilizado para todos los contratos inteligentes en la blockchain de Ethereum para la implementación de tokens. A partir del 16 de abril de 2019, había más de 181.000 tokens compatibles con ERC20 en la red principal de Ethereum.

La red Ethereum proporciona el primer ecosistema del mundo para aplicaciones de software que son libres, transparentes e inmutables. Estas aplicaciones de software, generalmente en forma de contratos inteligentes, pueden interactuar perfectamente entre sí. Para facilitar este proceso, se han desarrollado varios protocolos estándar, como el estándar ERC20 para un formato común de "token", para que estos contratos inteligentes puedan transmitir datos escasos, y transferirlos entre sí, como un mediador centralizado. En 2018, cada token ERC20 se distribuyó sobre un tema que generalmente se conoce por alineación con "títulos".

Los tokens son vendidos a los 'inversores' por un 'creador' con el pretexto de que este último realizará acciones para que los tokens sean más valiosos. Hay que aclarar que el Bitcoin se distribuye a través de la "minería del bitcoin" y, por lo tanto, se denomina "mercancía" y no "valor". El primer token ERC20 aparece como una "mercancía", porque se distribuyó utilizando únicamente "Proof of Work Mining", idéntico al modelo de Bitcoin. Este token también se transfiere en una cadena de bloques (blockchain) utilizando un método muy similar al de Bitcoin y, por lo tanto, se enfrenta a la interfaz con otro software y el mundo de una manera que es efectivamente idéntica a la de Bitcoin. Este token tiene varios avances que lo diferencian de Bitcoin, como la capacidad de interactuar directamente con los Contratos Inteligentes de Ethereum y el resto del Ecosistema Ethereum sin necesidad de permiso.

3.10.2 Las funcionalidades de ERC-20

Los problemas de funcionalidad del ERC-20 incluyen el método de transferencia de los tokens y el modo en que los usuarios pueden acceder a los datos referidos a un token específico. En conjunto, este conjunto de funciones garantiza que los tokens de Ethereum de diferentes tipos funcionen uniformemente en cualquier lugar del sistema Ethereum. Así, todas las carteras digitales que admiten la moneda Ether también admiten los tokens compatibles con ERC20. A día de hoy, ERC20 sigue siendo un aspecto crucial de Ethereum, y se prevé que siga ejerciendo su influencia en el futuro.

La seguridad, la interoperabilidad y la escalabilidad son factores cruciales que afectan a los usuarios de los tokens ERC20. La construcción de un ecosistema de blockchain es una parte esencial, no sólo para aumentar el interés de la gente en las criptomonedas como activos, sino también para desarrollar la necesidad de utilizar las criptomonedas como pagos P2P, que son capaces de resolver problemas del mundo real que las tecnologías tradicionales no pueden lograr.

3.10.4 ¿Por qué el ERC-20?

Como existe la posibilidad de que la Blockchain de Bitcoin se convierta en una mala opción para la ICO, es necesario entender los problemas que encontramos al crear nuevas aplicaciones y modelos que no son la Blockchain original de Bitcoin. Estas son algunas de las razones por las que elegimos utilizar Ethereum ERC20:

- La Blockchain de Bitcoin se proyectó como un sistema monetario, ya que el libro de contabilidad del saldo de la cuenta representa el estado interno del programa. Para ejecutar contratos OIC, se requiere un estado del programa de uso general.
- La Blockchain de Bitcoin no puede ser considerada como un sistema completo de creación de scripts, ya que no puede encontrar respuestas para cualquier problema informático cuando recibe suficiente tiempo y memoria. Un sistema completo de creación de scripts debe, necesariamente, ser capaz de repetir o ignorar instrucciones cuando se cumplen ciertas condiciones, así como la capacidad de almacenar datos como una variable. Como la Blockchain de Bitcoin no es un sistema completo, no admite bucles de programación como medida de seguridad. Una de las principales razones por las que Bitcoin no es un sistema Turing completo es porque no soporta bucles de programación como medida de seguridad. Los bucles de programación activan un ataque DOS (denegación de servicio) porque el atacante puede decirle a los mineros que establezcan bucles infinitos. Sin embargo, esto es un problema cuando se trata de implementar ICOs, porque los bucles permiten a los desarrolladores verificar y recalcular los datos dados. Una crowdsale eficaz requiere el cálculo de la contribución total para cada nuevo inversor, la fecha o la fecha de la ICO y se determina después de que se cumplan ciertas condiciones y los tokens se distribuyen a los inversores durante la ICO sobre la base de un algoritmo.
- El tiempo de bloqueo de Bitcoin es muy largo para que una criptomoneda o ICO siga siendo viable o se alcance. A 10 minutos por bloque, las transacciones pueden tardar más de una hora en ser limpiadas y, seguidas, verificadas de vez en cuando a pocos bloques de profundidad de la cadena. Esto significa que las nuevas contribuciones a la venta colectiva sólo se verificarán después de una hora, y cualquier acción posterior de la ICO se añadirá o retrasará.

4. Marketing multinivel

4. 1 Introducción

El concepto de llevar a cabo operaciones comerciales a través del marketing multinivel suele ser malinterpretado en todo el mundo. El escaso o nulo conocimiento sobre el tema se debe, muy probablemente, a la escasa cantidad de publicaciones relacionadas con esta materia, así como al limitado acceso a las mismas. Este estado de cosas no sólo es malo para el pleno desarrollo de este tipo de negocio, sino que también da lugar a interpretaciones erróneas del modelo actual al presentarlo como algo parecido a una pirámide financiera o cuasi negocio.

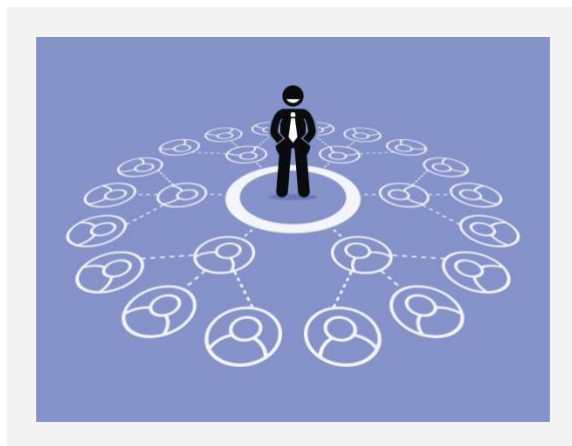
A pesar de estos obstáculos en el camino, últimamente la actividad de las empresas ha ido creciendo. Las empresas que desean obtener una ventaja competitiva y hacerse un hueco en el mercado basando su estrategia de marketing en el Marketing Multinivel o simplemente utilizando algunas de sus características para obtener beneficios específicos, reciben cada vez más atención. El fuerte y creciente interés por esta solución para introducir y distribuir productos atrae la atención hacia esta área de conocimiento, impulsando la demanda de experiencia y haciendo posible la elaboración de estrategias inteligentes y bien planificadas. Cuando uno piensa en crear su propia empresa, probablemente tiene en cuenta el riesgo asociado al propio negocio, que está directamente relacionado con la cantidad de capital que hay que invertir en la empresa. Las personas propensas al riesgo suelen aceptar este reto, mientras que las más conservadoras no suelen hacerlo. Esto suele asociarse a las altas barreras de entrada al mercado y a la enorme cantidad de capital necesaria para competir con los actuales gigantes y principales actores del mercado. La falta de experiencia y el desconocimiento de las prácticas habituales en un determinado sector es otro motivo que suele desanimar a la gente.

Sin embargo, sólo unos pocos saben que el nivel de riesgo asociado al capital y a una idea puede gestionarse y regularse adecuadamente de forma flexible mediante tres modelos de negocio diferentes que pueden servir de base para una empresa. El primero es un modelo de negocio típico y bien conocido, que implica la aplicación hábil de un concepto mediante capital propio. En este modelo, el riesgo de fracaso es muy alto, ya que está asociado a dos variables desconocidas. Una de ellas es el cuestionamiento de si una idea podría ser debidamente asimilada y reconocida por el mercado. La segunda variable desconocida es la incertidumbre sobre el famoso retorno de las inversiones. Sin embargo, a pesar del alto nivel de riesgo, este es el modelo de negocio más popular. Otro modelo caracterizado por un riesgo comparativamente menor es la actividad empresarial basada en un acuerdo de franquicia. Se trata de realizar operaciones comerciales basadas en un concepto previamente adoptado y probado. Por el precio de una licencia se obtiene el llamado libro de registro, que es un modelo de empresa que funciona bien.

La correcta aplicación del proyecto adquirido debería, al menos en teoría, conducir al desarrollo y la supervivencia de una empresa en el mercado. Sin embargo, esto no debe aceptarse como una regla o un concepto probado una vez que, la mayoría de las veces, el conocimiento para implementar un concepto no es necesariamente suficiente para garantizar un retorno decente de la inversión. No obstante, es posible concluir que el modelo de negocio mencionado se caracteriza por una probabilidad de éxito significativamente mayor que las actividades empresariales habituales.

El último modelo que se puede utilizar como referencia para un tipo de negocio es el marketing multinivel. Este modelo, en comparación con los demás, se caracteriza por un nivel de riesgo pequeño o incluso por la ausencia del mismo. Esto se debe a la falta de necesidad de invertir activos financieros para implementar un concepto o comprar una costosa licencia de franquicia. Esto es posible gracias a

una operación basada en la recomendación de productos disponibles que en muchos casos ya han ganado popularidad en el mercado. Además, este modelo no requiere los costes habituales asociados a la contratación de empleados porque la actividad laboral en la empresa se basa en la afiliación voluntaria. Esto significa que se puede conseguir un efecto de palanca similar al de las actividades empresariales típicas, pero sin necesidad de asumir el riesgo asociado a la contratación de empleados. Teniendo en cuenta el bajo riesgo asociado a la no necesidad de tener un concepto propio, la gran cantidad de capital y los costes asociados a la contratación de empleados, es posible concluir que este es el modelo de negocio más seguro.



4.2 La esencia del marketing multinivel

Teniendo en cuenta las diferencias entre los distintos tipos de modelos de negocio y la posibilidad de aumentar la flexibilidad del nivel de riesgo en función de la elección del tipo de actividad adecuado, es posible, al menos intentarlo, definir el Marketing Multinivel. En la literatura sobre esta materia, el Marketing Multinivel se denomina también marketing de red. Según Don Failla, es uno de los métodos más rápidos y aún más incomprensidos de introducir productos en el mercado. Esto se debe principalmente a la mala comprensión del sistema, que hace que el marketing multinivel se considere a menudo como venta directa, venta piramidal o incluso esquema piramidal.

Según Wikipedia, el marketing multinivel podría definirse como una estrategia de marketing y una forma de funcionamiento de una empresa y sus socios, también llamados distribuidores independientes. El marketing multinivel es una rama de la venta directa, es decir, consiste en ofrecer bienes y servicios directamente a los consumidores sobre la base de contactos individuales, normalmente en el domicilio del cliente, en su lugar de trabajo o en otros lugares fuera de los lugares de venta al por menor permanentes. Es una forma de pensar fuera de la caja. El marketing multinivel permite a los vendedores construir estructuras personales de socios, que proporcionan comisiones adicionales por sus ventas. Cada vendedor de una empresa de marketing multinivel decente tiene la oportunidad de construir su propia estructura de vendedores en la que todos son recompensados en función del plan de marketing válido para cada empresa. Al mismo tiempo, alcanzar un mayor rango en la jerarquía de la empresa no significa necesariamente mayores ganancias, ya que éstas dependen del plan de marketing mencionado anteriormente.

Por mucho que la definición anterior describa con precisión el marketing multinivel como una estrategia de marketing, una forma de funcionamiento de una empresa y un sistema que permite construir redes individuales para distribuidores independientes, clasificarlo como un tipo de venta directa es un gran error. Lo mismo podría decirse de la afirmación de que el Marketing Multinivel es una forma de venta al por menor. Don Failla, el autor de "The 45- second Presentation That Will Change Your Life" (La presentación de 45 segundos que cambiará su vida), al hablar de los

fundamentos del marketing de red, señala una importante diferencia entre estos tres métodos de distribución. Según el autor, mirando desde la perspectiva de los consumidores, sólo hay cinco métodos básicos de distribución de productos. Estos son:

- Venta al por menor, que es la forma más básica de distribución llevada a cabo por medio de una sucursal minorista, por ejemplo: tienda de comestibles, farmacia, grandes almacenes, sitio de subastas en línea.
- Venta directa: abarca normalmente la venta de seguros, utensilios de cocina, enciclopedias, etc. En este modelo de distribución la comisión de los productos vendidos va sólo al vendedor, que no puede crear redes de sus distribuidores. Para vender los productos o servicios que ofrece una determinada empresa, tiene que estar contratado en ella como representante de ventas. Esto significa que trabaja para el propietario de una empresa, que es su empleador, por lo que no trabaja en beneficio propio como en el caso del marketing multinivel.
- Marketing multinivel - Don Failla analiza este término definiendo el marketing como la transferencia de un producto o servicio del productor o proveedor de servicios al consumidor. El marketing multinivel es un sistema de recompensa a las personas que contribuyen a la venta de productos o a la prestación de servicios. En el método de marketing multinivel, las personas que contribuyen a la venta son aquellas que recomiendan una compra directamente a una empresa determinada. La persona cuya identificación se proporciona en el curso de la realización de un pedido es recompensada por una recomendación que resulta en una venta real, ya que el sistema de bonificación suele ser multinivel y permite generar ingresos pasivos, es decir, ingresos que no son el efecto directo del trabajo de la persona que recomienda. Esto funciona así, ya que cada persona tiene la oportunidad de construir estructuras individuales de distribución de consumidores. En otras palabras, el sistema multinivel premia a las personas recomendadas directamente y a las recomendadas directamente por las directas.
- Venta por correo - Este tipo de distribución se caracteriza por la ausencia de puntos de venta al por menor en los que se pueda cambiar la mercancía por dinero. El cliente realiza un pedido directamente en la empresa después de conocer su oferta en la televisión, en una conversación telefónica o en un catálogo recibido.
- Ventas piramidales: es una organización ilegal de ventas, que a menudo se confunde con el marketing multinivel. Una de las principales razones es que las empresas ilegales se presentan como un sistema multinivel. La diferencia que hace que las pirámides sean ilegales y el Marketing Multinivel sea legal es la imposibilidad de distribuir un producto o prestar un servicio. Si no hay ventas de un producto, es imposible hablar de comercialización. Las empresas, al prometer grandes ventas, convencen a los participantes para que paguen una elevada cantidad de dinero que les permita participar en el programa. El programa suele estar construido de tal manera que hace imposible que los participantes generen ventas, una vez que todos los pagos van a la cuenta de quienes organizan el negocio. Así pues, la venta piramidal no se parece en nada al marketing multinivel, en el que la venta se basa siempre en un producto o servicio y el sistema de comisiones recompensa a los participantes en función de la contribución, independientemente de la posición que ocupen.

El intento de Don Failla de definir los distintos métodos de distribución de forma clara muestra las diferencias entre ellos. También permite rechazar plenamente las afirmaciones de que el Marketing Multinivel está en el mismo grupo que los esquemas piramidales o la venta directa.

Otro intento interesante de definir el Marketing Multinivel es el de André Blanchard, que lo definió como un arte de establecer y utilizar contactos. Así, el Marketing Multinivel, según el autor, consiste en distribuir bienes y servicios a través de una red creada sobre la base de contactos y vínculos entre personas y la participación de todos los miembros de la red en esta actividad. Aunque este enfoque parece definir con exactitud el funcionamiento de los distribuidores independientes, no abarca el tema por completo.

Para ilustrar plenamente la esencia de la noción discutida, es necesario examinar el marketing multinivel desde dos perspectivas. Una de ellas es el punto de vista del autor del concepto, el productor o la empresa para la que el Marketing Multinivel es una de las posibles formas de introducir un nuevo producto en el mercado sin tener que soportar los enormes costes asociados a la promoción y sin la necesidad de transferir los derechos de un producto a otra persona. La segunda perspectiva es el punto de vista de un distribuidor independiente para el que el Marketing Multinivel es un modelo de negocio que no requiere un concepto ni soportar el riesgo asociado a la inversión de capital, como en el caso de la actividad empresarial típica o la franquicia. Este enfoque permite definir el MLM como: método de distribución de productos, en el que los costes asociados a la publicidad y al marketing se cubren en el momento de la venta real.

Las ventas son impulsadas por clientes de la empresa que utilizan sus contactos para recomendar la compra de determinados productos. La empresa recompensa a la persona que recomienda con una comisión calculada en función del plan de marketing de la empresa por una recomendación que finaliza con una venta real. Los planes de marketing crean la posibilidad de generar ingresos ilimitados y, al mismo tiempo, eliminan el riesgo asociado a la necesidad de invertir un capital sustancial necesario para poner en marcha una actividad comercial típica.

4.3 Antecedentes históricos

Esto lleva a buscar la definición del término, inadvertidamente formulada de esta manera, a preguntas sobre los orígenes del concepto empresarial discutido. Para seguir el curso histórico de los acontecimientos, es necesario comenzar la búsqueda en Estados Unidos, donde se encuentran los primeros registros escritos. El más antiguo se remonta a principios de la década de 1920. Durante este periodo, en Estados Unidos, la distribución directa de bienes era una parte importante de la vida social. Muchas empresas que buscaban oportunidades para la venta de sus productos abrieron agencias de venta en todo el país. Los productores entregaban las mercancías a las agencias. Posteriormente, las mercancías eran manejadas por distribuidores directos, por ejemplo, vendedores ambulantes. Estas agencias estaban dirigidas por empleados experimentados que solían introducir ellos mismos las mercancías en el mercado y solían iniciar la cooperación con los nuevos distribuidores y formarlos. Como el creciente número de distribuidores formados generaba mayores ventas, las empresas recompensaban a los directivos por el tiempo dedicado a los nuevos empleados. Las empresas les pagaban unas cantidades fijadas por adelantado o les daban una participación en el valor de las ventas de los nuevos distribuidores.

La primera empresa que funcionaba según estas normas fue creada por William Casselberry y Lee Mytinger. A partir de 1934 la empresa se encargó de la distribución de los productos de empresas como California Vitamin Company y Nutrilite Vitamins. En 1941 la empresa puso en marcha el primer plan de marketing de C&M. Su principal objetivo era animar a los distribuidores a trabajar centrados en las ventas, contratando y formando a nuevos empleados. Sobre esta base, los distribuidores podían obtener el 3% de las ventas de los grupos recién formados. Los socios adecuadamente seleccionados y formados provocaban naturalmente un aumento de las ventas para la empresa. El aumento de las ventas generaba más beneficios a los distribuidores, que estaban aún más dispuestos a formar a los recién llegados.

En los años 50, la empresa sufrió una crisis. En 1959 dos socios -Richar De Vos y Jay Van Andel- abandonaron la empresa y crearon su propia compañía: Amway. Empezaron a producir sus propios productos. Elaboraron un sistema especial de recompensa, que se caracterizaba por un reparto muy

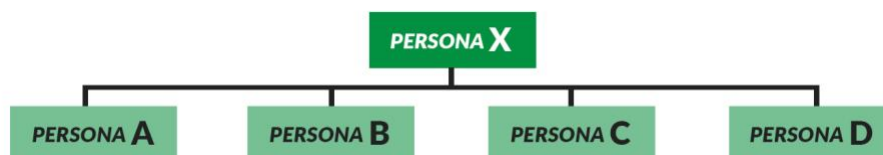
justo de los beneficios, proporcional a la contribución del trabajo a la expansión de la empresa. Tras unos años de rápido desarrollo, Amway Corporation se hizo con Nutrilite. Más o menos al mismo tiempo, otro grupo de distribuidores abandonó Nutrilite y formó la empresa Shaklee. La diferencia entre ellos se refería principalmente a los productos que trataban. Mientras que Amway se dedicaba a los detergentes domésticos, Shaklee se dedicaba a los productos nutricionales y alimenticios.

El éxito de Nutrilite y el plan de marketing de C&M atrajo la atención de otras empresas como Stanley Home Products, Home Interiors and Gifts, Mary Kay Cosmetics al sistema de marketing multinivel. En los años 70, el sistema de Marketing Multinivel también llegó a Europa. En 1969, una empresa británica, Kleeneze, que se dedicaba a la distribución directa de mercancías, buscando nuevas formas de vender productos, reconoció el método de la Corporación Amway como muy bueno y fue la primera en empezar a utilizarlo. En 1973, Amway (UK) Ltd., así como Shaklee, aparecieron en Gran Bretaña. En Estados Unidos, el éxito de las empresas que aplicaban el marketing multinivel despertó mucho interés. Varias personas deshonestas que jugaban con el sistema de comisiones y afiliación dieron pie a la creación del llamado esquema piramidal. Básicamente, consistía en animar a los distribuidores a pagar cuotas de suscripción bastante elevadas y prometer que estos pagos se amortizarían rápidamente con la expansión de la red.

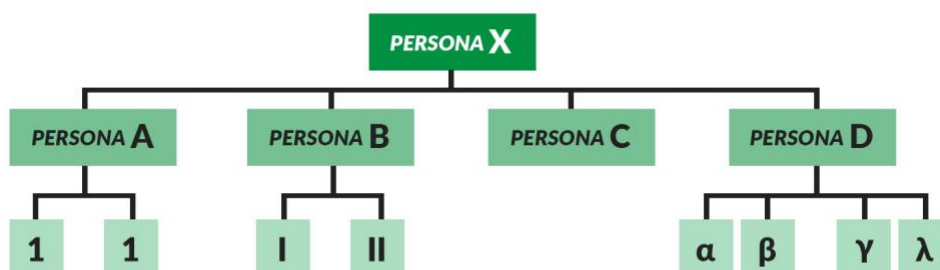
Además, se animaba a la gente a comprar lotes de productos cada vez más grandes con mayores descuentos. Como resultado de esto, muchos distribuidores cegados por visiones de grandes beneficios compraron muchos productos y luego tuvieron problemas para venderlos. El sistema se basaba en la credulidad de la gente y era utilizado por individuos engañosos pero convincentes. También dio lugar a preocupaciones sociales, que a su vez dieron lugar a la introducción de nuevas regulaciones legales en todos los países donde se utiliza el MLM. Un buen ejemplo es Gran Bretaña, donde en 1973 se prohibió el sistema de ventas piramidales en virtud de la ley sobre prácticas comerciales honestas. La introducción de normativas similares en el territorio de toda Europa contrarrestó el peligroso fenómeno de los empresarios falsos que pretenden dirigir un negocio de MLM. La definición legal de la esencia del MLM permitió el desarrollo gradual y consistente del tipo de distribución discutido.

4.4 Nuestro sistema: sistema Uninivel

Para comprender mejor la diferencia entre los sistemas piramidales prohibidos y una auténtica estructura de marketing de red, es necesario entender las reglas de funcionamiento de los planes de remuneración. Uno de los planes de remuneración más básicos que funcionan en las empresas que distribuyen productos mediante el método del marketing multinivel es el sistema uninivel. Implica el registro genealógico de los nuevos clientes directamente bajo la persona que contribuyó a su adhesión. Esto significa que una situación en la que la persona X invita sucesivamente a las personas A, B, C, D puede ilustrarse con el siguiente diagrama:



Como se puede ver, las personas A, B, C y D, desde el punto de vista de la persona X, están situadas en el primer nivel de la persona. Muchas empresas que quieren premiar a los clientes activos aprovechan el sistema de Uninivel. Un buen ejemplo es el banco XYZ, que no distribuye productos financieros a través del marketing multinivel, pero recompensa a los clientes con 50 dólares por una recomendación que se convierte en la apertura de una nueva cuenta. Por lo tanto, en el caso de la persona X serían 200 dólares. La persona A que invite a las personas 1 y 2 recibirá 100 dólares y la persona B que invite a las personas I y II también recibirá 100 dólares. La persona D obtendrá 200 dólares, al igual que la persona X por recomendar el banco XYZ a las personas α , β , γ y λ . La situación comentada se ilustra con el siguiente diagrama.



Cabe mencionar que en un sistema de Uninivel, la persona X no obtiene una recompensa por las personas recomendadas por las personas A, B y C, a pesar de que la persona X contribuyó indirectamente a su adhesión. Para que esta situación sea posible, el Banco XYZ tendría que introducir un plan de marketing de Uninivel de dos niveles. Asignando una cantidad idéntica de 50 dólares por una cuenta recién abierta, se pagarían 25 dólares por una persona recomendada directamente en la primera línea, y 25 dólares por personas recomendadas indirectamente en la segunda línea. Como resultado, la persona X que contribuya con la misma cantidad de trabajo, es decir, que recomiende a cuatro personas, obtendría 300 dólares en lugar de una recompensa de 200 dólares. Distribuyendo uniformemente el importe de las recompensas de 50 dólares por cinco niveles del sistema Unilevel, la persona X recibirá (suponiendo que todo el mundo recomiende abrir una cuenta bancaria a otras cuatro personas) 40 dólares de la primera línea, 160 dólares de la segunda línea, 640 dólares de la tercera línea, 2.560 dólares de la cuarta línea y 10.240 dólares de la quinta línea. Esto significa que, paradójicamente, disminuir la recompensa por las recomendaciones directas y, al mismo tiempo, aumentar los niveles por los que se paga la comisión, aporta beneficios incomparablemente mayores por la misma contribución de trabajo y tiempo. Como en el primer y el segundo caso, la persona X recomendó el banco a sólo cuatro personas, es fácil darse cuenta de lo grande que es el efecto palanca en el caso de una opción multinivel. La razón por la que el banco XYZ no se decide a recurrir a un sistema multinivel de Unilevel es probablemente el estereotipo todavía popular relativo a los sistemas financieros piramidales. Para resaltar las diferencias entre el esquema piramidal y el sistema multinivel de cálculo de comisiones Unilevel, vale la pena analizar el concepto de esquema piramidal y yuxtaponerlo a un escenario de desarrollo de la estructura elaborada.

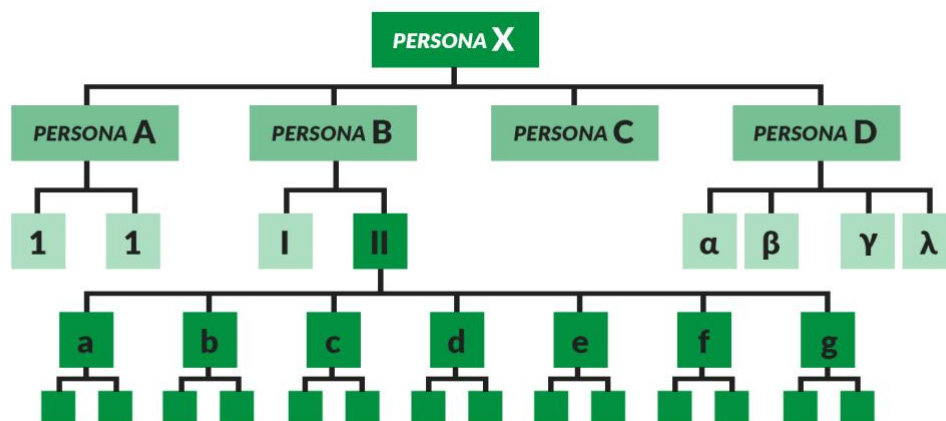
El concepto de pirámide puede describirse como una situación en la que las personas situadas en la parte superior de la estructura obtienen la mayor parte del dinero generado por el trabajo de las personas situadas más abajo. En otras palabras, el concepto de esquema piramidal podría describir cualquier tipo de actividad empresarial, institución u organización. Para demostrarlo, basta con

dibujar la estructura organizativa de cualquier empresa en la que se destaquen los rangos de la jerarquía empresarial.



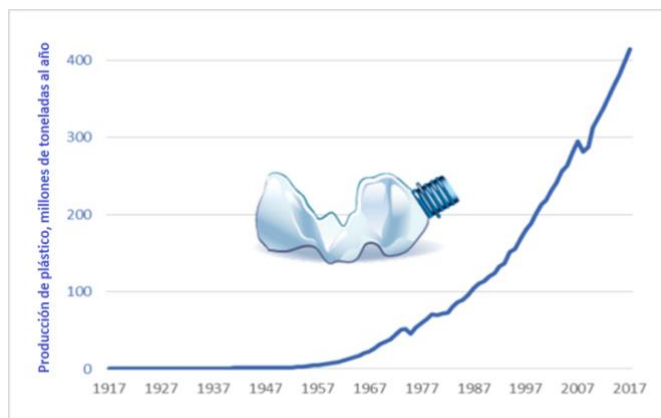
En la estructura elaborada de una empresa, se destacan varios niveles de la estructura organizativa, empezando por el propietario y terminando por los empleados regulares. La forma de la estructura refleja el número de personas empleadas en determinados niveles. Teniendo esto en cuenta, es necesario confrontarlo con la remuneración asignada a determinados niveles. Resulta entonces que ninguno de los empleados regulares puede ganar tanto como las personas que están por encima de él. En el modelo presentado, el propietario es el que más gana utilizando el efecto palanca, apalancando sus esfuerzos, obteniendo ingresos del trabajo de los empleados. Por lo tanto, el alto salario no es el efecto de su alta productividad, sino el efecto de su posición en una determinada organización.

La situación en un sistema multinivel de Unilevel es completamente diferente. En este sistema, la persona más productiva gana más independientemente del nivel que ocupe en una estructura determinada. Analizando un ejemplo de un sistema Unilevel de dos niveles que paga una recompensa de 25 dólares por las recomendaciones de la primera y la segunda línea, es posible ilustrar el efecto de la siguiente manera. Suponiendo que la persona II de la segunda línea de la persona X sea más productiva que la persona X y recomiende la apertura de una cuenta a 7 personas y cada una de ellas recomiende la apertura de una cuenta a otras 2 personas, tendremos una situación en la que la persona II gana mucho más que la persona X, aunque esté situada un nivel por debajo. Esta situación se ilustra con el siguiente diagrama.



En el diagrama presentado, la persona II recibirá 175 dólares de la primera línea y 350 dólares de la segunda. Esto da una cantidad total de 525 \$, es decir, más que en el caso de la persona X, cuya

comisión ascendía a 300 \$. El hecho de que la persona II pueda ganar más que la persona X demuestra que estos sistemas no pueden considerarse una estafa piramidal. Obviamente, todo esto no significa que la persona X no pueda ganar más que la persona. En caso de que la persona sea más productiva y recomiende productos o servicios a más personas, la persona X conseguirá mayores ingresos que la persona II.



El sistema descrito anteriormente muestra un sistema más justo que cualquier otro, ya que implica un mecanismo honesto que recompensa a las personas más productivas. Como en los sistemas de marketing multinivel los efectos del trabajo son la base principal para el cálculo de las comisiones, se motiva a cada participante para que trabaje de la forma más eficaz posible. Sin embargo, este enfoque a menudo puede conducir a la insatisfacción con los resultados que no son proporcionales a la cantidad de esfuerzo aportado. Para evitar ese desánimo y proteger a la empresa contra la ralentización del crecimiento de las estructuras, se han introducido otros mecanismos para la construcción de la red.

5. Viabilidad de Gauss Coin

5.1 El plástico en el mundo

Aunque el plástico tiene muchos usos valiosos, nos hemos vuelto adictos al plástico de un solo uso o desechable, con graves consecuencias medioambientales. En todo el mundo se compran un millón de botellas de plástico cada minuto, mientras que cada año se utilizan 5 billones de bolsas de plástico de un solo uso. En total, la mitad de todo el plástico que se produce está diseñado para ser utilizado una sola vez, y luego se tira.

Los investigadores calculan que se han producido más de 8.300 millones de toneladas de plástico desde principios de la década de 1950. Alrededor del 60% de ese plástico ha acabado en un vertedero o en el entorno natural. Como puede verse en el siguiente gráfico, la producción de plástico ha crecido exponencialmente desde finales de los años cincuenta.

Estamos viendo otras tendencias preocupantes. Desde la década de 1950, el ritmo de producción de plástico ha crecido más rápido que el de cualquier otro material. También hemos visto un cambio en la producción de plásticos duraderos hacia plásticos que están destinados a ser desechados después de un solo uso. Más del 99% de los plásticos se producen a partir de productos químicos derivados del petróleo, el gas natural y el carbón, todos ellos recursos sucios y no renovables. Si las tendencias

actuales continúan, en 2050 la industria del plástico podría representar el 20% del consumo total de petróleo del mundo.

Estos productos de plástico de un solo uso están por todas partes. Para muchos de nosotros, se han convertido en parte integrante de nuestra vida cotidiana. Es necesario frenar el flujo de plástico en su origen, pero también tenemos que mejorar la forma en que gestionamos nuestros residuos de plástico. Porque ahora mismo, muchos de ellos acaban en el medio ambiente.

Sólo el 9% de todos los residuos de plástico producidos se ha reciclado. Alrededor del 12% se ha incinerado, mientras que el resto -el 79%- se ha acumulado en vertederos, basureros o en el entorno natural. Las colillas de cigarrillos -cuyos filtros contienen diminutas fibras de plástico- fueron el tipo de residuo plástico más común encontrado en el medio ambiente en una reciente encuesta mundial. Le siguen las botellas de bebidas, los tapones de botellas, los envoltorios de alimentos, las bolsas de la compra, las tapas de bebidas, las pajitas y los agitadores. Muchos de nosotros utilizamos estos productos todos los días sin pensar siquiera en dónde pueden acabar.

La asombrosa cifra de 8 millones de toneladas de plástico acaban en los océanos del mundo cada año. ¿Cómo llega hasta allí? Una gran parte procede de los ríos del mundo, que sirven de conductos directos de la basura de las ciudades del mundo al medio marino. Los residuos de plástico -ya sea en un río, un océano o en tierra- pueden persistir en el medio ambiente durante siglos.

Las mismas propiedades que hacen que los plásticos sean tan útiles -su durabilidad y resistencia a la degradación- también hacen que sea casi imposible que la naturaleza los descomponga por completo. La mayoría de los artículos de plástico nunca desaparecen del todo; sólo se hacen cada vez más pequeños. Muchas de estas minúsculas partículas de plástico son ingeridas por animales de granja o peces que las confunden con comida, y así pueden llegar a nuestros platos. También se han encontrado en la mayor parte del agua del grifo del mundo. Al obstruir las alcantarillas y servir de caldo de cultivo a mosquitos y plagas, los residuos de plástico -especialmente las bolsas de plástico- pueden aumentar la transmisión de enfermedades transmitidas por vectores, como la malaria. Si la tendencia actual continúa, nuestros océanos podrían contener más plástico que peces en 2050.

Otra fuente que ha causado preocupación son los vertederos. La mayoría de los residuos en forma de plástico en los vertederos son artículos de un solo uso, como los envases. Desechar los plásticos de esta manera conduce a la acumulación. Aunque la eliminación de los residuos de plástico en los vertederos tiene menos riesgo de emisión de gases que la eliminación mediante incineración, la primera tiene limitaciones de espacio. Otra preocupación es que los revestimientos que actúan como capas protectoras entre el vertedero y el medio ambiente pueden romperse, con lo que se filtran toxinas y se contamina el suelo y el agua cercanos. Los vertederos situados cerca de los océanos suelen contribuir a los desechos marinos porque su contenido es fácilmente arrastrado y transportado al mar por el viento o por pequeños cursos de agua como ríos y arroyos. Los desechos marinos también pueden ser el resultado de aguas residuales que no han sido tratadas eficazmente, y que acaban siendo transportadas al océano a través de los ríos. Los artículos de plástico que se han desechado de forma inadecuada también pueden llegar a los océanos a través de las aguas de las tormentas.



(Contaminación por plásticos de un solo uso)

El volumen mundial de residuos de plástico sigue creciendo, y algunos de los mayores productores no gestionan sus residuos de forma eficaz.

Pero el mundo está despertando al problema, y los gobiernos están empezando a actuar. Hay varias cosas que pueden hacer los gobiernos: desde realizar campañas de concienciación pública hasta ofrecer incentivos para el reciclaje, pasando por la introducción de impuestos o incluso la prohibición total de determinados productos. En la última década, docenas de gobiernos nacionales y locales de todo el mundo han adoptado políticas para reducir el uso de plástico desechable. Y el número sigue creciendo. África destaca como el continente donde más países han adoptado una prohibición total de la producción y el uso de bolsas de plástico. Por supuesto, los gobiernos desempeñan un papel importante en esta batalla, pero nosotros también. Aunque se están empezando a tomar medidas para evitar el uso de plástico de un solo uso, será imposible evitar su uso para siempre. Aquí es donde entramos nosotros.

5.2 Planta de energía

Desgraciadamente, vivimos en un mundo en el que los gobiernos y las poderosas organizaciones internacionales no adoptan medidas medioambientales, por lo que nos corresponde a cada uno de nosotros hacer lo que hay que hacer para preservar no sólo el Planeta, sino también la vida en él. Gauss ha invertido mucho en la "adquisición" de los derechos de explotación de una patente revolucionaria que nos permite paliar poco a poco esta lacra.

Nuestros científicos han descubierto, mediante un método innovador, la posibilidad de transformar el plástico en combustibles aditivos como la gasolina, el gasóleo y la parafina.

Nuestro proceso de transformación contiene innumerables innovaciones tecnológicas que nos permiten operar desde cualquier parte del mundo con gran seguridad, para un proceso de combustión, donde todo el sistema funciona sin necesidad de control de presión, ya que "hemos descubierto" un método donde es posible que el sistema trabaje con presión "cero".

Otro gran problema de este tipo de equipos y funcionamiento es la liberación de gases tóxicos a la atmósfera, una vez más GaussCoin está a la vanguardia del proceso y hemos introducido una verdadera revolución tecnológica en nuestras plantas donde todos los gases producidos por la combustión de materiales en el reactor, en lugar de ser liberados a la atmósfera, alimentarán todo el sistema de producción como energía, reduciendo no sólo los gases liberados a cero, sino también los



costos de producción de energía. Estos dos factores sitúan la tecnología de nuestra planta a la cabeza del mundo en cuanto a este tipo de plantas, operando en lo que podemos llamar plantas verdaderamente ecológicas y "VERDES".

Otro dato realmente importante es la cantidad de "Combustible" producido por cada Kilo de plástico "quemado". Nuestras plantas, en su modo de funcionamiento más personalizado, son capaces de producir 0,5 litros de combustible aditivo por cada Kilo de plástico quemado. Con ello, estamos garantizando a nuestros inversores, no sólo un excelente retorno económico en términos de rentabilidad de la inversión, sino también una "esperada" revalorización de nuestra moneda, teniendo en cuenta no sólo su usabilidad, sino también el respaldo financiero y económico que estamos construyendo.

5.3 Moneda de Gauss

500 millones de monedas:
Se liberará una cantidad de 500 millones de monedas en la plataforma Ethereum.

OTC y bolsas públicas

Las monedas serán emitidas y negociadas internamente sólo en nuestro sistema Gaussllc.com, y en una segunda fase en un OTC (Sobre el intercambio) - PATNORM.EXCHANGE. Una vez que la red comience a crecer y el precio de la moneda sea estable, los fundadores podrán decidir listarla en cualquier bolsa de criptomonedas pública y regulada..

Intercambio OTC

Un mercado descentralizado, sin una ubicación física central, en el que los participantes en el mercado negocian entre sí a través de diversos modos de comunicación, como Internet, el teléfono, el correo electrónico y los sistemas de negociación electrónica propios. Un mercado extrabursátil (OTC) y un mercado de divisas son las dos formas básicas de organizar los mercados financieros. En el mercado acreditado del ISGC, los operadores seleccionados actuarán como creadores de mercado, cotizando los precios a los que comprarán y venderán las monedas de acuerdo con las normas generales establecidas por los fundadores y la comunidad. Una operación puede ejecutarse entre dos participantes en el mercado extrabursátil sin que otros conozcan el precio al que se ha realizado la transacción.

Billetera PATNORM.EXCHANGE

La cartera PATNORM.EXCHANGE es una puerta de entrada a las aplicaciones descentralizadas en la blockchain de Ethereum. Permite poseer y asegurar Gausscoin, ether y otros activos criptográficos contruidos sobre Ethereum, así como escribir, desplegar y utilizar Smart Contracts. Es una organización autónoma y democrática.

5.3.1 Visión de conjunto

Nuestra moneda digital tiene una característica que la hace casi única: está respaldada por activos reales, y garantías colaterales que la hacen más agresiva que la mayoría de las otras monedas digitales existentes. Además del respaldo de combustible y las garantías colaterales, GaussCoin también tiene responsabilidad social, un público objetivo definido, mecanismos de incentivos de popularidad,



atractivo para los inversores institucionales, fuertes incentivos económicos y ganancias, distribución de ingresos que van más allá de las ganancias con la propia moneda.

¿Cómo se va a utilizar GaussCoin?

GaussCoin se utilizará para comprar bienes y servicios que son el punto de partida para que los titulares de la moneda comiencen a construir su libertad financiera. Todas las transacciones se llevarán a cabo a través de una plataforma electrónica basada en interfaces tecnológicas futuristas y protegida por la tecnología Blockchain.

¿Cómo ayudará Gauss Coin a construir una red?

GaussCoin también se utilizará como entrada de miembros. La red se incrementará utilizando un enfoque de motor de referencia y un plan de compensación apoyado por el marketing multinivel. La moneda dará a los titulares beneficios directos e indirectos dentro del ecosistema de Gaussllc.com.

5.3.2 Propuesta de valor de mercado

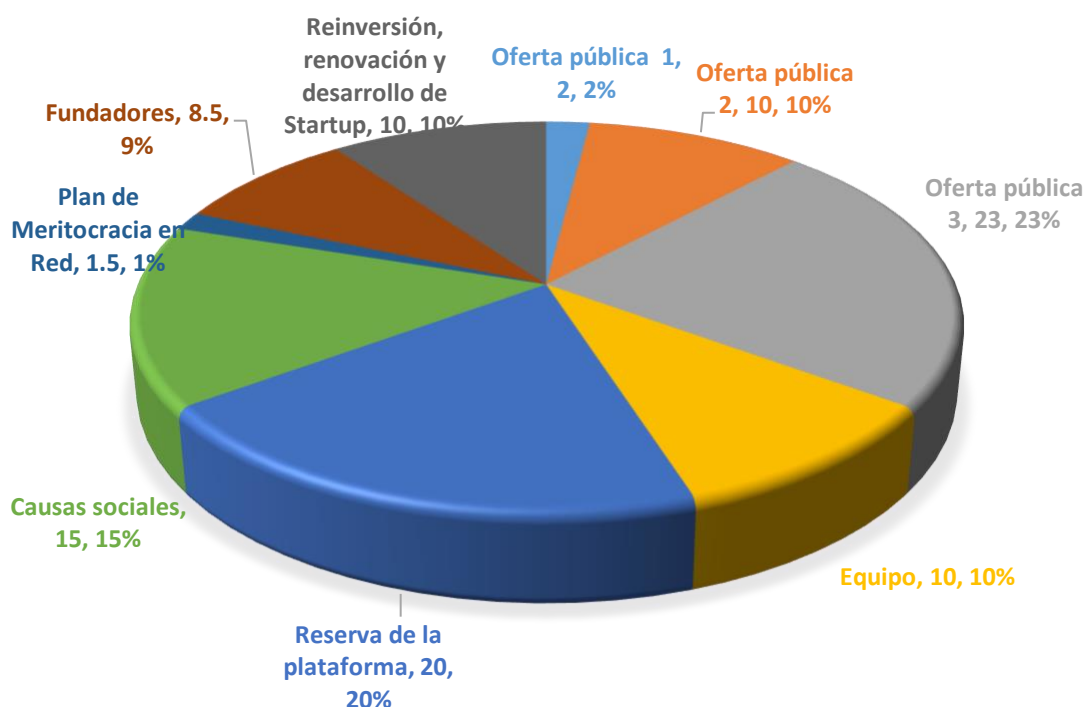
Nuestra propuesta de mercado es realmente ambiciosa, tanto en términos ecológicos como en términos financieros para todos nuestros miembros. Disponemos de recursos reales: reservas de combustible producidas en nuestras centrales. Cada GaussCoin se sustenta en las reservas de combustible producidas en nuestras plantas a partir del uso de plástico usado.

5.3.3 Rendimiento del proyecto

Todos los proyectos y su rendimiento contribuirán a la valoración de la moneda, ya que los beneficios se redistribuirán al ecosistema y luego se quemarán para aumentar el valor de la moneda.

5.3.4 Emisión de monedas y su distribución

Se emitirán 500 millones de monedas a un precio equivalente a 0,25 dólares por moneda. Se distribuirán según los siguientes 9 grupos:



6. Conclusión

Los sistemas de cálculo de las comisiones muestran claramente los argumentos que apoyan el concepto de llevar a cabo operaciones basadas en el modelo de negocio comentado. En realidad, cualquier empresa nueva difícilmente podría aportar un crecimiento tan rápido de los ingresos y, al mismo tiempo, eliminar los riesgos asociados a la necesidad de invertir capital.

Según el Departamento de Trabajo de EE.UU. y la Organización de Ventas Directas, la probabilidad de ganar 100.000 dólares en el mismo periodo y con el mismo esfuerzo es cinco veces mayor en el marketing de red que en cualquier otra actividad comercial típica. Sin embargo, hay que recordar que, para poder poner en marcha un verdadero plan de marketing, es necesario tener en cuenta una serie de factores que están presentes en el entorno. Tampoco podemos olvidar el hecho de que las reglas del mercado afectan de la misma manera a las actividades comerciales típicas, a las franquicias y a las organizaciones MLM.

Operar sobre la base de la distribución de marketing multinivel debe requerir siempre un análisis y una evaluación en profundidad de la capacidad de alcanzar el éxito. Este enfoque meticuloso y analítico también debería proteger contra el riesgo de unirse a un esquema piramidal, que a menudo es misteriosamente similar al MLM. El hecho de contar con una sólida garantía para nuestra moneda, es decir, combustible procedente de reservas probadas y certificadas, demuestra la seriedad y profesionalidad de GAUSS. De este modo, podemos iniciar una increíble aventura sin correr riesgos sustanciales, potenciando su negocio y aumentando sus posibilidades de ganar dinero en esta ágil y sólida plataforma de Marketing Multinivel.

7. Referencias

2021. [online] Available at: <<https://www.unep.org/interactive/beat-plastic-pollution/>>
2021. [online] Available at: <<https://www.wartsila.com/energy/explore-solutions/engine-power-plants/liquid-fuel-power-plants>>
- Botsman, Rachel. "We've Stopped Trusting Institutions and Started Trusting Strangers," TED: Ideas worth spreading, June 2016
- Buterin, V., n.d. [online] Blockchainlab.com. Available at: <https://blockchainlab.com/pdf/Ethereum_white_paper-a_next_generation_smart_contract_and_decentralized_application_platform-vitalik-buterin.pdf> [Accessed 11 September 2021].
- Casey, Michael; Vigna Paul. The Age of Cryptocurrency: How Bitcoin and the Blockchain Are Challenging the Global Economic Order. January 2016
- Environment. 2021. *Plastic pollution facts and information*. [online] Available at: <<https://www.nationalgeographic.com/environment/article/plastic-pollution>>
- Johnson, Steven. "Beyond the Bitcoin Bubble". The New York Times Magazine, 16 Jan 2018
- Plastic Bank - Empowering the World to Stop Ocean Plastic. 2021. *Empowering the World to Stop Ocean Plastic - Plastic Bank*. [online] Available at: <<https://plasticbank.com/>>
- Plasticseurope.org. n.d. *What are plastics*. [online] Available at: <<https://www.plasticseurope.org/en/about-plastics/what-are-plastics>>
- Tapscott, Don; Tapscott Alex. Blockchain Revolution: How Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World
- Vigna, Paul; Casey, Michael. The Truth Machine: The Blockchain and the Future of Everything. February 2018
- Lewis, Nathan. Gold: The Final Standard. May 2017
- Lewis, Nathan. Gold: The Once and the future money. May 2007