



Facultad de Ciencias Económicas

TESINA

Los NFTS en el Mercado Argentino
Potencial y Futuro

Argentina 2020-2022

Alumno: Vizio, Rodrigo Alan
ID: 16-2294
Carrera: Licenciatura en Comercialización (305)
E-mail: rodrigoa.vizio@comunidad.ub.edu.ar
Turno: Noche
Tutor: Prof. Carlos J. Cuniolo (Leg. 30.060)

INDÍCE:

ABSTRACT:	3
INTRODUCCIÓN:	3
PREGUNTA de INVESTIGACIÓN:	3
OBJETIVOS:.....	4
OBJETIVO GENERAL:	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	4
MARCO TEÓRICO:	4
PALABRAS CLAVES:	5
METODOLOGÍA:	6
CAPÍTULO 1: NFTS en el MERCADO MUNDIAL:	7
CAPÍTULO 2: Analizar cómo generar Rentabilidad mediante NFTS:	8
CAPÍTULO 3: NFTS como Método de Merchandising / Arte Digital en las Empresas: ..	10
CAPÍTULO 4: Utilización de NFTS para Retener un Cliente:	17
CAPÍTULO 5: NFTS para Invitaciones, Entradas, Pasajes y Pases VIP:	19
CAPÍTULO 6: NFTS de las Marcas para Promoción en el Metaverso:	25
CAPÍTULO 7: Utilización de NFTS para darle Beneficios a los Clientes:	27
CAPÍTULO 8: Analizar los NFTS en la Logística de los Productos:	29
CONCLUSIÓN:	31
LINEAS FUTURAS de INVESTIGACIÓN:	32
BIBLIOGRAFÍA:	32

ABSTRACT:

Se analizó el potencial de los NFTS en el Mercado Argentino, como se los pueden utilizar para la retención de Clientes hacia una Empresa y como también darle una utilización en las Empresas para potenciar las ventas y generar rentabilidad mediante no fungible Tokens.

INTRODUCCIÓN:

En la actualidad podemos ver como los NFTS están siendo muy importantes en el mundo y la cantidad de capital que manejan, Empresas como Disney, nba y otras están utilizando actualmente para generar rentabilidad y darles beneficios únicos a los propietarios.

Una de las funciones que se podrían usar y de uso actual es la de tener invitaciones mediante NFTS, gracias a esto son imposibles de falsificar, ya que todo movimiento sobre el mismo quedará informado en la Blockchain. Esta nueva modalidad está atrayendo mucho público a Empresas que quieran achicar costos y maximizar la rentabilidad mediante estos NFTS.

Algunas Empresas en la actualidad buscan como poder retener a un Cliente durante un plazo de tiempo más amplio y una de las alternativas que están utilizando actualmente es la de ofrecer un NFT exclusivo, para acceder a descuentos y merchandising exclusivo.

Otro aspecto a tener en cuenta es la seguridad que transmite la Tecnología Blockchain y garantizarle al Cliente la autenticidad del producto o servicio.

El uso de los NFTS presenta oportunidades y desafíos para el Mercado argentino, por el cual no solo Clientes de este Mercado puedan asociarse si no los de todo el mundo, ya sean de Latinoamérica o del resto del mundo.

PREGUNTA de INVESTIGACIÓN:

Dada la introducción, podemos evaluar los beneficios que tienen los nfts en el mercado y como podrían ofrecernos mejores soluciones a problemas como son la falsificación de entradas entre otras cosas, gracias a la tecnología blockchain que garantiza una mayor seguridad.

La pregunta que se desprende de esta Investigación es:

¿Las Empresas en el Mercado Argentino pueden beneficiarse de los NFTS?

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar la incorporación de los NFTS en el Mercado Argentino.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Estudiar los NFTS como método de Merchandising/Arte digital en las Empresas
- Observar el Uso de los NFTS en la Logística de los Productos
- Relevar la generación de Rentabilidad mediante NFTS
- Expresar la utilización de NFTS para convertir a un Cliente en un Cliente retenido.
- Establecer los NFTS para Invitaciones, Entradas, Pasajes y Pases VIP
- Relacionar los NFTS de las Marcas para poder Promocionarse en el Metaverso
- Analizar la Utilización de NFTS para darle beneficios a los Clientes.

MARCO TEÓRICO:

¿Qué son los NFT?

El significado de las siglas NFT viene de no fungible Tokens o también llamados Tokens no fungibles que significa que no puede ser intercambiado por otro, debido a que posee características únicas, distintas a todos los demás Tokens, para traerlo un poco a la realidad podríamos poner el ejemplo de un diamante, vos me podrías decir que hay muchos diamantes pero la realidad es que ningún diamante es idéntico al otro por eso es que lo hace tan especial.

Según Juan Merodio, Youtuber, fundador de TEKDI y premiado como “The Best Influencer” por la Revista Forbes en el año 2019. Dice que los NFT son:

Un NFTS es un Activo Criptográfico que está creado, usando la Tecnología Blockchain, cada NFTS es un Archivo Digital que no puede ser replicado:

Estos Tokens representan un activo único en la red Blockchain, el cual puede ser completamente digital o simplemente una versión digitalizada de un activo en el mundo real. Como vimos no pueden ser intercambiados entre sí, además de ser imposibles de falsificar, debido a esto

funcionan como certificados de propiedad virtuales, los cuales están revolucionando el mundo del arte y los derechos de autor. Estos Tokens pueden ser un Gif, Arte, Videos, Coleccionables, Avatares Virtuales ó Música, incluso los Tweets cuentan, el cofundador de Twitter Jack Dorsey vendió su primer Tweet convertido en NFTS a \$ 2.9 millones. Estos activos no siempre son únicos, en el Caso de los más caros sí, pero también existen obras o piezas que son limitadas.

PALABRAS CLAVES:

Hard Wallet: Una "hard wallet" es un dispositivo de almacenamiento en frío o "cold storage" que se utiliza para almacenar Criptomonedas de forma segura. Una hard wallet se diferencia de una "hot wallet" que se encuentra en línea y está conectada a Internet, haciéndola más vulnerable a los ataques. Una hard wallet funciona como un dispositivo USB y es independiente de Internet, lo que la hace más segura para el almacenamiento a largo plazo de activos valiosos como Criptomonedas.

Hot Wallet: Una "Hot Wallet" es un tipo de Billetera o Monedero Digital, que se utiliza para almacenar Criptomonedas y se encuentra en línea y conectada a Internet. Es un término que se refiere a una billetera que está en línea y disponible para su uso en cualquier momento, lo que la hace conveniente para transacciones diarias o frecuentes. Sin embargo, debido a que está conectada a Internet, también es más vulnerable a los ataques y hackeos. Por esta razón, las Hot Wallets no son adecuadas para el almacenamiento a largo plazo de grandes cantidades de Criptomonedas. Las Hot Wallets pueden ser billeteras en línea, aplicaciones móviles o cualquier otro tipo de billetera que esté conectada a Internet.

Blockchain: Blockchain es un Registro Digital Distribuido y descentralizado, que se utiliza para almacenar y verificar transacciones. Cada bloque en la Cadena de Bloques contiene información sobre una serie de transacciones, y todos los Bloques están interconectados y encriptados de manera segura. Esta Tecnología permite un registro confiable y transparente sin la necesidad de intermediarios confiables, como bancos o corporaciones.

Además, debido a su diseño descentralizado, una Blockchain es resistente a la manipulación y la corrupción. La Tecnología Blockchain se utiliza ampliamente en el sector de las Criptomonedas, pero también tiene aplicaciones en otras áreas, como la contratación, la identidad digital y la Gestión de activos.

Smart Contracts: Un "Smart Contract" es un acuerdo digital autoejecutable que se basa en reglas y condiciones previamente acordadas entre las partes. Un smart contract está escrito en código y se ejecuta automáticamente cuando se cumplen ciertas condiciones, sin la necesidad

de intermediarios. Una vez que se ha implementado, un smart contract no puede ser modificado ni manipulado.

Esto significa que los smart contracts ofrecen una mayor transparencia y seguridad en comparación con los acuerdos tradicionales. La Tecnología de smart contracts se utiliza en Blockchain y se utiliza comúnmente en aplicaciones como la contratación, el seguimiento de la Cadena de suministro y la Gestión de activos.

Metaverso: El "Metaverse" es un término que se refiere a un universo virtual colectivo y generalmente en línea, en el que los Usuarios pueden interactuar entre sí y con entornos y objetos virtuales en tiempo real. Es una combinación de realidad virtual, realidad aumentada y mundos virtuales en línea que crean una experiencia Inmersiva y Sintética. Los Usuarios pueden crear, experimentar y participar en una amplia gama de actividades y entornos virtuales, desde videojuegos hasta simulaciones sociales y comerciales. El Metaverso es un concepto que se está desarrollando rápidamente y se espera que tenga un impacto significativo en la Tecnología, la cultura y la economía en el futuro.

WEB 3.0: La "Web 3.0" es un término que se refiere a la tercera generación de la World Wide Web y representa una evolución hacia una web más inteligente, descentralizada y semántica. La Web 3.0 se basa en la Tecnología Blockchain y se espera que permita una mayor interconexión de datos, una experiencia de Usuario más personalizada y una mayor privacidad y seguridad para los Usuarios. En la Web 3.0, los Usuarios serán dueños de sus datos y tendrán un control mucho mayor sobre su privacidad y seguridad en línea. Además, se espera que la Web 3.0 permita una mayor interacción entre aplicaciones y Plataformas, lo que a su vez impulsará una mayor innovación y colaboración en línea. La Web 3.0 todavía se encuentra en sus primeras etapas de desarrollo, pero se espera que tenga un impacto significativo en la Tecnología, la cultura y la economía en el futuro.

METODOLOGÍA:

Se trata de una investigación de tipo caso que utiliza una combinación metodológica basada en el marco teórico para lograr mayor precisión en los resultados obtenidos. La investigación es del tipo exploratorio/descriptivo, con un enfoque mayoritariamente cualitativo y un trazado no experimental/transversal que se enfoca en un período temporal específico. Los resultados obtenidos no serán generalizables y se referirán exclusivamente a los temas abordados.

En cuanto a las muestras, se trata de una selección intencional y de foco, no probabilística, que dependió totalmente del criterio del investigador. El estudio se centra en los NFTs en el mercado argentino y busca analizar su impacto y relevancia en este contexto.

CAPÍTULO 1: NFTS en el MERCADO MUNDIAL:

El Valor de los NFTS:

NFTS el primer proyecto de este tipo es conocido como Etheria, se lanzó en octubre de 2015 con solo tres meses de diferencia de ser lanzado el Blockchain de Ethereum. Los 457 mosaicos hexagonales no se vendieron hasta el 13 de marzo de 2021, cuando se despertó el interés en los NFTS desatando un frenesí de compras, en solo veinticuatro horas todos los mosaicos se vendieron por un total de \$1.4 millones. Aun así Quantum es considerado como el primer NFT de la historia, una obra de Kevin MacCoy creada el 3 de mayo de 2014.

Para que tengamos una idea del éxito de los NFTS y del capital que manejan voy a poner unos ejemplos de los NFTS más valioso de toda la historia.

Everydays: The First 5.000 Days de Beeple:

El 11 de marzo de 2021 se realizó la venta de un collage digital del artista Beeple, llamado "Everydays: The First 5.000 Days", la obra fue comprada por un coleccionista de Singapur por unos 69.34 millones de dólares convirtiendo a Mike Winkelmann en uno de los artistas más caros del mundo. El collage de imágenes cuenta con más de cinco mil imágenes digitales que Beeple había ido realizando durante cinco mil días seguidos.

Tweet de Jack Dorsey:

Tweet de Jack Dorsey Jack Dorsey Ceo de Twitter y creador de la red social, decidió vender en marzo de 2021 el primer tweet de la red social convertido en un NFT. Para ello lo coloco en venta con una puja inicial de 2.5 millones de dólares. El Tweet fue vendido a una suma final de 2.9 millones de dólares a Sina Estavi, CEO de Bridge Oracle. De los 2.9 millones únicamente Twitter se quedó con un 5%. El resto fue donado a Give Directly para combatir los efectos del coronavirus en África.

CryptoPunks Larva Labs:

CryptoPunks Larva Labs Los Punks de Larva Labs se lanzaron en 2017 y pueden ser considerados como algunos de los primeros NFTS en internet. Son coleccionables, diseños pixelados con moda "punk" y con versiones de todo tipo, hay alrededor de diez mil disponibles

en la colección pero, como en cualquier tipo de obras hay algunos más raros y caros. No existen dos CryptoPunks iguales, cada uno es diferente y cada uno es propiedad de una sola persona que puede vender, comprar o pujar utilizando el sistema Blockchain. El Cryptopunk numero #7804 se vendió por un precio de 7.57 millones de dólares. También ese mismo día se vendió el numero #3100 por 7.58 millones de dólares. Son los más caros y dos de los NFTS más valiosos hasta el momento.

Empresas que actualmente usan NFTS:

- Correos
- Coca-Cola
- Louis Vuitton
- Pringles
- Taco Bell

<https://marketing4ecommerce.net/correos-coca-cola-louis-vuitton-como-las-grandes-Marcas-utilizan-los-NFT-en-marketing/>

Estas son algunas de las Empresas más conocidas que lanzaron NFTS obviamente también tenemos el caso de Disney, nba entre otras.

Personas como Lionel Messi también lanzo sus NFT, en el Caso de Argentina tenemos al Candidato para presidente y actual diputado Javier milei.

CAPÍTULO 2: Analizar cómo generar Rentabilidad mediante NFTS:

Porcentaje en los Smart Contracts para el Creador:

En este Capítulo voy a hablar de cómo las Empresas podrían generar rentabilidad mediante los NFTS por comisiones en los Smart contracts, cada NFT tiene un contrato inteligente que es creado por el artista donde puede poner condiciones como la de recibir un 5% de cada transacción que se haga, no estamos hablando del propietario del NFT, si no del creador del NFT, no porque vos seas el propietario quiere decir que ese porcentaje sea tuyo si no que está destinado al creador, por este motivo se me ocurrió el de que las Empresas puedan poner esa condición en el contrato así aunque el NFT ya no sea propiedad de la Empresa y haya sido vendido cada transacción que se haga la Empresa seguirá recibiendo esos porcentajes pongamos un ejemplo:

“coca cola le vende un NFT a \$ 1.000 dólares a Raúl, Raúl ahora es propietario del NFT, con el paso del tiempo el NFT se revaloriza y vale \$ 5.000 entonces Raúl se lo vende a Camila por \$ 5.000 en el smart contract esta como condición que el 5 % del valor de la transacción sea para la Empresa entonces Raúl recibe \$ 4.750 y coca cola los \$ 250 restantes, haciendo que la Empresa reciba ganancias sin hacer absolutamente nada solo por la comisión de su NFT”.

Con este ejemplo podemos ver la rentabilidad que tendría la Empresa en el caso de una transacción, pero solo imagínense todas las transacciones que se hacen por día con los NFTS y que de cada transacción se quede el 5 %, tendríamos ingresos pasivos y en el caso que el NFT pierda valor por alguna razón no tendríamos pérdida alguna ya que el propietario tendría que hacerse cargo de soportar esa pérdida.

Ejemplos de cómo se pueden utilizar los porcentajes en smart contracts:

Comisión de venta: Un porcentaje de cada venta de un NFT se puede asignar a una dirección de smart contract específica como una forma de recompensar a los desarrolladores o mantenedores del contrato.

Royalties: Un porcentaje de las ventas futuras de un NFT se puede asignar a un creador original o propietario, como una forma de compensación por su contribución a la obra.

Fondos comunitarios: Un porcentaje de cada venta de un NFT se puede destinar a un fondo comunitario para financiar proyectos o iniciativas en un ecosistema NFT.

Dividendos: Un porcentaje de las ganancias generadas por un proyecto NFT se puede distribuir entre los titulares de Tokens NFT asociados con el Proyecto.

Fondos de marketing: Un porcentaje de las ventas de NFTs se puede destinar a un fondo de marketing para promocionar el proyecto y aumentar la visibilidad del ecosistema NFT.

Liquidación de riesgo: Un porcentaje de las ventas de NFTs se puede asignar a un fondo de liquidación de riesgo para proteger a los compradores contra pérdidas inesperadas o incumplimiento de contrato.

Fondos de caridad: Un porcentaje de las ganancias generadas por un NFT se puede destinar a una organización benéfica o causa social.

Descuentos: Un porcentaje de descuento en las compras futuras se puede ofrecer a los titulares de NFTs específicos como una forma de incentivar la participación en un ecosistema NFT.

Financiamiento de Proyectos: En el momento que se lanzan los NFT con alguna utilidad pueden ser para futuros proyectos como en el caso de los restaurants que mandan a la venta los NFT antes de que se cree el restaurant.

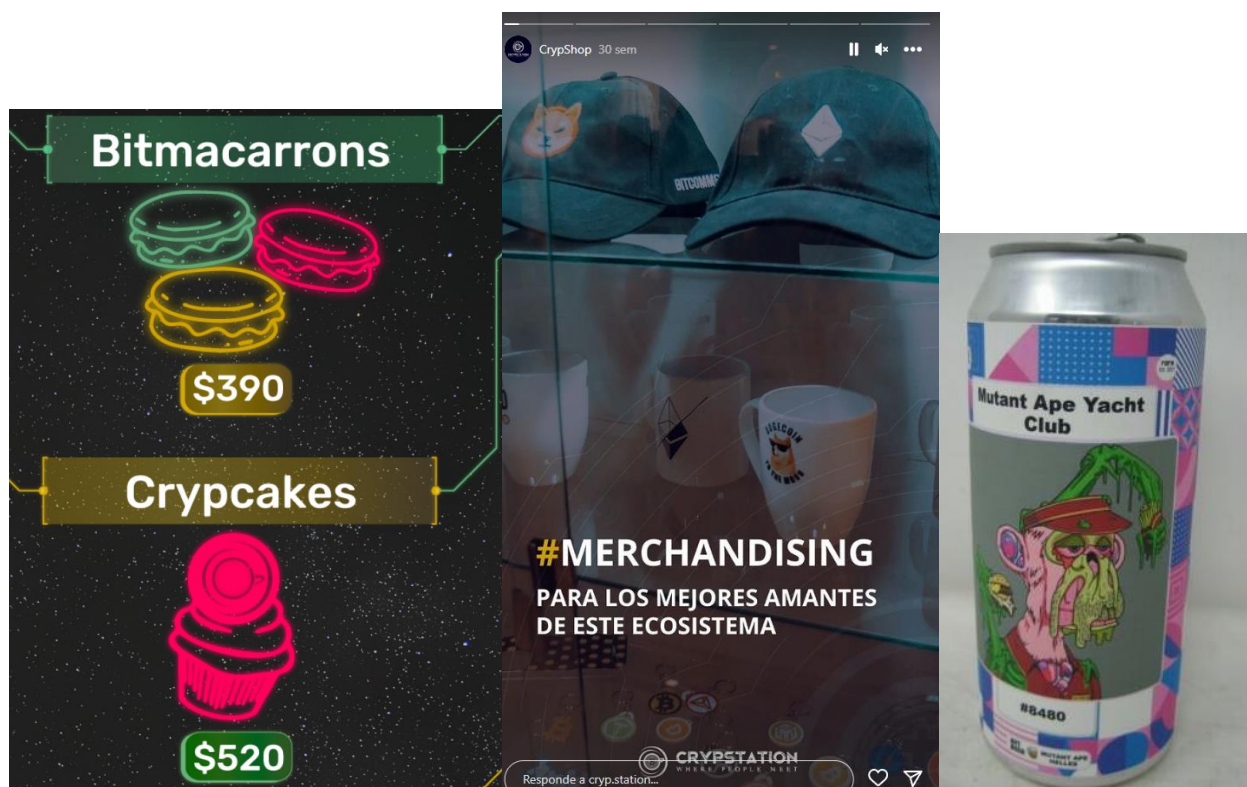
CAPÍTULO 3: NFTS como Método de Merchandising / Arte Digital en las Empresas:

Se me ocurrió que se podría realizar merchandising con NFTS sobre la Empresa, ya es habitual ver por la calle gente vistiendo con ropa y fotos de bitcoin. Una de las Empresas aca en argentina que utilizo la fama de los NFTS para hacer merchandising es la de strange brewin es un pub ubicado a cuadas de vortexix donde las latas tienen un estilo único y particular donde se pueden encontrar fotos de los ape yatch club que son una de las colecciones más famosas por los fanáticos de las Criptomonedas , esta táctica de marketing hizo que mucha gente de la comunidad crypto fuera al lugar a tomarse una cerveza y sacarse foto con la lata , además muchas personas se llevan la lata para coleccionarla ya que les gusta el diseño.

Entonces una Empresa podría lanzar sus NFTS y después hacer diseños con esos NFTS para atraer a un nuevo público, desde llaveros, imanes, remeras todo tipo de productos.

Otro caso es el de los bares temáticos donde están poniendo tragos con nombre de Criptomonedas y donde en las pantallas se pueden ver el precio de las Criptomonedas más conocidas.

El caso de Crypstation también usa su menú con nombres creativos como los de bitmacarrons y crypcakes para atraer a este público amante de las Criptomonedas y los NFT.



Pixar:

Uno de los casos más conocidos es el de Pixar que lanzo sus NFT y se vendieron todos en menos de 24 horas estamos hablando de 54.995 piezas.

Los NFT de Disney Pixar "Pals":

La muestra consistía en **personajes y momentos icónicos de la historia de Pixar Animation Studios**. Entre los más destacados, se encontraban:

- Woody, de Toy Story
- Mike Wazowski, de Monsters Inc.
- Rayo McQueen, de Cars
- La Casa de Up
- Edna Mode, de Los Increíbles

Los Usuarios compraron sus NFT a través del método **Caja Ciega**, es decir que recibieron un coleccionable al azar como parte de la Colección, el cuál solo conocerán una vez confirmado el Pago del mismo.

El precio de lista de cada NFT de Pixar equivalía a 60 Gems (u\$s60). Si se multiplica la colección vendida por su precio de GEM listado, se estima que la muestra digital alcanzó una cifra cercana a los u\$s 3,3 millones.

Según Cointelegraph, estos activos de Pixar ya se venden por hasta 350 Gems en el Mercado Secundario.

Los NFT en VeVe se acuñan actualmente mediante la Red **GoChain**. Según sus desarrolladores, la Cadena de Bloques es ágil, amigable con el medio ambiente y 100 % compatible con Ethereum.

(<https://www.iproup.com/economia-digital/30141-NFT-pixar-disney-lanzo-oficialmente-sus-Tokens-y-ya-se-agotaron>)

CASO LEO MESSI:



La Pulga lanzó "Messiverse", una serie de obras cripto que fueron diseñadas por BossLogic e Impossible Brief y se pueden encontrar de manera exclusiva en la Plataforma Ethernity Chain.

Lionel Messi lanzó una colección de Tokens NFT (Non-fungibles Tokens) llamada "Messiverse". La misma está compuesta por cinco obras de arte digital. Se pueden comprar en la Plataforma Ethernity Chain y son edición limitada.

El hecho de que sean Tokens no fungible se explica desde el concepto de que cada pieza es única y se maneja dentro de la Tecnología Blockchain (la misma que se usa para las Criptomonedas). Es decir, si bien cualquier Usuario puede seguir viendo cada obra, lo que se compra es la exclusividad de ser el dueño de alguna.

El nombre de las obras son "The golden one", "The man from tomorrow" (que otorga automáticamente la versión de "The man of the past" al comprador), "The King Piece" y "The magician".

THE GOLDEN ONE:

Pieza única que está siendo vendida en forma de subasta. Arrancó en 50 mil dólares y en un día ya superó el millón de dólares

THE MAN FROM TOMORROW:

En esta obra se puede ver a Messi como si fuese un superhéroe robótico con la camiseta del PSG. Se lanzaron 75 (ya se agotaron todas) con un precio de 10 mil dólares y a los compradores

se les otorgó también una edición con la camiseta del Barcelona titulada "The man of the past", que se traduce como "El hombre del pasado".

THE KING PIECE:

De esta obra se lanzaron 2500 al Mercado (también se agotaron todas) con un precio de 499 dólares.

THE MAGICIAN:

Esta fue la última en publicarse porque en primera instancia había sido anunciada como "obra a revelar". Finalmente el 20 de agosto se dio a conocer este diseño que muestra un busto de Messi y la Copa América. Esta fue la única creada por Impossible Brief y al igual que "The Golden One" se encuentra en subasta.

<https://ethernity.io/collection/lionel-messi-the-magician>

<https://www.tycsports.com/interes-general/lionel-messi-messiverse-Tokens-NFT-arte-digital-id367052.html>

Caso Javier Milei (Actual Diputado)



Se vendió el video NFT de Milei incendiando el Banco Central: 12 mil Dólares

El candidato creó su propio Token no fungible en Ethereum. Su valor de venta fue un 500% superior al inicial.

El NFT se llama "Revolución Libertaria" y consiste en una animación de un billete de 1.000 pesos con una imagen del Banco Central en el reverso. Milei se muestra entre llamas haciendo explotar a la entidad oficial. La secuencia animada continúa con la autoridad monetaria ardiendo hasta explotar en cientos de escombros para dar paso a la cara del candidato gritando "viva la libertad, carajo" para formar un nuevo billete de 1 peso con su figura.

El valor inicial del NFT se había posicionado en 0.5 ETH (Ethereum), lo que equivalía antes de las elecciones a unos 2 mil dólares. Finalmente, se vendió

La subasta estuvo vigente en el sitio hasta el 11 de septiembre, el día anterior al que se realizaron las PASO de este año, que habían sido pospuestas por la situación de pandemia en el país.

OpenSea es el Mercado más grande de Tokens no fungibles, y allí se vendió el de Milei. El precio final fue de 3.8 ETH. Considerando el valor inicial, que era de 0.5, el precio subió un 500%.

https://www.clarin.com/tecnologia/vendio-video-NFT-milei-incendiando-banco-central-12-mil-dolares_0_tRhRQpo93.html

Caso la Llama que llama



Vuelve La llama que llama, en forma de NFTs

Ramiro Agulla y Carlos Baccetti anunciaron el lanzamiento de un proyecto inspirado en La llama que llama. Se trata de La Llama P.I.C. (POLITICALLY INCORRECT CLUB), una colección de 10.100 NFTs con un precio base de US\$ 300.

En un evento con fuerte presencia de emprendedores cripto, se anunció un regreso inesperado. La llama que llama vuelve, aunque en un formato totalmente distinto al original. El proyecto se llama La Llama P.I.C. (POLITICALLY INCORRECT CLUB) y se trata de una colección exclusiva de NFTs. Además, también marca el regreso del dúo creativo que marcó la década de 1990 Ramiro Agulla y Carlos Baccetti.

El anuncio del lanzamiento de los NFTs de "las llamas" se realizó en el MALBA. Al evento asistieron varios emprendedores cripto del país que están realizando proyectos con Blockchain. Sin embargo, el foco se centró en los dos protagonistas de la noche. Ramiro Agulla y Carlos Baccetti tomaron el escenario para recordar anécdotas y explicar en qué consiste La Llama P.I.C. (POLITICALLY INCORRECT CLUB).

Caso Verónica de la Canal (SeSocio)



La Plataforma de inversiones online SeSocio, anunció en septiembre pasado la apertura de una primera versión de su Market Place donde la comunidad de Usuarios tendría la capacidad de comprar y vender estos Tokens. Ahora, ese sueño se hace realidad.

La Empresa de finanzas personales, que fue recientemente adquirida por la multinacional Blockchain.com, confirmó el lanzamiento oficial de su servicio de NFT's.

Este sitio funcionará como una nueva unidad de negocios dentro de la Plataforma y busca aprovechar el furor actual que generaron los Tokens no-fungibles en el país y en la región.

Sobre el Market Place de SeSocio:

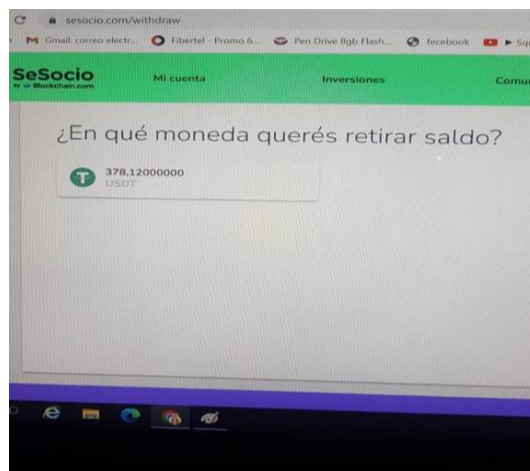
Estos activos son tan diversos que hasta el propio ranking de más buscados del flamante Market Place es muy heterogéneo. En él, puede encontrarse frases icónicas de cumbia, un Token del sello Garra Records, obras de Cryptoart como "Grafiteando las paredes de las redes sociales" y una colección de Verónica de la Canal junto a Fabián Vizio, que desarrollan obras hechas por completo con la herramienta Paint, de Microsoft.

Los precios de los activos también son variados, algunos van desde 70 USDT, como el caso de la obra visual de Toska, y otros llegan hasta los 500 USDT, en el caso del NFT de Garra Records "Ay Amor", que condensa la famosa frase del cantante santafesino de cumbia Leo Mattioli.

En Caso de querer Comprar y Vender NFT's a través del Market Place de SeSocio.com solo hace falta crearse un Usuario gratuito en el sitio y contar con una billetera virtual asignada.

<https://www.iproup.com/economia-digital/29121-sesocio-lanza-su-propio-marketplace-de-NFT-como-entrar>

Este último caso lo quise usar ya que Fabian Vizio es mi padre y fue el creador de los NFTS, gracias al Market Place de SeSocio Verónica de la Canal pudo vender su arte digital a sus fans, es algo que no tenía previsto pero le fue rentable y fue una manera de poder ampliarse al mundo de los NFTs mientras seguía con su profesión que es diseñadora de moda. Las obras vendidas fueron 2, una vendida en 200 usdt y la otra en un total de 180 usdt.



CAPÍTULO 4: Utilización de NFTS para Retener un Cliente:

Como sabemos hay muchos Clientes satisfechos pero no todo Cliente satisfecho implica un Cliente retenido, ni toda insatisfacción significa una no retención o pérdida del Cliente.

		RETENCIÓN	
		Retenidos	No Retenidos
SATISFACCIÓN	Satisfechos	Satisfechos Retenidos Vuelven a Comprar	Satisfechos No Retenidos No Regresan a Comprar
	Insatisfechos	Insatisfechos Retenidos Vuelven a Comprar	Insatisfechos No Retenidos No vuelven a Comprar

Satisfacción de los Clientes: Lic. Gustavo Vivas Marquez

Como podemos ver en el Cuadro hay Clientes que son Retenidos pero están Insatisfechos.

Lo principal que tienes que entender, es que conseguir un Cliente nuevo cuesta 5 veces más que Retener a uno.

La retención de un Cliente es un concepto complejo, cargado de esfuerzo debido a las crisis constantes y a los posibles competidores que cada vez se preparan más y mejor, buscan nuevas y novedosas alternativas de negocio basadas en estudios más profundos y concretos, aplicando las nuevas Tecnologías a su alcance para un desarrollo mejor del negocio.

La estrategia de retención no solo consta de puntos, regalos, descuentos, recompensas, sino de la forma en que los procesos, Tecnologías, ideas e interacciones que la Empresa establece para llevar a cabo una vinculación del consumidor con la Marca. Cuanto más profunda y estable sea esa vinculación, más posibilidades existirán de alcanzar la retención del Cliente y mayores serán las posibilidades del negocio.

Se me ocurrió que se podría usar la implementación de los NFTS para convertir a ese Cliente en un Cliente retenido, mediante el obsequio de un NFT con su compra. En el presente vemos como Empresas para convertir a un Cliente en un Cliente retenido le dan regalos como cupones de descuentos o alguna carta de agradecimiento con su nombre para que el Cliente se sienta que es importante. Empresas como Adidas están implementando que con la compra de una zapatilla te lleves también un NFT de esa misma zapatilla para que el Cliente se sienta más importante y además en el caso de que el NFT de la zapatilla se revalorice tenga un incentivo económico.

Caso de Lemon Cash



Lemon lanzó, una de las Colecciones de NFT más grandes del Mundo.

Los Usuarios podrán descubrir gratis su primer NFT propio dentro de la app y compartirlo en sus redes sociales desde su perfil Lemon.me. La iniciativa es un paso más de Lemon hacia el futuro de Web3 y el Metaverso.

La billetera crypto Lemon Cash lanzó Lemon Nation, una de las colecciones de NFTs más grandes del mundo. Cada uno de los Usuarios va a poder desbloquear su propio Lemmy NFT, un avatar único. Con más de un millón de Usuarios, Lemon se prepara para alojar una de las colecciones de NFT (Token no fungible) más grandes del mundo.

Lemon se mete a pleno en el Metaverso y, en esta primera etapa del lanzamiento, recibieron su Lemmy NFT los Usuarios que más usaron la Lemon Card en los 20 días previo al anuncio. Dicho anuncio se realizó el pasado 2 de agosto a través de un stream en YouTube y un vivo en Instagram donde Marcelo Cavazzoli, CEO de Lemon, dialogó con Santiago Maratea y Olivia Goldschmidt. Más de 70.000 espectadores fueron parte del anuncio en vivo.

En los próximos días, el lanzamiento estará disponible para el público general. Los Usuarios de Lemon celebraron la posibilidad de contar con su primer NFT: en tan solo 6 horas más de 30.000 Usuarios lo revelaron en la app y el hashtag #LemonNation fue tendencia n°5 en Twitter Argentina.

Millones de Lemmy NFT:

Por su parte, Lemon Nation es una iniciativa que busca convertir a cada Usuario de Lemon en propietario de un NFT. Hasta hoy tenían junto a su \$Lemontag un avatar estándar. Ahora pueden acuñar su NFT para revelar su Lemmy, que los representará en la Web3 y en el Metaverso.

Cada Lemmy NFT es único, creado de forma aleatoria con más de 100 millones de combinaciones posibles. Hay Lemmys de todo tipo, cada uno con características especiales. Alcanza con solo tener cuenta en Lemon para acceder gratuitamente a uno.

<https://www.ambito.com/negocios/NFT/lemon-lanzo-una-las-colecciones-mas-grandes-del-mundo-n5506768#:~:text=Los%20NFTs%20son%20bienes%20digitales,est%C3%A1n%20alojados%20en%20la%20Blockchain.>

CAPÍTULO 5: NFTS para Invitaciones, Entradas, Pasajes y Pases VIP:

En este Capítulo voy a hablar, de cómo se pueden usar los NFTS como entradas, invitación y pases vip. Una de las ideas que están teniendo muchas Empresas en el momento es la de hacer entradas para eventos mediante NFTS.

Según Damián Di Pace, Economista y Director de la Consultora Focus Market, indica que “Gracias a la Tecnología Blockchain permitirá darle fin a las falsificaciones y reventa de entradas para espectáculos. Ofrecen una Tecnología que genera prueba de autenticidad ya que se guardan en una Cadena de Bloques.”

El mismo mecanismo se puede aplicar colocando los boletos en la Cadena de Bloques, lo cual garantizaría la autenticidad del mismo y si está siendo vendido por un organizador legítimo.

Aplicaría si quisiéramos comprar entradas en Argentina para ir a ver, por ejemplo, a los "Guns N'Roses"

Reventa Vía NFT:

Di Pace describe que estos tickets NFT también tienen un potencial de ser aprovechados en el Mercado Secundario de venta de entradas.

"Se puede aplicar un precio mínimo o un precio máximo en una Cadena de Bloques a través de contratos inteligentes. Es decir, que si se acerca la fecha del recital yo no puedo concurrir y quiero revender mi entrada, sería una gran solución".

De hecho, de acuerdo a un Estudio, el 18 % de los Eventos con Boletos están usando o consideran usar NFT para "mejorar la experiencia de sus fanáticos", sintetiza el Economista.

<https://www.iproup.com/finanzas/31293-NFT-que-son-y-como-se-usan-para-comprar-y-vender-entradas#:~:text=NFT%3A%20la%20nueva%20tendencia%20en%20los%20espect%C3%A1culos&text=%22Esta%20tecnolog%C3%ADa%20permitir%C3%A1%20darle%20fin,Bloques%22%2C%20precisa%20el%20experto.>

Como podemos ver gracias a esta nota la utilización de los NFTS en entradas sería una solución muy eficaz para termina de una vez por todas con las falsificación.

Caso FlyFish Club



Si hasta hace no mucho parecía que los NFT's (activos digitales únicos que no se pueden cambiar entre sí, ya que no hay dos iguales) solo tendrían utilidad en el mundo del coleccionismo y del arte, ahora parece que estos Tokens no fungibles han encontrado también su lugar en el sector gastronómico: VCR Group acaba de anunciar que el año que viene abrirá en Nueva York FlyFish Club, el primer restaurante NFT del mundo.

Muchos se preguntarán de qué va esto o cómo puede funcionar un local así. Pues bien, el mecanismo es sencillo si tenemos en cuenta lo complicado que suena: se tratará de un restaurante de 1000 m2 exclusivo para socios, quienes accederán a él a través de la compra de un Token no fungible de Flyfish, un activo digital único almacenado en Blockchain y adquirido

mediante Criptodivisas. No hace falta decir que estará ubicado en una de las mejores zonas comerciales de Nueva York.

Los socios podrán acceder al restaurante a través de la compra de un Token no fungible de Flyfish.

Los que dispongan de este Token (que costará unos 13.600 dólares) podrán acceder a la Coctelería del local y al comedor en el que se servirá un menú de cocina Nikkei centrado en el pescado y también mariscos al estilo de Nueva Inglaterra, mientras que los Clientes más VIP (solo 14 personas que hayan invertido más de 29.500 dólares en Tokens) además podrán acceder a una sala omakase privada en la que se podrá degustar pescado fresquísimo seleccionado por un sushiman con estrella Michelin. **Los Tokens se podrán comprar, vender o incluso alquilar si el socio pasa unos días fuera de la ciudad.**

Lo sorprendente de toda esta historia es que nada más VCR Group anunció su proyecto, el nuevo restaurante NFT consiguió más de 1.000 membresías en menos de un minuto, recaudando 14 millones de dólares. La clave del éxito, más que el concepto del restaurante en sí, similar a cualquier emprendimiento relacionado con el lujo y la exclusividad, se debe a la posible revalorización de los Tokens, aunque la compañía espera que FlyFish Club realmente sea frecuentado por sus socios. "Nos abasteceremos y ofreceremos una experiencia de alto nivel con los ingredientes más frescos de todo el mundo. Los precios no serán para todos los públicos, pero tampoco van a ser prohibitivos", ha explicado Rodolitz, recordando que la comida y bebida que se consuma en el restaurante se pagará en dólares y no en Criptomonedas.

Lo que sí es cierto es este nuevo restaurante NFT abre una nueva vía de financiación para la Inauguración de un restaurant: conseguir dinero para la inversión antes de tener que desembolsarlo uno de su propio bolsillo, lo que implica menos riesgos para el Empresario. "Crea un modelo de ingresos completamente nuevo, le da a la gente el control y la propiedad sobre algo que nunca se ha hecho antes en una especie de club privado y creo que nos permite aportarle más valor a todos los que están involucrados en nuestro sistema. Nuestra situación financiera estará más saneada, por lo que nuestros proyectos serán más sostenibles y escalables en el tiempo", ha asegurado el CEO de Fly Fish.

<https://www.flyfishclub.com>

<https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20220202/8028553/asi-sera-primer-restaurante-NFT-mundo.html>

<https://youtu.be/VxVyqx4EvaU>

PASES VIP:

Dame Restaurant lanza una innovadora Membresía VIP NFT:

Dame, un restaurante de Greenwich Village, comenzó a vender una serie de NFTs de 1.000 dólares para unirse a su "Club de Hospitalidad Afable", que permite saltarse la cola para hacer una reserva.

"Las reservas se liberan online con 12 semanas de antelación a las 12 de la noche, pero los lunes no existen reservaciones"

Dame ofrece la posibilidad de unirse al Club de Hospitalidad Afable, que da a sus Miembros acceso a reservas para grupos de 2 y 4 personas hasta 2022, se lee en el sitio web de Front of House.

"Obtenga acceso a las mesas más difíciles de NYC, así como otros beneficios potenciales de la comunidad de Dame y Front of House".

Otros restaurantes que aparecen en Front of House son Hanoi House, Emmett's on Grove y Wildair Donut Friends, cada uno con un coleccionable digital que los Clientes pueden comprar y ver a través de una cartera Metamask, Coinbase Wallet o cualquier otra cartera que soporte Polygon y WalletConnect. La NFT de Dame es, de lejos, la más cara.

En cuanto al reparto de los ingresos, el restaurante obtiene el 80 por ciento de los ingresos de la venta de cada NFT, y el 20 por ciento va a Front of House -incluyendo los NFT negociados en los Mercados secundarios.

Los Juegos Olímpicos de París 2024 pueden incluir entradas NFT:

Las autoridades francesas han tomado nota luego de que entradas falsas arruinaran la experiencia de la final de la UEFA Champions League para muchos aficionados al fútbol.

Las entradas para los Juegos Olímpicos de París 2024 podrían venderse como NFT, ¡al menos eso es lo que recomienda el enviado olímpico del gobierno francés! El funcionario, Michel Cadot, cree que la Tecnología Blockchain es más segura que los sistemas tradicionales de emisión de boletos.

Como resultado, los asistentes recibirán sus boletos digitales a través de SMS y códigos QR solo unos días antes de que comience el evento.

¿Cómo funcionará el Sistema de Venta de Entradas?:

Todos los asistentes al evento deberían recibir su entrada como un código QR rotativo a través de la Tecnología Blockchain. Los organizadores de los Juegos Olímpicos enviarán las entradas NFT unos días antes del inicio del evento.

Además, los boletos NFT se activarán dentro de un cierto perímetro de la ubicación del evento. En definitiva, este sistema innovador debería reducir el riesgo de fraude de billetes.

<https://www.NFT-blog.it/es/2022/06/16/los-juegos-olimpicos-de-paris-2024-pueden-incluir-entradas-NFT/>

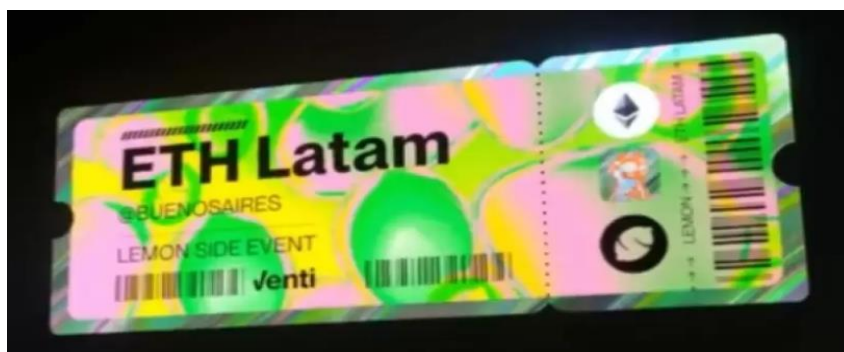
Venti y Lemon Cash:

En el Mercado Argentino tenemos a Venti que es la primera Ticketera Latinoamericana de Eventos Masivos en distribuir entradas con NFTs en la Región en Tiempo Real y encargada de llevar la Industria del Entretenimiento al siguiente nivel.

Lemon Cash, la billetera virtual que ofrece una tarjeta VISA para pagar con pesos o Criptomonedas, arranca la temporada de verano con una serie de beneficios en eventos musicales de Mar del Plata, Punta del Este y Córdoba bajo su programa “Hype”: un movimiento cultural y musical que conecta a las personas con el futuro de internet permitiendo a los Usuarios adquirir NFTs coleccionables de sus experiencias favoritas.

Las personas que compran sus entradas a través de la Ticketera Venti tendrán la posibilidad de revelar un NFT que podrán visualizarlo en su perfil lemon.me y comprarlas tanto en pesos o crypto gracias a la VISA Lemon Card. Además de recibir un % en Bitcoin por cada compra con la tarjeta, habrá descuentos seleccionados que van del 10% al 25% hasta agotar el stock.

Esta fusión de Empresas consiste en que el Cliente pueda comprar su entrada en formato NFT y después de realizar la compra la app de Lemon le envió un “Lemon drop” que se consigue solo cumpliendo algunos requisitos, ese Lemon drop consiste de un NFT que se podrá visualizar en tu perfil de Lemon.me esto quiere decir que mientras a mas Lemon Hype asistas más NFTs vas a coleccionar.





Flybondi lanzó los primeros Pasajes Tokenizados de Argentina, La aerolínea de cabotaje selló una alianza con TravelX, para ofrecer boletos aéreos en formato de "NFTickets".

Esta iniciativa que se basa en la Tokenización de los pasajes aéreos que ofrece la Empresa. Desde esta primera etapa de lanzamiento, los viajeros podrán transferir, revender a precio fijo o subastar los NFTickets, los cuales permiten el cambio de titular hasta tres días antes de la partida del vuelo.

Los compradores pasan a ser, gracias al certificado de la red, los "dueños" de ese pasaje, y quienes también lo pueden disponer de él como prefieran. Esto habilita luego un Mercado de reventa de pasajes, en el cual la aerolínea incluso cobrará un 50 por ciento por el excedente del precio al cual se revendió ese pasaje, tal como ocurre con los "royalties" en las obras de arte. Que estén Tokenizados permite reasignar el nombre del pasajero una vez comprado, que sea una transferencia segura, y posibilita que el pasaje pueda ser transferido o revendido a otra persona hasta tres días antes de la fecha de salida del vuelo.

La primera en adoptar esta Plataforma fue Flybondi, que tiene el 16% de los vuelos de cabotaje del país, que emitirá algunos pasajes en este formato, pero que en un mes adoptará esta nueva forma de impresión "al 100 por ciento". "Permitimos que las líneas puedan Tokenizar y que los viajeros sean los dueños de esos activos y poder hacer con ellos lo que quieran", asegura Lafosse.

De fondo está Blockchain, la Tecnología para garantizar que esto suceda, y que ya se usa en muchas otras Industrias donde se necesita una trazabilidad confiable del movimiento de elementos (en este caso, pasajes). Travel.xyz utiliza una llamada Algorand. "Blockchain te da una Tecnología segura, al ser un registro muy seguro de esas transacciones, permite estas transacciones automatizadas y con 100 por ciento de confiabilidad"

En rigor, lo que verán los Usuarios será una "billetera" de la aerolínea, donde estará integrada la solución. Así, visualizarán el ticket comprado, que podrán optar por vender o transferir en un "Market Place". Si alguien lo quiere, lo podrá abonar. Todo se hará internamente en una criptomoneda de precio estable (USDC), pero luego podrá reconvertirla para el retiro en moneda local. Lo mismo le sucede al comprador que podrá abonar directamente con su tarjeta de crédito y la Plataforma toma al "cambio".

Flybondi se convierte en la primera aerolínea argentina en aliarse con TravelX. Con este acuerdo, los Usuarios podrán adquirir los NFTickets emitidos en la Plataforma Travel.xyz, utilizando la billetera virtual de Binance, Binance Pay.

Aun así, la aerolínea adelantó que próximamente se ampliará a otros medios de pagos y billeteras virtuales. Además, con el lanzamiento, se ofrecerán promociones y ofertas exclusivas.

<https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/flybondi-y-travelx-le-agregan-blockchain-a-los-pasajes-de-avion-para-facilitar-la-reventa-nid22092022/>

CAPÍTULO 6: NFTS de las Marcas para Promoción en el Metaverso:

El Metaverso en simples palabras es un mundo virtual donde nosotros somos avatares, estos Metaversos tiene ingresos de miles de millones de dólares anuales.

En el Metaverso para darles un ejemplo si quieres vivir cerca de una propiedad que haya comprado algún famoso como Snoop Dog puede salirte hasta \$ 10.000 dólares.

En el caso de que seas una Empresa de ropa es una gran oportunidad para que puedas promocionarte ya que todos los avatares se tienen que vestir y para eso necesitan ropa virtual.

Empresas que actualmente usan NFT en el Metaverso:

Coca-Cola impulsa sus propios NFTs:

La Marca de bebidas, ha presentado recientemente, una nueva Plataforma de Innovación para Productos de Edición Limitada, creados conjuntamente entre Marketing, Creatividad, Diseño y Tecnología. Descrito como una nueva expresión de Marca, Coca-Cola Creations presentará una serie de sabores, colaboraciones y experiencias de edición limitada que abarcan los mundos físico y digital. El gigante de las bebidas está apostando por experiencias digitales inmersivas. En estas, los consumidores pueden usar los filtros de realidad aumentada de Stralight en las redes sociales y tener experiencias ASMR de audio inmersivo. Entre otras cosas, al escanear una lata o una botella del nuevo sabor a través de Coca-Cola Creations, se abrirá un concierto de realidad virtual de la cantante y embajadora de la Marca Ava Max.

Pero no es la primera vez que la Empresa experimenta con el Metaverso. En julio de 2021 lanzó una colección de Tokens no fungibles (NFT) que alcanzó los \$575.000 en una subasta online. La compañía confió en el poder de su Marca para impulsar su colección y recaudar más de \$500.000 para obras de caridad en 72 horas.

Shopify:

La Plataforma de realidad aumentada Shopify AR permite a las Empresas usar modelos 3D de sus productos. En esa línea, Shopify se ha asociado con Novel para lanzar una aplicación para la generación y distribución de NFT. La incursión del gigante de las ventas online en la economía 3.0 llega incluso al espacio cripto. En mayo de 2022, firmó un acuerdo con CryptoCom para permitir el pago con una veintena de Criptomonedas, incluyendo BTC, ETH, DOGE y SHIB.

Louis Vuitton viaja con Louis The Game:

Volvemos a las Marcas de lujo. En este caso, Louis Vuitton. En sus celebraciones por el nacimiento de su creador (hace más de 200 años), la casa de moda desarrolló Louis The Game, un videojuego que combina su herencia innovación y arte NFT. El juego está inspirado en el viaje que hizo Louis Vuitton cuando tenía 14 años y se marchó de casa solo y a pie. Finalmente terminó en París, donde montó su negocio. Es este viaje el que ha inspirado el videojuego. Llamado Louis The Game, lleva a los jugadores a una aventura llena de acción a través de seis mundos imaginarios que existen fuera del tiempo, donde jugarán como Vivienne, la mascota de Louis Vuitton.

Una vez el Usuario entra en Louis The Game, se embarca en una aventura que recuerda a The Legend of Zelda. Puede correr, saltar y recolectar elementos en el camino. También puede personalizar su personaje con diferentes estampados y combinaciones de colores del monograma de Louis Vuitton, y aprender sobre la historia del modista a lo largo de la colección de postales y otros recuerdos.

NIKE:

Nikeland es el Metaverso del gigante del sector deportivo, desarrollada usando Roblox. Según Nike, la Plataforma ha recibido más de 7 millones de visitas. Los Usuarios de Nikeland disponen de un espacio para socializar en el Metaverso asistiendo a todo tipo de eventos, como la aparición de la estrella del fútbol LeBron James. En 2022, Nike se convirtió en la Marca que generó más ingresos con la venta de NFT alcanzando los 185 millones de dólares. Nike describe su último proyecto, “.SWOOSH”, como “una nueva experiencia comunitaria, pensada para crear en común el futuro de Nike”. Se trata de una Plataforma Web3 diseñada para convertirse en el centro de operaciones de los desarrolladores de la Marca.

TOTAL NFT REVENUE

Query results Consolidated Brands Stats Final Table (Official)  @kingjames23

Rank	Title	Total Transactions	Secondary Volume	Primary Sales Revenue	Total Royalties	Total NFT Revenue
1	Nike	67,251	\$1,293,959,811.39	\$93,104,204.25	\$92,165,461.48	\$185,269,665.73
2	Dolce & Gabbana	9,036	\$20,166,188.96	\$23,136,074.46	\$2,515,055.20	\$25,651,129.66
3	Tiffany	74	\$3,403,933.72	\$12,622,377.00	0	\$12,622,377.00
4	Gucci	3,993	\$31,046,025.35	\$10,004,853.25	\$1,552,301.27	\$11,557,154.52
5	Adidas	51,449	\$175,651,669.33	\$6,201,058.63	\$4,742,595.07	\$10,943,653.70
6	Budweiser	4,122	\$6,572,572.87	\$5,883,246.00	0	\$5,883,246.00
7	Time Magazine	6,413	\$31,257,344.11	\$1,476,939.62	\$3,125,734.41	\$4,602,674.03
8	Bud Light	10,517	\$3,321,306.26	\$3,997,581.00	0	\$3,997,581.00
9	A0	9,608	\$8,063,014.82	\$1,495,841.27	\$201,575.37	\$1,697,416.64
10	Lacoste	11,572	\$2,615,699.72	\$1,004,125.02	\$104,627.99	\$1,108,753.01
11	Nickolodeon	7,296	\$2,619,830.09	\$320,650.00	\$261,983.01	\$582,633.01
12	McLaren	2,048	\$2,574,000.16	\$204,294.36	\$128,700.01	\$332,994.37
13	Pepsi Mic Drop	3,384	\$11,027,156.63	0	0	0

13 rows Search... 

En el Cuadro que antecede, se pueden ver las Marcas que generaron más Ingresos con la Venta de NFT, además de otros Datos, figurando en el 1° lugar NIKE con un total revenue de 185 millones de dólares, en 2° lugar figura Dolce & Gabbana con un total revenue de 25 millones de dólares y en 3° lugar se sitúa Tiffany con un total revenue de 12 millones de dólares.

En el Mercado Argentino:

Actualmente podemos ver la Empresa Crypstation, que cuenta con un Metaverso en el cual la gente se crea un avatar y puede visitar su local adentro del Metaverso y puede participar por premios, dentro del Metaverso puede comprar NFTs y obtener regalos exclusivos.

<https://crypstation.club>

<https://www.instagram.com/p/CiTbZM0AGk3/?hl=es>

CAPÍTULO 7: Utilización de NFTS para darle Beneficios a los Clientes:

Muchas Empresas están usando NFTS para darles beneficios a sus Clientes, uno de las utilizaciones podría ser la de que los Usuarios que sean propietarios de un NFT de la Empresa puedan recibir descuentos es sus próximas compras como por ejemplo dejarle el producto a precio de fábrica, otra también sería la de que gracias a los NFTS puedan acceder a merchandising o productos exclusivos de la Empresa donde no todos tendrían la oportunidad

solo los que sean propietarios del NFT, uno de los casos más conocido es el de la colección de bored ape yacht club el precio base de alguno de estos NFTS es de 105 Ethereum, siendo propietario de uno de estos NFT tienes acceso a fiestas en un yate privado también puedes comprar merchandising de su tienda de ropa que solo atiende a propietarios de los NFT no cualquiera puede comprar, gracias a esto es que se revalorizan todo el tiempo estos NFTS y se han vendido por más de 10 millones de dólares.

Otro beneficio que podrías darle a los Clientes es el de un producto de forma ilimitada como podría ser ropa, entonces con esto lo que haría sería que el NFT se revalorice y todo el mundo quiera adquirirlo, imagínate un NFT de Starbucks donde con el NFT tengas un frapuccino gratis por día y descuentos exclusivos, todo el mundo querría tenerlo por eso el primero que compra el NFT será el que ponga el precio para los demás igual como ya sabemos los precios fluctúan por la oferta y demanda del Mercado.

Caso Crypto Baristas



Junto con el ilustrador principal, Tony Bui, los hermanos Dan y Nick crearon un grupo de 60 personajes dibujados a mano, con mucha cafeína y buen humor. Una vez hechos, pusieron estos personajes en Rarible para que se puedan adquirir a través de una moneda NFT que todo el mundo conoce: Ethereum.

Los Compradores, a cambio, obtienen sus personajes preferidos de Crypto Barista y ventajas, como el derecho a votar sobre hacia dónde se dirige el proyecto NFT de Crypto Barista y todo el equipo, por ejemplo. Otra ventaja puede ser el café y los descuentos en mercadería.

Caso STARBUCKS



Starbucks Odyssey da la bienvenida a sus primeros Miembros.

Odyssey presenta una nueva Plataforma, donde los Clientes pueden participar en actividades interactivas, llamadas “viajes”, que, cuando se completan, permiten a los Miembros ganar “sellos de viaje” coleccionables, es decir, los NFT de Starbucks. La Plataforma está basada en la Cadena de Bloques de capa 2, Polygon (MATIC).

Los Miembros podrán acumular puntos a medida que compren productos en las cafeterías. Con 500 puntos obtendrán un “sello” o “Stamp” (un NFT) que les permitirá desbloquear experiencias. Habrá tres niveles de beneficios y experiencias, y una elevada cantidad de puntos y NFT podría traducirse, eventualmente, en eventos como clases de expreso o hasta un viaje todo pago a una finca de Café en Costa Rica.

Destacando el “espíritu innovador” de la Compañía”, Brady Brewer, Vicepresidente ejecutivo y Director de Marketing de Starbucks, destacó en el comunicado que el nuevo programa NFT se basa en la creación de una comunidad en línea para los amantes del café y ofrecerá “experiencias de café inmersivas, tanto física como digitalmente”.

Estamos aprovechando la Tecnología Web3 para recompensar y conectar con nuestros Miembros de nuevas formas.

Algunos de los primeros NFT de Starbucks tendrán temática navideña, mientras que otros se inspiran en los diseños clásicos de la Empresa.

<https://www.diariobitcoin.com/NFT/starbucks-inaugura-su-programa-NFT-en-fase-beta/>

CAPÍTULO 8: Analizar los NFTS en la Logística de los Productos:

Mediante un Informe de la Academia de Binance, se vió el Uso para la Logística:

La Tecnología Blockchain también puede ser útil en la Industria de la Logística, particularmente debido a su inmutabilidad y transparencia. Estos aspectos garantizan que los datos de la Cadena de suministro sigan siendo auténticos y fiables. Con alimentos, productos básicos y otros productos perecederos, es importante saber dónde han estado y durante cuánto tiempo.

Un NFT también tiene el beneficio adicional de representar elementos únicos. Podemos usar un NFT para rastrear un producto que contiene metadatos sobre sus orígenes, viaje y ubicación del almacén. Por ejemplo:

- Un par de zapatos de lujo de alta gama se crean en una fábrica en Italia. Se le asigna un NFT que puedes escanear rápidamente en su Empaque.
- Se incluyen Metadatos con Marca de tiempo de cuándo y dónde se crearon los Zapatos.
- A medida que el producto atraviesa la Cadena de Suministro, se escanea el NFT y se agregan nuevos metadatos con Marca de tiempo. Los datos podrían incluir la ubicación de su almacén y la hora de llegada o salida.
- Una vez que los zapatos llegan a su destino final, una tienda puede escanearlos y Marcarlos como recibidos. Se encuentra disponible un historial detallado exacto para ver y confirmar la autenticidad y el viaje logístico de los Zapatos.

Hay muchas formas hipotéticas de implementar NFTS en la Cadena de suministro. Todas ellas, sin embargo, requieren que cada etapa de la Cadena utilice la misma infraestructura. Con tantos actores y partes interesadas diferentes involucradas a nivel mundial, puede ser un desafío implementar estos sistemas en la vida real. Este factor ha llevado a un número mínimo de casos de uso de la vida real.

Actualmente, el sistema TradeLens de MAERSK y Foot Trust de IBM son dos ejemplos de grandes soluciones Logísticas en Blockchain. Ambos usan Hyperledger Fabric, una Blockchain de IBM que admite el uso de NFTS.

(<https://academy.binance.com/es/articles/top-7-NFT-use-cases>)

Los NFTs (non-fungible Tokens) también se están utilizando en la Logística de productos para mejorar la trazabilidad y la seguridad. Algunos ejemplos de cómo se están utilizando los NFTs en la Logística incluyen:

1. **Trazabilidad de la Cadena de Suministro:** Los NFTs se pueden utilizar para rastrear los productos a medida que se mueven a través de la Cadena de suministro, lo que permite a las Empresas rastrear la ubicación y el estado de los productos en tiempo real.
2. **Certificación de Productos:** Los NFTs se pueden utilizar para crear certificados digitales para los productos, lo que permite a los Clientes verificar la autenticidad y la calidad de los Productos.
3. **Control de Inventarios:** Los NFTs se pueden utilizar para controlar los inventarios de productos, lo que permite a las Empresas saber cuántos productos tienen en stock en cualquier momento.

4. **Protección de la Propiedad Intelectual:** Los NFTs se pueden utilizar para proteger la propiedad intelectual de los productos, lo que permite a las Empresas evitar la piratería.
 5. **Seguimiento de Productos:** Los NFTs se pueden utilizar para seguir los productos en tiempo real, lo que permite a las Empresas saber dónde se encuentran los productos en cualquier momento.
 6. **Identificación de Productos:** Los NFTs se pueden utilizar para identificar productos únicos, lo que permite a las Empresas identificar productos específicos, incluso si se pierden o se mezclan con otros productos.
- En general, los NFTs pueden ofrecer una mayor transparencia y seguridad en la Logística de productos, ayudando a las Empresas a mejorar la eficiencia y reducir los costos.

CONCLUSIÓN:

Pude observar que, según el “Informe Geografía de las Criptomonedas de 2021” de la Consultora Estadounidense Chainalysis, Venezuela y la Argentina ocupan el séptimo y décimo puesto mundial en el ranking de los países que más utilizan las Criptomonedas, respectivamente.

Hoy en día, los venezolanos y los argentinos utilizan las Monedas Digitales para proteger sus Ahorros y su Dinero frente a la alta inflación.”

(<https://www.cronista.com/infotechnology/finanzas-digitales/argentina-y-venezuela-los-paises-que-mas-compran-criptomonedas/>)

Gracias a esto podemos ver que somos uno de los países que más utilizamos Criptomonedas por este motivo veo muy factible el uso de los NFTS en el Mercado argentino. En la actualidad podemos ver que hay muchas muestras de NFTS en argentina, hace poco se hizo una exhibición en el Malba (la llama que llama). Podemos ver como todas las Empresas importantes del mundo están invirtiendo y usando la Tecnología Blockchain y el uso de NFTS para la comercialización de sus productos.

No va a ser fácil la adaptación de todas las Empresas para el uso de NFTS pero es solo cuestión de tiempo ya que esta tecnología vino para quedarse y al ser únicos se pueden buscar infinidad de uso.

En conclusión, los NFTs representan una nueva y prometedora tecnología en el mercado argentino, con un gran potencial para revolucionar la forma en que se crean, intercambian y

valoran los activos digitales. A medida que el mercado de los NFTs continúa madurando, es probable que veamos un aumento en la demanda y el uso de estos activos en el contexto argentino, el futuro de los NFTs en el mercado argentino es prometedor, y se espera que esta tecnología siga transformando la forma en que los creadores, los compradores y los coleccionistas interactúan con los activos digitales.

Uno de todos los temas de los que hablamos hoy es el de la utilización de los NFT para entradas invitaciones y pases vip, creo que es una de las más prácticas para poner a funcionar lo antes posible ya que con esta Tecnología se acabaría con la falsificación de entradas.

LINEAS FUTURAS de INVESTIGACIÓN:

Luego de analizar las distintas aplicaciones, que le ha dado el Mercado al Uso de los NFTs, creo que en el Futuro se podrán observar más cuestiones creativas, que incentivarán más su uso para destacarse de la Competencia directa ó diferenciándose de quienes aún no han incursionado en el mismo, por temor a la adaptación Tecnológica.

BIBLIOGRAFÍA:

- NFT & Cryptoart: la guía completa para invertir, crear y vender con éxito Tokens No Fungibles en el Mercado del Arte Digital. Daniel L. Bray. 17.04.2021
- NFT Art and Collectibles for Beginners: The Must Have Guide for Understanding Non Fungible Tokens (NFT). Chris Collins. 16.05.2021

ACCESOS ON LINE:

- Video de FlyFish Club (Restaurant NFT) y pagina web
https://youtu.be/ps_qWlI6BFq , <https://www.flyfishclub.com>
Consulta: 26/09/2022.
- Página web de Travel.xyz (compra de pasajes nft de fly bondi)
<https://travel.xyz/>
Consulta: 21/12/2022
- Binance Academy (Uso de los nfts en la logística de productos)
<https://academy.binance.com/es/articles/top-7-nft-use-cases>
Consulta: 10/11/2022

- Página web de Crypstation (empresa que usa nfts en el metaverso y merchandising)

<https://crypstation.club>

Consulta: 18/11/2022

- Market place de Ethernity.io (venta de nft de Leo Messi)

<https://ethernity.io/collection/lionel-messi-the-magician>

Consulta: 11/12/2022