



Universidad de San Andrés

Escuela de Negocios

Licenciatura en Administración de Empresas

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios: The Cold Bar

Alumnos: Pedro Barros Moss y Ramiro de Jesús

Mentor: Sebastián Steizel

Victoria, Provincia de Buenos Aires

Diciembre de 2022



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Escuela de Administración y Negocios

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios: The Cold Bar

Alumnos: Pedro Barros Moss y Ramiro de Jesús

Mentor: Sebastián Steizel

Victoria, Provincia de Buenos Aires

Diciembre de 2022

Resumen Ejecutivo	2
1.2 ¿Qué es la Blockchain?	7
1.3 ¿Cómo funciona la Blockchain?	7
1.4 ¿Qué son las criptomonedas?	10
1.5 ¿Qué son las Stablecoins?	11
1.8 Exchanges	13
1.9 El Producto	16
Capítulo 2: Análisis del Sector e Investigación de Mercado	20
2.1 Análisis P.E.S.T.E.L	24
2.3 Las 5 fuerzas de Porter	30
Capítulo 3: Modelo de Negocios CANVAS	34
Capítulo 4: Plan de Marketing	37
4.1 Segmento Target y Arquetipos	37
4.2 Marketing Mix	41
5.2 Procesos de “The Cold Bar”	44
5.2.1 Flujo de Proceso de Fabricación de “The Cold Bar”	44
5.2.2 Proceso de Distribución y Logística	45
Capítulo 6: Inversión, Costos Y Finanzas	48
6.1 Inversión Inicial	48
6.2 Inversión Inicial – Proyecciones Propias	50
6.3 Costos Fijos y Variables	50
6.4 Proyecciones de Ganancias	51
6.5 Estados Financieros	56
Capítulo 7: Equipo	59
7.1 Estructura Organizacional	61
8.1 Constitución de la Sociedad	62
8.2 Impuestos	63
Bibliografía	64
Anexos	65

Resumen Ejecutivo

El negocio surge a partir de las necesidades existentes que están conectadas con la industria criptográfica. El proyecto tiene como objetivo, brindar una alternativa al guardado no seguro o frágil de lo que se conoce como las “Seed Phrase”. Una solución para aquellos que optan por guardar sus cripto activos en “cold wallets” o en “wallets” no custodiadas.

La Argentina como país se encuentra dentro de los países con mayor adopción de cripto activos en el mundo. Culturalmente, ya sea por experiencias vividas o sentimientos, situaciones de riesgo respecto a la industria criptográfica y a las empresas a cargo de los “exchanges”, la gente tiende a ser desconfiada. A raíz de ello, es importante ofrecerles una alternativa segura, robusta y confiable para que uno como dueño de activos criptográficos esté tranquilo. Un producto con el que el consumidor se sienta a gusto, y confíe en él para atesorar sus ahorros o inversiones.

La oportunidad del negocio, se encuentra en la posibilidad de ofrecer un producto en el cual se puedan grabar la “Seed Phrase” en algo prácticamente indestructible, duradero y privado. Existen alternativas similares en el mercado global. De igual modo, no atienden o no están ajustadas a lo que un consumidor prefiere o elige a la hora de salvaguardar sus activos.

De allí nace el proyecto “The Cold Bar”. Bajo una idea simple, con materia prima de primera calidad, elementos confiables y duraderos en el tiempo, con diseño de vanguardia para llevar a cabo el trabajo de inmortalizar las “Seed Phrase” de cada individuo o grupo de personas. Se buscará volver a los métodos tradicionales de almacenamiento y guardado en conjunto con lo innovador y novedoso que es el mundo y la industria criptográfica contemporánea.

Observando hábitos y tendencias de los consumidores, es que confiamos en la oportunidad de llevar a cabo el emprendimiento. A continuación, se

presenta un plan de negocios rentable, el cual genera valor agregado, posibilidades de expansión y escalabilidad. Para poder realizar este negocio, necesitaremos una inversión inicial de \$13.991.000. El valor actual neto es de \$ 368.782.488,21 a 6 años con una tasa de inflación anual del 79,2% y una TIR del 33 %. El mismo tendrá un periodo de recupero de 37 meses.



Universidad de
San Andrés

Capítulo 1: Introducción

A lo largo de la historia moderna, existieron numerosas recesiones o crisis financieras. El derrumbe del “stock exchange” de Nueva York, según Noble (2021), en el año 1929, la “Gran depresión”, pareciera que es la que al menos todos conocen. Al menos la más antigua de las crisis del “mundo” moderno. Alguna vez se le atribuyó la frase “quien no estudia la historia está condenado a repetirla” a Napoleón Bonaparte. Y lo cierto es que luego de las recesiones importantes que hubo a lo largo de la historia, pareciera que al menos se estudió la historia y los “errores” no son repetidos hasta cierto punto. Sin embargo, las recesiones continuaron y las crisis también. Sin dudas el motivo del presente plan de negocios no guarda relación con las crisis financieras per se. Lo mencionado precedentemente pretende dar un acercamiento a una manera de pensar diferente; principalmente desde el ámbito financiero. Y al menos otorgar un modo diferente de realizar y establecer un orden, una forma nueva de hacer las cosas que parecieran que estamos condenados a repetir.

El “mundo” históricamente fue conservador en términos de políticas monetarias, sin embargo, hoy al menos existe un espacio para un pensamiento innovador y distinto a las líneas generales. Este se encuentra dispuesto a “escuchar” y hay una considerable reducción de las barreras anteriormente impuestas. Barreras en términos de confianza, cooperación e inclusive regulación para la adopción de nuevas tecnologías.

El sector financiero ha dependido históricamente y se ha basado en el almacenamiento centralizado de datos y en agentes intermediarios de confianza. Las soluciones centralizadas hacen que todo el sistema dependa de un núcleo, ya que cada transacción tiene que pasar por ellos. (Nakamoto, 2019).

Bajo el pseudónimo Satoshi Nakamoto se comunicó el estreno de Bitcoin en 2008, un sistema de dinero electrónico descentralizado basado en una red

“peer to peer”¹ (Nakamoto, 2019). La tecnología detrás de Bitcoin permite hacer transferencias entre pares sin necesidad de un intermediario. Este se realiza mediante la verificación y adición de nuevas transacciones a lo que se conoce como bloques. Estos lotes de transacciones se unen en una cadena de bloques, donde se almacena el historial de transacciones. La tecnología ha demostrado ser especialmente útil en los servicios de transacción debido a algunas de sus propiedades únicas, como la inmutabilidad y la capacidad de integrar la confianza en la red. Algunas ventajas comúnmente percibidas de la tecnología son: ahorro de costos y mejoras en términos de eficiencia que podría aportar. (McLean & Deane-Johns, 2016).

Para los más optimistas e innovadores la tecnología en cuestión, promete revolucionar el futuro. En el libro “Blockchain Revolution” (Tapscott & Tapscott, 2016) se exponen ciertas características. Lo cierto es que son más que esperanzadoras, suponen muchos elementos los cuales hoy en día todavía se encuentran en un nivel de ideal.

Si bien a todos los entusiastas de la industria les gusta exponer las posibles ventajas y perspectivas a futuro, hay cuestiones negativas. El hecho de los usos que se le da a este nuevo sistema financiero no siempre es el óptimo. El lavado de dinero, los pagos de sustancias y “servicios prohibidos” son algunas de las aristas negativas. Las mencionadas surgen a partir de la facilidad para realizar transacciones sin una regulación estatal.

Igualmente, en última instancia como cualquier herramienta, o sistema dentro de los contratos sociales en los cuales estamos inmersos, es la mente humana la que elige los usos ya sea con fines ulteriores positivos o negativos.

¹ Las redes P2P o Peer-to-Peer son un tipo de redes descentralizadas. Redes que están formadas por cientos e incluso millones de ordenadores ubicados en todo el mundo. Todas ellas funcionando bajo un mismo protocolo de comunicaciones, con el objetivo de crear una enorme red para compartir información de cualquier índole.

Teniendo en cuenta la tracción, la creciente adopción de los cripto activos y la tecnología subyacente en el último tiempo, es que se dio lugar a nuevas oportunidades y desarrollo de negocios. Debido a lo mencionado, es que tomamos la iniciativa de ofrecer una pieza fundamental en la auto custodia de los cripto activos. Para aquellas personas que optan por resguardar sus “Seed Phrases”, es que ofreceremos una manera de que las mismas queden inmortalizadas en una placa de acero inoxidable. Teniendo en cuenta la región geográfica y el mercado el cual se quiere alcanzar, buscamos generar valor apelando a la seguridad. “The Cold Bar” es el eslabón faltante de una cadena (la tecnología Blockchain y sus derivados). Tecnología la cual es elegida en muchos casos, por una búsqueda constante de mayor seguridad.

1.1 La Oportunidad del Negocio

En pos de poder presentar la oportunidad de negocios, primero se debe poder comprender una serie de elementos.

Los “elementos” en cuestión son:

1- Blockchain

2- Criptomonedas y Tokens

3- Tipos de Almacenamiento

4-Wallets

5-Claves Privadas, Públicas y “Seed Phrases”

Una vez que cada uno de los elementos mencionados anteriormente sean explicados, es que se podrá obtener un entendimiento de la oportunidad de negocios. Todo lo enumerado precedentemente está relacionado y es

importante comprender el “rol” que estos tienen dentro de la oportunidad presentada. La Blockchain es el norte, aunque se notará que la oportunidad tiene estrecha relación con múltiples variables que exceden a la novedosa tecnología.

1.2 ¿Qué es la Blockchain?

La definición para Blockchain, está dada como una base de datos o un “gran libro contable”, “peer to peer”, traducido sería par a par. Al mismo tiempo permite que la información sea almacenada de forma inmutable y organizada. Puede servir imaginarla como a un libro mayor de acceso público. Esta tecnología puede resultar un poco difícil de entender, al menos a primera vista. La intención es poder dar una explicación básica sobre sus fundamentos y potencialidades. Solo así podremos introducir a las criptomonedas, a los tokens y al potencial asociado.

En primer lugar, es importante mencionar que existen varias maneras de crear una red Blockchain. Más allá del primer acercamiento, en donde se la introdujo como si fuese necesariamente pública, no tiene por qué ser así. Existen redes de tipo públicas y privadas. De todos modos, nos mantendremos en línea con las públicas. Que estas sean públicas significa que cualquiera puede participar. Algunos ejemplos de estas son Bitcoin, Ethereum, Solana, Tron y Cardano. Es importante destacar que, aunque sean del mismo tipo, no significa que sean iguales.

La relación entre la Blockchain y las criptomonedas es evidente. Lo que no es evidente es que la relación no es de dependencia mutua. En otras palabras, las criptomonedas dependen de la tecnología, pero la tecnología no depende de los cripto activos.

1.3 ¿Cómo funciona la Blockchain?

Para entender su funcionamiento, puede resultar útil recordar lo

mencionado anteriormente. La Blockchain es como un archivo digital compartido y descentralizado. Es importante destacar que es descentralizado, ya que significa que ese “archivo” puede ser consultado por cualquier persona, es público.

Para comenzar a introducir a las blockchains de nuestro interés y a las criptomonedas, explicaremos el funcionamiento de la red blockchain Bitcoin para tener un entendimiento mayor sobre los tópicos expuestos. Hay tres elementos importantes para tener en cuenta. El primero los Datos, el segundo el Hash y el tercero el hash del bloque anterior.

Los datos son las transacciones. Ejemplo: Ramiro le envía 2 Bitcoins a Pedro. Los datos se los puede pensar como un “lote” de transacciones.

El hash es una serie de números y letras única que identifica ese bloque y su contenido (datos). Ejemplo de un Hash: auQSX8MvzttdBi4y6Xgj, de misma manera 41758420n17 podría ser otro. Es como si fuese el documento nacional de identidad de una persona, único para cada individuo. El hash del bloque anterior es una serie de números y letras que identifica al bloque venía anteriormente.

Gráfico 1: Ejemplo de la red blockchain Bitcoin



Elaboración Propia: Ramiro De Jesús y Pedro Barros.

Imaginemos que cada uno de los isotipos de Blockchain.com (un “Exchange”) es un bloque dentro de la blockchain de Bitcoin. Y que los tres

juntos generan una cadena de bloques (Blockchain).

Cada uno de estos bloques está conformado por los elementos que mencionamos anteriormente (datos, hash, y hash del bloque anterior). Observando la representación, se puede observar que cada uno de los tres isotipos tiene tres colores. Estos colores representan a los elementos que introdujimos anteriormente. El azul más claro, el cual sería la parte superior del isotipo representa a los Datos. El azul intermedio, el cual sería la parte izquierda del isotipo representa al Hash del bloque anterior. Y el azul más oscuro, la parte derecha del isotipo representa el Hash del bloque.

El hecho de que cada nuevo bloque generado tenga el hash del anterior hace que esta tecnología sea tan segura. Si alguien intentase “hackear” los datos dentro de un bloque, el hash de este cambiaría. Y en consecuencia no coincidiría con el que estaba en el bloque siguiente. De este modo estaría comprometida la validez de todos los bloques posteriores.

Por ejemplo: tenemos dos bloques. El primer bloque tiene 100 transacciones registradas y su hash es RSR4EVER. El segundo bloque tendrá “tallado” RSR4EVER (el Hash del bloque anterior), su Hash propio y sus respectivas transacciones. Ahora supongamos que alguien hackea el primer bloque, y quiere manipular la cantidad de transacciones. Si las logra cambiar con éxito, el Hash del primer bloque cambiaría, supongamos que sería BTT412. De este modo con el cambio en el Hash, no habría coincidencia con el que está “tallado” en el segundo bloque (RSR4EVER).

Es así como el hash aparte de ser un modo de identificación resulta una manera de desincentivar la manipulación de la cadena de bloques. Igualmente, esto no quiere decir que no se pueda hackear. Aunque resulte extremadamente complicado, las computadoras modernas pueden realizarlo. Es por ello que, a su vez, nos encontramos con una suerte de reaseguro llamado “Proof of Work”. Este es un protocolo criptográfico que con una solicitud de cálculos adicionales hace más lenta la creación de otro

bloque. En bitcoin es de 10 minutos por bloque.

En resumen y con el fin de no ahondar en tecnicismos innecesarios, el hash y el “Proof of work” (POW) hace que las posibilidades de hackeo sean ínfimas. Por último, es importante mencionar que también existe otro método de validación (en otras blockchains), el “Proof of stake” (POS) y el “Proof of History”. Nos centraremos en la diferencia entre entre “POW” Y “POS”.

La diferencia principal radica en el método para crear nuevos bloques. En el “Proof of work” depende de la potencia de los recursos que tenga cada minero o empresa de minado. En el “Proof of Stake” depende del número de monedas que el usuario posee. Por ejemplo: si un usuario posee el cinco por ciento de todo el suministro de una criptomoneda, el usuario podrá validar el cinco por ciento de los nuevos bloques. La explicación en este sentido es más compleja, pero la importancia se mantiene en entender que hay más de un tipo y que son diferentes.

1.4 ¿Qué son las criptomonedas?

De este modo, la presente oportunidad de negocio surge a través de lo que se conoce como criptomonedas o tokens. Según Yao, D,² las criptomonedas son un “token”³ que es emitido y comercializado dentro de una plataforma de blockchain. Cada uno de estos tokens, siendo Bitcoin el principal, tienen diferentes utilidades. Existen algunos que son de seguridad, otros de utilidad, de recompensa, entre otros. Son todos proyectos los cuales buscan encontrar soluciones a problemáticas

² Hacia la adopción masiva de las criptomonedas. (2021). Obtenido de: <https://www.forbes.com.mx/2021-hacia-la-adopcion-masiva-de-las-criptomonedas/>

³ Un token es “una unidad de valor que una organización crea para gobernar su modelo de negocio y dar más poder a sus usuarios para interactuar con sus productos, al tiempo que facilita la distribución y reparto de beneficios entre todos sus accionistas

actuales, a través de esta tecnología. Es importante entender que lo que se conoce como criptomonedas son aquellas cuya utilidad es la de funcionar como medio de pago.

1.5 ¿Qué son las Stablecoins?

Las criptomonedas conocidas como “stablecoins” tienen una alta aceptación en Argentina. Las personas encuentran aquí una oportunidad de resguardo de valor.

Si bien es cierto que es un terreno nuevo y ciertamente hay lugar a preguntas e incertidumbre, hay quienes entienden que es una alternativa válida y eficaz. Estas son criptomonedas las cuales tienen paridad con algún commodity. Las más famosas son aquellas que tienen paridad con el dólar. Ej.: 1 unidad de la criptomoneda USDT equivale a 1 USD.

Según Engler, A en Coindesk⁴, en situaciones particulares de incertidumbre, los argentinos eligen este tipo de criptomoneda. Tras la renuncia del ministro de economía en el año 2022, Martín Guzmán se pudo observar que ante la incertidumbre muchas personas eligieron comprar “Stablecoins”. Los principales exchanges del país, informaron que el volumen de compra de estas fue de hasta tres veces mayor que un fin de semana común y corriente.

Tal como sugiere Roberto Sanz, en Roberto Sanz Criptomonedas⁵ las stablecoins son un tipo de activo digital cuyo valor está vinculado al de otro activo mediante una relación de paridad. Las más conocidas son aquellas que mantienen paridad con el dólar estadounidense. Estas por lo general no tienen Blockchain propia, es decir que son tokens. Un ejemplo de estas es la conocida como USDT o UsdTether, la cual es un token de la familia ERC-20

⁴ Engler, A. (5 de Julio de 2022). *Argentinos se refugian en stablecoins durante el fin de semana tras dimisión del ministro de Economía*. <https://www.coindesk.com/business/2022/07/04/argentinos-se-refugian-en-stablecoins-durante-el-fin-de-semana-tras-dimision-del-ministro-de-economia/> Argentinos se refugian en stablecoins durante el fin de semana tras dimisión del ministro de Economía.

⁵ A., L. (2022, December 20). *Las 2 mejores wallets frías para guardar criptomonedas*. Roberto Sanz / Criptomonedas. <https://robertosanzcriptomonedas.com/las-2-mejores-wallets-frias-para-guardar-criptomonedas/>

de la blockchain Ethereum.

Si bien estas criptomonedas estables pueden tener paridad con el dólar estadounidense, no significa necesariamente que por cada unidad de criptomonedas haya un dólar en respaldo. En el modelo de la criptomoneda DAI, si bien su valor está en paridad con el dólar, esta se encuentra respaldada por otra criptomoneda.

En el modelo USDC, hay un dólar por cada unidad de USD coin. Por cada unidad de esta criptomoneda que se encuentra en circulación, hay un dólar guardado en una cuenta de reserva de la compañía que emite esta criptomoneda.

1.6 ¿Qué es una wallet?

Un primer acercamiento sería visualizar a la “wallet” como aquel lugar donde almacenamos y gestionamos nuestros cripto activos. Lo cierto es que en realidad y también sin adentrarnos en tecnicismos, esta almacena clave. Están las claves públicas y las claves privadas. Las claves públicas se pueden compartir, son aquellas que otorgan “certificación” de propiedad sobre la “address”. Las claves privadas, son aquellas que el dueño de la “wallet” únicamente tiene, no se deberían compartir. Es la que entrega acceso a esa “address”. Lo cierto es que la “address” no es lo mismo que la clave pública. La “address” deriva matemáticamente de la clave y la clave pública deriva matemáticamente de la clave privada. En su traducción, la billetera es la representación de las claves que los usuarios verían día a día (en reglas generales).

1.7 Tipos de almacenamiento

Existen dos tipos principales de almacenamiento o guardado de los criptoactivos. A estos se los conoce como “Hot Storage” y “Cold Storage”. La traducción para el primero es almacenamiento en caliente y para el segundo, almacenamiento en frío.

El nombre “Hot storage” o “Hot wallet”, hace referencia a aquellas “wallets” que están siempre conectadas a internet. Este tipo de wallets te permite enviar, recibir y salvaguardar a los criptoactivos. Dependiendo en la compañía prestadora de este tipo de productos, puede tener más servicios que los tres mencionados. Otro de los servicios relevantes de estas compañías es el de las “non-custodial-wallets”. En donde si bien la wallet se encuentra online, el usuario tiene el manejo de las claves públicas y privadas.

El nombre “Cold Storage” o “Cold Wallet”, hace referencia a aquellas wallets que no están conectadas a internet. En otras palabras, están offline. Ejemplos de estas pueden ser las conocidas Ledger o Trezor. Es pertinente mencionar que, para realizar transacciones, los activos deben pasar a una “Hot Wallet”.

Las “Cold wallet” deben ser configuradas. Y parte de esta configuración incluye establecer una “Seed Phrase”, la cual no es una única palabra sino 12 o 24 palabras dependiendo del modelo. Lo cierto es que la contraseña es generada por un algoritmo aleatorio mediante un listado de palabras. A este listado o “diccionario” se lo conoce como BIP-39. Este cuenta con 2048 palabras. Lo peculiar es que cada una de estas tiene un número asociado, las mismas son en inglés. Por ejemplo: la palabra “analyst” está asociada al número 0067. Es importante mencionar que este listado de palabras es público, y tampoco se puede cambiar. También es relevante mencionar que las “non-custodial-wallets” también utilizan el mismo sistema para la creación de la “Seed Phrase”

1.8 Exchanges

A partir de la creciente demanda, el desarrollo de plataformas de “Exchange” de cripto activos creció. Entre los más populares podemos encontrar a Binance o Blockchain.com.

Básicamente un “Exchange” es un mercado “peer to peer”, también existen los de tipo “brokerage”. Aquí los usuarios pueden comercializar sus cripto activos. Estos pueden comprar, vender e inclusive hacer uso de una extensa cantidad de servicios adicionales sobre sus tenencias.

Dentro de estos “Exchange”, uno debe crear una cuenta con su correspondiente contraseña. Esta cuenta tiene una billetera asociada, la cual tiene un código de identificación. Solo así se puede comenzar a operar. Esta dirección está dispuesta en forma de código, el cual puede ser expresado de diferentes maneras. Consecuentemente, el usuario adquiere sus criptomonedas y estas quedan almacenadas dentro de esta dirección de la billetera. Si bien, por lo general estos tipos de plataformas son seguras, no las hace invulnerables. Estas pueden resultar “hackeadas” y esto podría resultar en la pérdida de los cripto activos. Al elegir salvaguardar los activos de este modo, las claves privadas y públicas están alojadas en la plataforma de modo on-line. Esta manera de resguardar los activos se conoce como almacenamiento en caliente. El término hace alusión al hecho de que estas claves están online. En pos de no estar expuesto a estas situaciones, existe lo que se conoce como almacenaje en frío. Esta manera de guardar los cripto activos no es susceptible de “hackeos”. Tanto las llaves privadas como las públicas están offline. Y nunca podrán estar en contacto con la red o con ningún servidor.

Esto invita a pensar. La persona tomó todos los recaudos de tener sus “coins” fuera de la red para no ser susceptibles a “hackeos”. Y en últimas deposita su fe y sus claves en un papel el cual puede sufrir cualquier daño por su fragilidad. O guarda su “Seed phrase” en su computadora, la cual es susceptible a “hackeos”. El hecho de sacar los activos de la red y tomar alguno de estos caminos, no serían acciones que sigan la misma línea de pensamiento.

No suena coherente, pero es lo que la evidencia sugiere. En enero del año

2022 la BBC⁶, presentó una noticia sin precedentes. En cuestión, hay un hombre el cual no recuerda las claves de su billetera. Al mismo tiempo, solamente le quedan pocos intentos para introducir el código acertado. En caso de que esto no suceda, el mismo no tendrá manera de recuperar sus activos digitales. Es así como lo mencionado le producirá la pérdida de 7.002 Bitcoins, los cuales representan un valor aproximado de 448.128 millones de dólares. Al mismo tiempo, en la redacción por parte de la BBC⁷, una consultora de nombre Chainalysis postula que este no es un caso aislado. La consultora estima que hay un 20% de las cuentas existentes de Bitcoin que pertenecen a gente que perdieron u olvidaron las claves. En otras palabras, no pueden acceder a ellas.

La presente oportunidad de negocio busca solucionar el problema de que algo tan valioso como las “Seed phrases” queden a la merced de un papel e inclusive de la red. Ya que, si se tomó el recaudo de sacar de la red a los activos, no tendría sentido depositar las claves en un dispositivo que puede ser hackeado. Por esto mismo se debe encontrar una solución offline la cual no sea frágil como un papel o falible como la mente humana. En este punto surge la idea de realizar un producto, una placa de acero inoxidable o titanio casi virgen en la cual se pueda tallar esta clave de tipo BIP-39 (números). Es así como quedarían salvaguardadas, offline y talladas en un material en el cual ni el fuego, ni el agua, ni el óxido, ni el paso del tiempo puede afectar. Si bien el producto en su esencia existe, “The cold bar” llevará el guardado de claves a otro nivel. El problema que buscamos resolver es el del guardado débil de las “Seed Phrases”. Haciendo especial énfasis en lo mencionado anteriormente, ya sea porque las mismas han sido guardadas en sistemas que pueden ser vulnerados por “hackeos”, en papeles o confiando en la memoria humana la cual muchas veces puede fallar. De este

⁶ BBC News Mundo. (13 de enero de 2021). *La pesadilla del hombre al que le quedan dos intentos para recordar su contraseña y no perder US\$200 millones en bitcoins*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55642431>

⁷ BBC News Mundo. (13 de enero de 2021). *La pesadilla del hombre al que le quedan dos intentos para recordar su contraseña y no perder US\$200 millones en bitcoins*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55642431>

modo se le ofrece al potencial consumidor la posibilidad de tener un resguardo casi infalible de algo tanpreciado como sus claves.

En último lugar es importante recalcar que el mundo de los cripto activos es cada vez más popular. Y que el hecho de que no esté regulado, con sus pros y sus contras hace que sea atractivo para los “hackeos”. En últimas la mejor opción, es la de retirar los activos y pasarlas al almacenamiento en frío. De esta manera el único momento en donde no lo estén, sea cuando se desee operar dentro de un “Exchange”. Pareciera estar todo resuelto, inclusive el futuro, pero no el material ni el modo perfecto de salvaguardar a los activos. De acuerdo con la empresa Chainalysis⁸, empresa dedicada al análisis de la información proveniente de la Blockchain, 8 de cada 100 argentinos tienen criptomonedas. No existen datos certeros acerca de cuántos de estos utilizan almacenamiento en frío.

1.9 El Producto

El producto básico es una placa de acero, en la cual se pueda grabar las claves (las palabras) de las billeteras. El producto esperado es una placa de acero. La misma para que el producto esté completo, debe estar acompañada por un punzón para el posterior grabado en la placa.

El producto debe ser sencillo de usar, ya que, si se graba desde un primer momento algo mal, no se puede reutilizar. El mismo debe ser intuitivo, y disponer de instrucciones claras para el consumidor. También, en sintonía con lo mencionado, las acciones deben ser pocas de modo que el margen de error disminuya.

Se debe tener claro que la necesidad que se busca satisfacer, reemplazar a un material vulnerable por uno que no lo sea. Al mismo tiempo, incorporar

⁸ El Cronista. (23 de septiembre de 2022). *Los argentinos invierten cada vez más en criptomonedas: cuál es la sorprendente cifra que lo muestra.*

ECC. <https://www.cronista.com/infotechnology/criptomonedas/los-argentinos-invierten-cada-vez-mas-en-criptomonedas-cual-es-la-sorprendente-cifra-que-lo-muestra/>

ciertas cosas que el segmento target de “The cold Bar” espera. El producto debe ser armónico, simétrico y al mismo tiempo personalizado. El punzón no debe ser común y corriente, tiene que ser provocador y contener el logo de la marca. Es un nivel más del de tener las claves en un material seguro. Es que el segmento objetivo disfrute del momento en el que tenga que recurrir a la misma. Que el cliente pueda sentir el producto, disfrutar de verlo y tocarlo, que sienta armonía al momento de ver sus claves, que se sienta seguro.

Hay que tener en cuenta que es un cliente el cual no se conforma fácil. Es un cliente el cual tiene interés lógico, por sus cripto activos. Y el cual debe poder confiar en el material y en la manera en la cual se disponen las claves. “The cold bar” soporta el fuego, el agua, el óxido, el paso del tiempo, los golpes y más.

El objetivo principal se encuentra en la sencillez y facilidad del producto. Debe ser capaz de ser entendido por un niño. La sencillez, el diseño y la fortaleza serán los motores que harán que los clientes elijan “The Cold Bar” para grabar sus claves.

Imagen 1: Primer acercamiento “The Cold Bar”



A partir del primer acercamiento del producto, es importante resaltar que este necesita de una herramienta anexa para poder grabar los números en el acero. Para ello compraremos los punzones marca Tolsen al proveedor Bulonera Rosario. Los punzones vienen con el juego de números para marcar al acero. En el gráfico número 3 se pueden observar tanto el juego de números para marcar como el punzón.

Imagen 2: “Punzón con números para marcar”



Imagen 3: “Números para marcar”



¿Cómo se usa “The Cold Bar”?

Una vez que el cliente tiene su “Seed Phrase”, otorgada ya sea por su “Cold Wallet” o su “Wallet” no custodiada, puede proceder a utilizar el producto. Como se explicó anteriormente, cada palabra es representada por una serie de números (los que deberán ser grabados).

Pasos a Seguir

- 1- Anota tus palabras en una hoja.
- 2- Anota los números a los cuales se convierten las palabras. Asegúrate de verificar que los mismos sean correctos.
- 3- Insertar el número que desea grabar en la punta del punzón.

Imagen 4: Ilustración del uso del punzón para el grabado de letras



- 4- Colocar la punta del punzón, con el número dentro del marco dibujado en “The Cold Bar”.
- 5- Corroborar que esté correcto el orden del número que se quiere grabar. (Una vez que perfores los números, no hay vuelta atrás).
- 6- Realizar presión sobre la parte de atrás del punzón y este realizará la necesaria para que el mismo sea grabado en el acero.

Capítulo 2: Análisis del Sector e Investigación de Mercado

El tamaño del mercado de las criptomonedas continúa en ascenso. Los tres cripto activos con mayor capitalización de mercado son Bitcoin, Ethereum y Binance Chain. A través de Coingecko⁹, se puede observar que la suma de la capitalización de mercado de las tres criptomonedas mencionadas anteriormente otorga una suma total de (U\$D 1.741.994.885.821) al momento de redacción (abril del año 2022). En simultáneo suman un total de 299,6 millones de carteras, según Staff, F en Forbes¹⁰. De estas, 38,6 millones pertenecen a direcciones únicas de Bitcoin, 168 millones de Ethereum y 93 millones pertenecientes a Binance Smart Chain. Otro dato también relevante expuesto en el artículo de Forbes, es el aumento en la adopción global de los cripto activos, estos tuvieron un aumento de más del 881% en el último año. Forbes, también nos muestra que las criptomonedas no son únicamente una alternativa que eligen las personas en carácter individual. Se expone que en el mes de junio del año 2022 hay por lo menos 38 empresas públicas que tienen Bitcoin dentro de sus balances. Algunas de ellas son Tesla, Mercado Libre y Microstrategy. Y al mismo tiempo también podemos observar que hay fondos que cotizan en bolsa, los cuales tienen cripto activos. Continuando por esta línea, se puede observar que medios de pago como Visa Y MasterCard están incorporando transacciones de cripto activos.

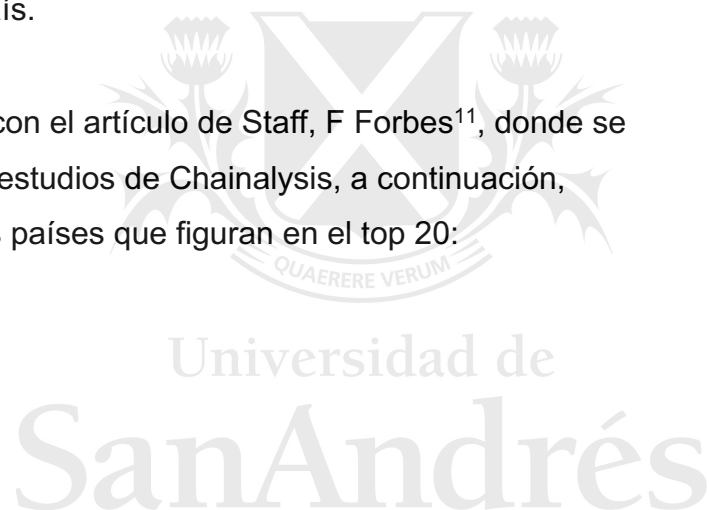
Según Forbes, los especialistas señalan que la adopción de las criptomonedas es mayor en las naciones en desarrollo. Esto se debe a numerosos factores. Dentro de los más comunes, inestabilidad financiera,

⁹ CoinGecko. (n.d.). *Precios de criptomonedas, gráficos y capitalización de mercado de criptomonedas*. <https://www.coingecko.com/es>

¹⁰ Staff, F. (14 de septiembre de 2021). *Adopción global de criptomonedas aumenta 881%*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/adopcion-global-de-la-criptomoneda-aumenta-881/>

barreras para acceder a productos financieros tradicionales y alta inflación. En seguimiento a lo mencionado por Forbes, se encuentra estudio realizado por Chainalysis. El trabajo en cuestión clasifica a 154 países. Son 3 los parámetros, en base a los cuales se les puntúa. El primero de ellos es la actividad total de criptomonedas. El segundo la actividad comercial de los usuarios no profesionales y por último el volumen de comercio de intercambio entre pares. En adición y en virtud de que sea equitativo el análisis, todos los parámetros son ponderados por la paridad de poder adquisitivo. El objetivo de trabajar con estas métricas es clasificar cada país por la actividad total de criptomonedas, pero ponderar las clasificaciones para favorecer a los países donde esa cantidad es más significativa en función de la riqueza de la persona promedio y el valor del dinero en general dentro del país.

De acuerdo con el artículo de Staff, F Forbes¹¹, donde se exponen los estudios de Chainalysis, a continuación, estos son los países que figuran en el top 20:



¹¹ Staff, F. (14 de septiembre de 2021). *Adopción global de criptomonedas aumenta 881%*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/adopcion-global-de-la-criptomoneda-aumenta-881/>

Tabla 1: Top 20 de países en adopción de Criptomonedas

1 Vietnam
2 India
3 Pakistán
4 Ucrania
5 Kenia
6 Nigeria
7 Venezuela
8 Estados Unidos
9 Togo
10 Argentina
11 Colombia
12 Tailandia
13 China
14 Brasil
15 Filipinas
16 Sudáfrica
17 Ghana
18 Rusia
19 Tanzania
20 Afganistán



En línea con lo mencionado precedentemente, hay una estrecha relación por la cual Argentina se encuentra en el top 10. En el año 2022, hay una inflación muy por encima del promedio de los países de la región, la moneda es inestable. Por otro lado, hay una fuerte presión tributaria, y también una deuda con el fondo monetario internacional muy grande. Esta es una serie de componentes la cual hace que los habitantes del país elijan resguardar valor en otras monedas, o activos que se distancian con el peso argentino. Will Hernández en una nota al Cronista¹², en su rol de director de Business Development de PaxFul para América Latina, señala que hay una fuerte adopción por parte de los ciudadanos argentinos en torno a los cripto activos. Hernández dice “Sin duda alguna Argentina es uno de los países en la región latinoamericana con mayor adopción de Bitcoin”.

En la actualidad, existen fondos cotizados que replican el comportamiento del bitcoin y también de conjuntos de cripto activos. Dentro de ellos podemos encontrar a Purpose Bitcoin ETF (BTCC), a Evolve Bitcoin ETF (EBIT), Hashdex Nasdaq Bitcoin Reference Price ETF (BITH 11), entre otros. El mero hecho de que existan estos fondos cotizados nos propone una perspectiva interesante, una mirada potenciadora sobre los cripto activos. Aleja de los comentarios típicos acerca del hecho de que son simplemente activos especulativos. Acerca una mirada, la cual no es necesaria, pero sí de validación por grandes tales como Hashdex.

Se debe empezar a entender hacia dónde se dirige la nueva globalización, y viendo a estos nuevos activos con la seriedad que merece una industria de más de 1 trillón de dólares. Bitcoin, Ethereum son activos del mismo modo que el oro y la soja lo son.

¹² Holcman, T. (25 de Octubre de 2022). *Will Hernández de Paxful: “Argentina tiene más adopción cripto que la mayoría de países en la región.”* ECC. <http://www.cronista.com/infotechnology/criptomonedas/will-hernandez-de-paxful-argentina-tiene-mas-adopcion-cripto-que-la-mayoria-de-paises-en-la-region/>.

Resulta pertinente mencionar el ascenso del mercado de las “Cold Wallets”. Según Ruchal,H, Himanshu J, Vineet K ¹³, el tamaño de mercado de estas era de 0,22 billones de dólares y se proyectaba que sea de 1,02 billones de dólares en el año 2018. De igual modo, es únicamente un parte del universo total que buscamos captar, pues las personas que tienen las “Private Key Wallets”, también tienen el problema del guardado de las “Seed Phrases”.

2.1 Análisis P.E.S.T.E.L

Para el análisis Pestel, se focaliza en distintos elementos del entorno general que pueden afectar nuestra idea de negocio. Estos son los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. (“Perfil estratégico del entorno: Concepto y características”)

Político:

En cuanto a lo político, por un lado, si bien hay alternativas más convenientes cómo elegir un país donde no haya tanta influencia política en el vaivén de la producción, haremos negocio en Argentina. Aun teniendo en cuenta los factores políticos y los posibles cambios que puedan surgir en torno a la diferencia entre gestiones con diferentes posturas políticas.

Económico:

A pesar de que Argentina no es el país con la economía más fuerte de la región, existe la posibilidad de producir productos de calidad a un costo competitivo. A su vez, es un factor positivo el gran peso que tiene la industria de los metales en el país. Según el diario El Economista¹⁴, la producción del acero laminado aumentó un 37,4% en 2021 respecto a 2020. Es importante recalcar, que es un recurso clave para el desarrollo de

¹³Hardware Wallet Market Size, Share & Growth | 2028. (n.d.). Allied Market Research. <https://www.alliedmarketresearch.com/hardware-wallet-market-A11658>.

¹⁴ El Economista. (20 de enero de 2022). *La producción de acero tuvo un fuerte crecimiento en 2021*. <https://eleconomista.com.ar/economia/la-produccion-acero-tuvo-fuerte-crecimiento-2021-n49922>

nuestro producto. Es fácil conseguir proveedores, y la materia prima nace de nuestro suelo. En resumen, a pesar de que la economía argentina no es necesariamente estable, sigue siendo un país con una industria de metales desarrollada y esto presenta condiciones alentadoras para comenzar un proyecto donde los ítems principales provienen de este sector. Con respecto a la presión impositiva, si bien es fuerte, se netearía con la importación de insumos a dólar oficial, dejando un margen neto de la producción de “The Cold Bar” a un precio menor al de la competencia.

Sociales:

En términos sociales, Argentina es una de las capitales de las criptomonedas a nivel global. Se encuentra en el top10 del ranking de países con mayor cantidad de cripto activos en el mundo. Dado a la creciente inflación de los últimos 20 años, la presión impositiva, el empleo informal y la cantidad de trabas que existen hoy para los que producen riqueza, la criptomoneda se utiliza como reserva de valor, por lo tanto, es fundamental para todos estos individuos que se esmeran por cuidar sus ahorros y tenerlos como reserva de valor con cualquier moneda digital, tener confianza que sus ahorros están correctamente guardados en una billetera fría. Según Infobae¹⁵, las criptomonedas tienen una gran aceptación social en Argentina. Entre las causas que respaldan este “fenómeno” podemos encontrar a la creciente inflación, la cual se espera que alcance al 90% anual en diciembre de 2022 y la devaluación del peso argentino.

Otra cuestión al menos digna de ser tenida en cuenta es el hecho de la brecha social que se comenta en el país. Dentro de las máximas establecidas por la tecnología Blockchain y las criptomonedas, se encuentra la propuesta de un futuro más equitativo. Teniendo en cuenta que el país atraviesa un momento delicado, acercarnos al producto y a la marca de manera sensible y empática puede ayudar a contribuir con la máxima

¹⁵ Infobae. (22 de agosto de 2022). *Los argentinos siguen apostando a las criptomonedas pese a su volatilidad*. Infobae. <https://www.infobae.com/economia/2022/08/22/el-new-york-times-explico-por-que-los-argentinos-siguen-apostando-por-bitcoin-y-las-criptomonedas/>.

postulada.

Tecnológico:

El avance tecnológico a nivel mundial es de suma importancia para realizar nuestro negocio e impulsarlo. Con la tecnología Blockchain tomando un papel principal y logrando que incluso sectores por fuera de los financieros pongan sus ojos en la misma. Por ejemplo, la empresa de pasajes aéreos TravelX. Empresa la cual genera NFT`s a partir de pasajes aéreos.

Con la creciente popularidad de los criptoactivos, se volvió más común escuchar apariciones de noticias de gente que perdió las claves de recuperación de sus “cold wallets” y perdió activos valuados en millones de dólares. De acuerdo con una nota de Clarín¹⁶, se expone que según The New York Times, el 20% de la existencia total de los Bitcoins (Año 2022) han sido extraviados.

Es por eso por lo que “The Cold Bar” es el complemento ideal para mantener de por vida las contraseñas guardadas en una caja de seguridad, en tu casa o donde uno quiera.

Es importante recalcar que el contexto tecnológico es favorable y es muy importante como motor propulsor de nuestra idea. El desarrollo de nuevas tecnologías es periódico por ende “The Cold Bar” no tiene fecha de expiración, no es un “once in a lifetime product”, en otras palabras, la oportunidad de seguir creciendo va de la mano del avance tecnológico.

Ecológico:

En cuanto al contexto ecológico, en Argentina y en la región se están teniendo

¹⁶ Clarín.com. (23 de septiembre de 2021). *Increíble: 140 mil millones de dólares en Bitcoin se pierden porque sus dueños olvidaron sus contraseñas*. Clarín. https://www.clarin.com/internacional/increible-140-mil-millones-dolares-bitcoin-pierden-duenos-olvidaron-contrasenas_0_SV9saBIhd.html?pwclarin-g

en cuenta y replicando las tendencias a nivel global. El reciclaje y la conciencia a la hora de fabricar productos, sin importar la industria, está generando mucha tracción. Al mismo tiempo, también resulta de importancia para muchas personas a la hora de tomar una decisión de compra.

Es por eso que “The Cold Bar” tendrá procesos de fabricación “Eco Friendly”. y se va a asegurar de seguir paso a paso las reglamentaciones en cuanto a contaminación en el armado del producto. De todos modos, no es determinante para nuestro proyecto.

Legales:

En cuanto a las aristas legales, lo primero que resulta importante destacar es que el Banco Central de la nación argentina está al tanto de las criptomonedas. Cuando mencionamos que está al tanto, significa que las reconoce y que trabaja en torno a poder brindar un marco regulatorio. Las ganancias provenientes de criptomonedas, se encuentran alcanzadas por el impuesto a las ganancias argentino. De todos modos, existe una diferenciación. Como renta financiera, la compraventa de criptomonedas está sujeta a una alícuota del 15% de Ganancias. Estas también se encuentran alcanzadas por el impuesto a los Bienes personales.

Otra cuestión importante que considerar es que aquellos “exchanges” o plataformas que se encuentren bajo jurisdicción argentina, deben informar al organismo (AFIP) de: Los titulares de las cuentas, los montos operados y saldos finales.

En lo que respecta a nuestro negocio, nuestro producto no se vería afectado por una futura regulación o por la situación actual. En caso de que se aproxime un régimen regulatorio estricto, esa situación nos puede favorecer. La demanda de “cold wallets” podría verse afectada de manera positiva y en consecuencia la demanda de “The Cold Bar”. Es pertinente recordar que las “cold wallet” no tienen un dueño (Nombre y apellido), a estas tiene acceso quien tiene la “seed phrase”. Diferente es en los “exchanges” centralizados,

en los cuales se requiere hacer el proceso de “KYC” por sus siglas en inglés “Know your Customer”. Este proceso consta de asignar un determinado “wallet” ID a una persona, ya sea física o jurídica.

2.2 Análisis FODA

En relación al análisis FODA, buscaremos explorar de qué modo podremos utilizar posteriormente nuestro contexto interno y externo para poder maximizar nuestras posibilidades de éxito. Se mencionan nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Fortalezas:

-Socios clave en Argentina, entre ellos el ingeniero mecánico y especializado en metalúrgica Juan Carlos Azpeitia. También es dueño de la empresa Bridabal, la cual trata con empresas del sector.

-Experiencia en el sector de los cripto activos, lo cual facilita una correcta comunicación y entendimiento de las necesidades del consumidor.

Debilidades:

-Falta de recursos propios.

-Dificultad para acceder al mercado de capitales.

-Necesidad de generar una gran masa de clientes para generar ganancias.

-Falta de experiencia en materia de emprendedurismo.

- El hecho de ser un producto en cierta medida desconocido.

Oportunidades:

- Al ser un mercado de constante cambio, con jugadores entrando y saliendo permanentemente, si los socios claves siguen posicionados de la forma en la que están. Dentro de estos socios claves los productores de “cold wallets” (Ledger y Trezor). Si logramos posicionarnos, se puede obtener gran rédito.

-Aumento en la utilización de la Blockchain. Lo cual resulta en el quebrantamiento de barreras geográficas, permitiendo llegar a todos los rincones del planeta. Según Statista¹⁷ el crecimiento de “wallets” fue de 80000%, es decir que en el año 2013 había 100.000 direcciones de “wallets” entre “cold” y “hot”. Para el año 2021 el número registrado de direcciones sobrepasaba los 80 millones.

-Crecimiento en la inversión de cripto activos. Sumado a personas más conscientes y responsables a la hora de invertir en activos. También hay que sumarlo a la inflación que se fue desarrollando en gran parte de los países del mundo, luego del Covid-19.

-El hecho de ser pioneros en la industria argentina ofreciendo placas para grabar la “Seed Phrase”.

-Mercado en constante crecimiento y con mucho movimiento de dinero.

-La posibilidad de generar alianzas con las empresas Ledger y Trezor para comercializar nuestro producto junto con el suyo.

¹⁷ Statista. (24 de enero de 2022). *Blockchain: número de wallets a nivel mundial 2013-2021*. <https://es.statista.com/estadisticas/1236529/blockchain-numero-de-carteras-a-nivel-mundial/>.

Amenazas:

- La posibilidad de que el mundo criptográfico sea una “burbuja” financiera, que no funcione como reserva de valor.
- Producto fácil de ser imitado, hay pocas barreras de entrada en la industria.
- La dependencia en términos de materia prima, por parte de nuestros socios claves.
- Dificultad de hacer cambiar a los individuos que prefieran tener sus activos online.
- Regulaciones y prohibición como moneda de cambio de las criptomonedas.
- Los competidores que se encuentran en los principales e-commerce del país. Entre ellos los retailers que comercializan el producto (Safe pal) y Crypto Tag.

San Andrés

2.3 Las 5 fuerzas de Porter

Poder de negociación del cliente (Alto):

El cliente tiene la posibilidad de no elegir “The Cold Bar”. Este podría optar por ingresar a un e-commerce y encontrar una alternativa importada. El trabajo nuestro radica en educar a nuestro cliente y diferenciarnos en términos no solo de producto, sino también de servicio. Transmitir confianza y dar un buen servicio, puede convertir al cliente en “Patrocinador” o Embajador de la marca. Ser transparentes y claros en la comunicación es de suma relevancia. Es un producto el cual, si no se lo comprende, genera una pérdida inmediata para el consumidor. Esto debido a que, si se graban

mal los números, no hay vuelta atrás.

Poder de negociación de los proveedores (Bajo):

Teniendo en cuenta que nuestros proveedores son las fábricas de titanio o acero. Dependemos en gran medida de ellos, si hay escasez y el precio aumenta nos puede llegar a afectar en gran medida. Al mismo tiempo, teniendo en cuenta que nuestros pedidos no serán grandes también nos representa un problema. De igual manera, hay muchos proveedores de acero en Argentina. Algunos de ellos son: Garibaldi, AMS, Metapol, Sidersa, Ternium y Provinox. Es por lo mencionado anteriormente que tendremos la posibilidad de evaluar diferentes precios y servicios para seleccionar el más conveniente. Al mismo tiempo consideramos que nuestro poder de negociación es bajo.

Rivalidad entre las empresas (Bajo):

Actualmente en la Argentina no existe ningún producto de producción nacional similar. La competencia es indirecta y son los importadores. La realidad es que hoy por hoy los competidores son pocos, sin embargo, como mencionamos anteriormente, estos son productos que existen en el mercado global y si bien la producción nacional va a hacer de este producto un producto escalable y rentable, no quiere decir que en un futuro estos mismos importadores decidan inclinarse por un sustituto y lo escalen a tal punto de hacerlo rentable. Actualmente ellos hacen ingresar al país productos de características similares al que fabricaremos. La mayoría de ellos operan por medio de plataformas de comercio electrónico tales como Mercado libre. Algunos de ellos optan por tener puntos de venta propios en los que venden diversos productos.

En términos de la escala que propone Porter, es baja la rivalidad entre empresas. Ya que estos no podrán tener precios competitivos. Estos se enfrentan a costos de importación, transporte e inclusive de comisiones

cobradas por la plataforma y también a los relacionados a un local en caso de tenerlo. El hecho de que la venta no esté intencionada o dirigida a un segmento estudiado y particular también hace que pierdan competitividad.

Amenaza de los nuevos entrantes (Alto):

Si bien la industria de las criptomonedas está en auge, todavía hay mucha desinformación. Son pocas las personas que comprenden la tecnología en la cual se basan. Al mismo tiempo, son pocos los que utilizan el tipo de almacenamiento en frío. Según Business Wire¹⁸, el tamaño total del mercado de “Cold Wallets” es de doscientos dos mil cuatrocientos millones de dólares. Lo cual, comparado con cualquiera de las criptomonedas con mayor capitalización de mercado, hace que este número se vea pequeño. De igual manera, en Business Wire exponen que el tamaño de mercado de este tipo de “Hardware” alcanzará los ochocientos setenta y siete mil seiscientos noventa millones de dólares para el año 2026.

La clave se encuentra en tener un rápido posicionamiento en el mercado y acaparar la mayor porción desde un principio. El producto es de fácil de imitación. Esta es una desventaja de la cual se debe estar constantemente alerta.

Amenaza de nuevos productos sustitutos (Bajo):

La amenaza de productos sustitutos es en principio los softwares de encriptación. Mediante una serie de algoritmos, estos encriptan una carpeta. Lo cierto es que podrían existir productos con características similares con otro tipo de materiales. Se estaría hablando de una situación hipotética.

¹⁸ *Global Hardware Wallet Market 2021-2026: Exchange Hacks Driving Investment in Safer Cold Storage Wallets - ResearchAndMarkets.com.* (29 de Octubre de 2021). Business Wire. <https://www.businesswire.com/news/home/20211029005446/en/Global-Hardware-Wallet-Market-2021-2026-Exchange-Hacks-Driving-Investment-in-Safer-Cold-Storage-Wallets---ResearchAndMarkets.com>

Competidores

Dentro de la República Argentina, no hay ninguna empresa que realice este tipo de productos. Sin embargo, dentro de ciertos e-commerce se pueden encontrar productos similares importados. Dentro de Mercado Libre¹⁹, el principal e-commerce de América Latina podemos encontrar un retailer el cual vende un producto similar (Safe Pal). El precio del mismo es de \$22.662. Si bien los datos acerca de las ventas totales no están disponibles, estos realizaron 497 ventas en el mes de septiembre de 2022. Por último, hay un vendedor en Mercado Libre²⁰ el cual tiene un producto muy inferior en términos de calidad y de diseño, el cual realizó 70 ventas en los últimos 60 días. El producto que este ofrece no tiene nombre y su precio es de \$9.400.

De igual manera, tenemos competidores directos e indirectos. Los directos son aquellas marcas que ofrecen productos similares para el guardado de claves tales como Crypto Tag. El precio de la este producto en Argentina, según una publicación de Mercado Libre²¹ es de \$95.000.

Dentro de los indirectos podemos encontrar a las “Hot Wallets”, si las personas optan por almacenar sus cripto activos de este modo no es necesario contar con “The Cold Bar”

¹⁹ (n.d.). https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1135713191-placa-respaldo-semilla-safepal-cypher-wallet-btc-eth-bnb-usd-_JM
Copy to clipboard

²⁰ (n.d.). https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1100669629-2x-billetera-cripto-acero-ledger-trezor-clave-privada-backup-_JM#position=10&search_layout=stack &type=item&tracking_id=d6544556-e2b9-4373-b445-201bc07f7998

²¹ (n.d.). https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1154252533-cryptotag-zeus-tus-frases-semilla-seguras-_JM#position=5&search_layout=tab&type=item&tracking_id=0e411871-dcd3-45ba-af16-4c2ab4b86efa

Capítulo 3: Modelo de Negocios CANVAS

En esta sección se desarrollará el modelo de negocios Canvas, propuesto por Osterwalder y Pigneur (2021). Aquí se buscará exponer los puntos clave para el desarrollo del negocio. También visualizar la manera de maximizar las ventajas para poder llevar a cabo un plan de ejecución.

Partners: Dentro de los socios estratégicos, a largo plazo encontraremos a los fabricantes de “Cold wallets” (Trezor, Ledger). Estos vendrían a ser el complemento a nuestro producto. Una vez que aquellos que inviertan en cripto activos y quieran pasar sus pertenencias a su billetera fría, ahí nace la utilidad de nuestro producto. Es por eso por lo que, en el largo plazo, idealmente sería asociarnos con estos fabricantes para que no se pueda pensar uno sin el otro. En el corto plazo, idealmente sería tener convenios con “youtubers” pertenecientes a canales de noticias sobre el mundo de cripto activos, conferencias de criptomonedas y cualquier actividad de consumo masivo que tenga como eje central las criptomonedas.

Key resources: Dentro de los Key resources, encontramos el acero. También a los diseñadores. Y al punzón para poder marcar la placa.

Key proposition: En la propuesta de valor, ofrecemos un producto el cual otorga seguridad en el guardado de claves. Haciendo con un diseño único y de vanguardia, sencillo el cual genera armonía y al mismo tiempo prácticamente indestructible.

Customer segment: El segmento está compuesto por todos los consumidores que tengan inversiones o utilicen a los cripto activos como reserva de valor y dispongan de una “cold wallet”. Ya que “The Cold Bar” se sostiene sobre el cimiento de ser algo durable y confiable para que las contraseñas de sus billeteras frías perduren por siempre en el producto. Es un consumidor exigente, busca fiabilidad en un producto, es meticuloso y valora la simpleza en las soluciones. También hay que tener en cuenta que

pertenece al segmento del sector socioeconómico ABC1, C2 e inclusive C3. Vemos como se democratizó el rubro por la facilidad que encuentran los consumidores para operar e invertir a través de distintos exchanges.

Canales de venta: La estrategia para los canales de venta difiere a lo largo del proyecto. Para la primera etapa, este se estará vendiendo a través de canales directos e indirectos. Estos son el sitio web del emprendimiento, junto con comercios online como MercadoLibre. Y en un mediano plazo se buscará incluir retailers, los cuales se alineen con las necesidades de la empresa. Estos contarán con un precio preferencial, todavía a definir ya que no será al principio de las operaciones. Creemos que un atractivo para ellos podría ser un margen del 15% de ganancias neto. Lo mencionado resultante de lo expuesto por Shneir en un artículo de Camino Financiamiento²², en donde los márgenes de ganancias netos de los comercios minoristas son del 5%.

A largo plazo, idealmente sería que se venda en conjunto con las ventas de Ledger y Trezor, como complemento de la billetera fría. También la venta a través de locales de “consumo masivo” como Fravega, Musimundo o un Multimarca.

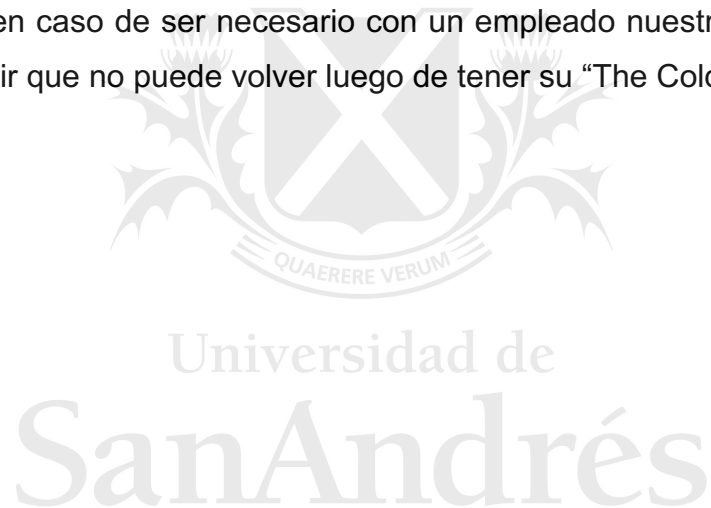
Revenue streams: Los ingresos son principalmente por ventas. A lo mejor uno cree que dadas las características del producto pareciera que todo indica que se compra una sola vez. Pero la realidad es que: no sólo puedes tener más de una billetera fría por consumidor, sino que, también puedes comprar más de una “The Cold Bar” para, por ejemplo: tener una en la caja de seguridad del banco, otra en tu casa y otra en casa de tus padres por dar un ejemplo. Además, probablemente aparezcan más empresas como Ledger y Trezor, y a su vez, estas siguen sacando productos más fiables y

²² Schneir, J. (6 de diciembre de 2022). *Margen de ganancias en las industrias más comunes*. Camino Financiamiento. <https://www.caminofinanciamiento.com/es/margen-de-ganancias-en-las-industrias-mas-comunes/>

con mejoras en su interfaz por ende el producto va a seguir teniendo valor a lo largo del tiempo.

Estructura de costos: Research and development. El acero y los punzones. También los componentes del packaging. El depósito para guardar los productos. Por último, el corte, el diseño de la plancha de acero y el punzón.

Customer relationship: La relación con el cliente es de transparencia desde el primer momento. Queremos que confíen en depositar sus claves en nuestro producto, por ende, en nuestros materiales. El cliente debe sentir que la empresa también valora el mercado en el cual ellos están inmersos. Estaremos atentos a cualquier duda que tengan respecto al producto con un “chat bot” y en caso de ser necesario con un empleado nuestro. El cliente no debe sentir que no puede volver luego de tener su “The Cold Bar”.



Capítulo 4: Plan de Marketing

4.1 Segmento Target y Arquetipos

Para poder realizar el siguiente apartado, se recurrió a diferentes fuentes de datos para entender el segmento al cual tenemos que acceder.

Los usuarios de criptomonedas pueden tener cualidades y fines muy diferentes en la utilización de estas. En primer lugar, entrevistamos a Tomas Ferreiro, marketing manager de Blockchain.com. Este resaltó las características más importantes para identificar a los segmentos target dentro de la industria de los cripto activos. El manager resalta, que la edad, conocimiento del mercado y la industria, predisposición al riesgo, educación formal, capacidad de asumir pérdidas, tiempo disponible, entre otras.

En segundo lugar, se realizó una encuesta a través de “Google Forms”. La misma fue realizada por Ramiro De Jesús y Pedro Barros y entregada a un grupo de “Friends and Family”, de este grupo respondieron 67 personas. El objetivo de la encuesta fue el de poder identificar si lo postulado por lo del empleado de Blockchain.com se ajustaba o si podíamos identificar variables extra. También poder analizar la aceptación del producto y el precio que los potenciales clientes estarían dispuestos a pagar.

En tercer lugar, Zendesk, empresa nacida en San Francisco tiene una visión muy clara de lo que se debe conocer de un cliente o de uno potencial. La empresa nacida en San Francisco, según Hashimura, H en RedK²³ líder en software para atención al cliente nos menciona algunas. Entre estas la cantidad de tiempo que los usuarios pasan frente de las pantallas de sus dispositivos, duración promedio de las sesiones.

²³ Hashimura, H. (17 de mayo de 2022). *Zendesk acquires Momentive: What it means for Zendesk customers*. Redk. <https://www.redk.net/en/blog/zendesk-acquires-momentive-what-it-means-for-zendesk-customers/>

Al menos en una primera etapa, el usuario de “The cold Bar” es conocedor tanto de la industria como de la tecnología y los riesgos aparejados. Este es consciente de los riesgos que se corren teniendo a los activos en la red y prefiere tenerlos en su poder.

Cold Dave

Cuando hablamos de Cold Dave, hacemos referencia a un perfil de persona “techie”. Tiene entre 28 y 40 años, con educación formal que alcanza la formación universitaria. Prefiere trabajar en compañías las cuales guardan relación con el mundo de la tecnología (sin necesariamente importarle el rubro). Tiene una confianza que puede incluso llegar a ser un tanto desmedida en las criptomonedas. Puede tener inversiones en los mercados tradicionales, pero no sería lo más común. Cold Dave valora mucho la privacidad. Esto le parece algo primordial a la hora de tomar decisiones de cualquier índole. Es probable que ya cuente con una “cold wallet” y que tenga sus claves anotadas en papeles. De los tres tipos de consumidores, este conoce los riesgos de tener sus cripto activos en exchanges y de guardar las claves en su computadora.

Hay que tener en cuenta que, debido a su perfil, en lo que respecta a su trabajo, este sea del tipo que prefiere hacer Home office o remoto. Esto cobra relevancia ya que la manera de llegar a este consumidor, sin dudas es por medio de las redes o por algún sistema publicitario del tipo Google Ads.

Cold John

Cuando hacemos referencia a Cold John, hablamos de un perfil de persona a la cual le interesa mucho lo que piensan los demás. Cuando nos referimos a Cold John hablamos de un cliente joven. La edad de este se encuentra en un rango que oscila entre los 18 y 26 años de edad. La complicación del perfil, es que resulta difícil imaginar el medio por el cual llegar a este consumidor (es muy amplio). Lo cierto es que este funciona

como patrocinador, si tiene una buena experiencia no dudará en compartirla. Disfruta de tener conversaciones sobre criptomonedas, tokens y demás ya que le resulta interesante y atractivo.

La primera vez que invirtió en cripto activos, fue porque algún amigo o conocido le mencionó de la potencialidad y de los retornos que podría generar.

Este no comprende la tecnología subyacente a las criptomonedas (Blockchain). Su incentivo a realizar acciones es la opinión de los demás. Este no conoce los riesgos asociados a tener sus activos en los Exchanges y lo más seguro es que no tenga una Cold Wallet. Si alguien le menciona los riesgos asociados a tener los activos de esa manera, lo más probable es que opte por adquirir una Cold Wallet.

Cold Dollar

Por último, tenemos a Cold Dollar. Este es un tipo de perfil, el cual únicamente está interesado en las stablecoins. Es una persona que tiene entre 45 y 60 años, la cual su foco se encuentra en no perder contra la inflación de Argentina. Está al tanto de la situación macroeconómica global y del nivel inflacionario de los Estados Unidos. Igualmente, opta por comprar dólares y stablecoins.

Este es sumamente desconfiado, ya sea de un banco, exchange o cualquier otro intermediario. Este recurrirá solamente al exchange para obtener sus stablecoins, no le interesa que le generen un rendimiento. Probablemente haya atravesado el “Corralito” con una experiencia totalmente negativa.

Es sumamente factible que ya tenga una Cold Wallet. A este le preocupa el hecho de que las claves están en un papel y está dispuesto a escuchar una solución a ese problema. Si bien su mirada está muy centrada en sus creencias, presta atención a los más jóvenes. En últimas fueron estos quien le mostraron la tecnología. Cualquier decisión que tome, será

pensada y tomada con mucha cautela.

Si bien, se encuentran los tres perfiles mencionados precedentemente hay datos que permiten hablar en términos generalistas. Estos sirven para entender la potencial demanda del producto. A través de los resultados de la encuesta, nos encontramos con la sorpresa de que más de la mitad de los encuestados conocían la diferencia entre los diferentes tipos de almacenamiento (a pesar de que la muestra de nuestra encuesta eran perfiles que conocen el mundo de las criptomonedas). Igualmente, solo el 34,2% de los encuestados opta por utilizar el tipo de almacenamiento en frío. De aquellos que tenían “Seed Phrases”, el 100% guardaba sus claves en lugares vulnerables.

A partir de la evidencia, al momento de responder si tendrían un producto para guardar sus claves en un lugar indestructible, el 98% de los encuestados respondió afirmativamente. Y únicamente el 26,1% de ellos respondió que pagaría 30 usd (precio el cual no alcanza para cubrir los costos). Puesto en otras palabras el 73,9% estaría dispuesto a pagar el producto por encima de nuestro punto de equilibrio e inclusive en precios de alto margen de rendimiento. Tomando como partida la encuesta realizada, podemos asumir que el 34,2% de los encuestados tienen “wallets” no custodiadas por lo que podrían ser potenciales clientes de “The Cold Bar”. Ante la falta de datos acerca de la industria de “cold wallets”; Y teniendo en cuenta lo mencionado acerca de que el 73,9% estaría dispuesto a pagar el precio que dejaría margen (17 personas), podemos decir que nuestra base de clientes potenciales es del 25,37%.

De acuerdo a lo expuesto en el informe del Cronista, 8 de cada 100 argentinos tienen criptomonedas. Es decir que 3,79 millones de argentinos tienen criptomonedas. Este número resultante del 8% de argentinos (Según María Centenera en un escrito para el diario El País²⁴) que poseen

²⁴ Centenera, M. (20 de mayo de 2022). *El censo provisional de Argentina registra que hay casi tres millones más de mujeres que de varones*. El País Argentina. <https://elpais.com/argentina/2022-05->

este tipo de activos. De este modo y realizando un paralelismo con los datos recopilados de la encuesta realizada, podemos afirmar que 2 millones de argentinos conocen la diferencia entre almacenamiento en caliente y en frío. Y 1,61 millones de argentinos, tienen “Seed Phrases”. Es decir que los 1,61 millones de argentinos sería el universo total de personas en el mercado.

A partir de lo mencionado, es importante marcar que, de los 1,61 millones del universo total, el 92% de estos estaría dispuesto a tener un producto indestructible para guardar su “Seed Phrase” (1,48 millones de personas). Y que 1,1 millones de argentinos estarían dispuestos a pagar por encima de nuestro precio. Si bien estos números pueden resultar algo forzados, ante la falta de información sobre los tenedores de “hot wallets”, es la única forma que tuvimos de cuantificar a nuestro segmento de clientes.

4.2 Marketing Mix

Precio: La estrategia de “Pricing” consistirá en establecer un precio de \$18.000 por una “The Cold Bar”. Más allá de un precio por encima de los costos y estar en zona de ganancias, se posiciona estratégicamente por debajo de productos tales como Safe Pal (\$22.262) y Crypto Tag (\$95.000). La diferencia de precio, no radica en materiales respecto de Crypto Tag, está hecha de acero. Este producto es comercializado en otros países en donde la disposición a pagar es mayor.

De esta manera logramos ofrecer un producto, con características y terminaciones con detalles sutiles a un precio por debajo de los productos similares que podrían encontrarse en el país.

Producto: La idea inicial es la de realizar una placa prácticamente indestructible en la cual se puedan grabar las palabras de recuperación. Como se mencionó anteriormente esta tendrá espacios para grabar

20/el-censo-provisional-de-argentina-registra-que-hay-casi-tres-millones-mas-de-mujeres-que-de-varones.html.

números que representan palabras dentro de lo conocido como sistema BIP-39.

Plaza: Poniendo el foco en los canales mediante los cuales haremos llegar el producto a nuestros clientes, hay ciertos factores para tener en cuenta. El principal de estos es el hecho de que si bien tendremos presencia en diferentes sitios de e-commerce, nuestra ganancia se verá afectada notablemente. Lo dicho precedentemente ya sea en torno a las comisiones o condiciones puntuales del e-commerce. Estas pueden afectar a nuestro planeamiento y resultar al mismo tiempo en mayores costos.

Lo ideal sería lograr concretar la mayor cantidad de ventas a través de nuestros canales directos o retailers seleccionados. Resulta importante hacer hincapié en el hecho de los canales directos, ya que es mediante estos que logramos el acercamiento deseado con el cliente. Comunicar correctamente el correcto uso del producto, resulta un pilar fundamental para sostener la relación con el cliente. El temor más grande que representan los canales “indirectos”, es que haya un costo oculto demasiado grande. Esta es la imagen de nuestra marca afectada por un manejo inadecuado o al menos no a la altura de nuestros estándares.

La cautela para elegir a los retailers en el inicio será de suma importancia. A largo plazo, teniendo nuestra marca establecida, con una industria más establecida buscaremos retailers de “consumo masivo”.

Promoción

Teniendo en cuenta el plan de promoción, se entregó el presupuesto detallado a la agencia de marketing para que realicen la distribución acorde a su criterio. Habrá publicidad paga y orgánica. Al mismo tiempo, la publicidad también se separó en medio tradicionales como en otros online. Los diferentes canales en los cuales se realice la publicidad tienen el objetivo último de alcanzar a todos los perfiles que introdujimos anteriormente.

En lo que respecta a “Social Media (Paid)” Marketing, haremos publicidad tanto en Facebook como en Instagram. Esto a través de las herramientas que presenta la “Holding Company” de las dos redes sociales mencionadas anteriormente.

En torno a “Influencer Marketing”, se buscará alcanzar a personalidades las cuales sean reconocidas no solamente en el ámbito de las criptomonedas. Dentro de los seleccionados podemos encontrar a Carlos Maslatón y a Nicolás Rosso.

“Social Media (Organic)” Marketing, es aquella parte del presupuesto que se dedicará para la producción de los posts en las diferentes redes sociales.

En relación con el “Traditional Marketing”, se realizarán carteles y “folletos”. Si bien el retorno de este tipo de acciones es difícil de medir, esta tiene un objetivo claro. El mismo será el de generar una interacción con el cliente o con el potencial, y lograr cercanía al mensaje que queremos entregar en lugares en donde los mismos se sientan cómodos. De este modo buscamos también validar con algún mensaje que lo tradicional muchas veces sigue siendo más confiable. Este tipo de publicidad será colocada en lugares muy específicos, teniendo en cuenta a nuestros clientes target. Se buscará colocar la misma en eventos los cuales sean a fin, un ejemplo podría ser el evento “Labitconf”.

Para potenciar la exposición de nuestro producto, lo haremos por medio de SEO y ASO. De esta manera lograremos aparecer primero en las búsquedas que las personas realicen en los diferentes navegadores.

En último lugar, se buscará invertir en la realización de un Podcast de concientización acerca de los riesgos en el mundo de las criptomonedas. Aquí se buscará expresar los peligros y riesgos que se corren en las diferentes situaciones. Ya sea almacenamiento en “Hot” o el guardado de las claves de los dispositivos “Cold” en “lugares” vulnerables.

Capítulo 5: Operaciones del Negocio

5.1 Estructura de Operaciones

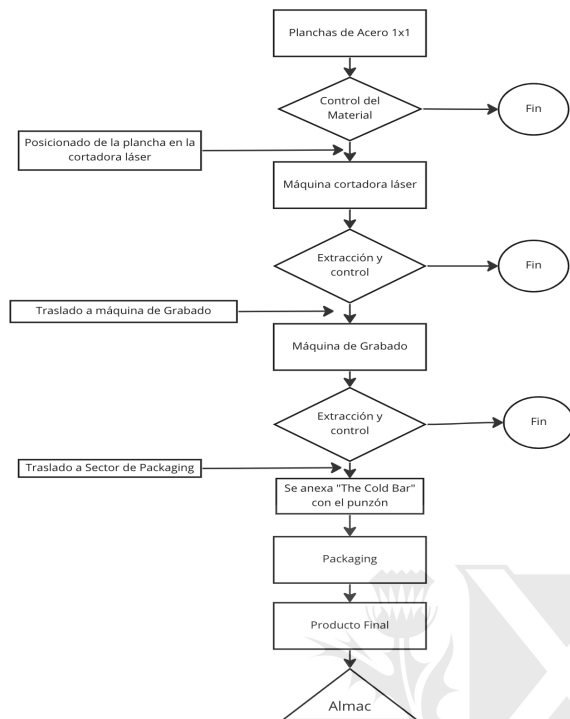
En esta sección se podrán observar los procesos de “The Cold Bar”. Se detallará la intervención tanto de la producción, logística y distribución. Lo mencionado precedentemente teniendo en cuenta que la máxima que hemos tenido desde el comienzo de la planificación de este modelo de negocios es la de trabajar y aprender de los mismos procesos que tengamos. Al mismo tiempo la reactividad al cambio, tal como la que propone Palacios (2018). En donde en términos generalistas expresa que la habilidad de cambiar en el momento indicado es el “mantra” de cualquier empresa o unidad de negocios.

5.2 Procesos de “The Cold Bar”

5.2.1 Flujo de Proceso de Fabricación de “The Cold Bar”

El flujo de procesos que se puede observar a continuación corresponde a el de la fabricación de “The Cold Bar”. En el mismo se puede observar el proceso desde que las planchas de acero arriban al depósito, hasta que el producto final se almacena luego de ser acomodado en su respectivo empaque.

Gráfico 3: Flujo de Proceso de Fabricación de “The Cold Bar”



5.2.2 Proceso de Distribución y Logística

Gráfico 2: “Proceso de Distribución y Logística”



Los pedidos que recibiremos por parte de los clientes serán tanto por nuestro e-commerce como por otros no propios. Dentro de las plataformas de venta no propias, podemos encontrar a Mercado Libre. El envío del producto quedará a cargo del cliente, en todos los casos. Cuando se trate de nuestro e-commerce se utilizará el Correo Argentino u OCA. En caso de que el pedido surja a través de Mercado Libre, el mismo será bajo el

régimen de la empresa unicornio (Mercado envíos²⁵). Está en sus dos principales variantes, Full y Flex. Estos modelos brindan un excelente servicio y trae tranquilidad a los compradores porque están sustentados en una multinacional de primer nivel como lo es MercadoLibre. Tiene incluidas grandes ventajas tanto como para el comprador como para el distribuidor. Entre ellos devolución entre los primeros 30 días. Seguimiento de envíos para ambas partes, los paquetes están asegurados y el cobro es más rápido. Es pertinente recalcar que la empresa no incurrirá en ningún costo de envío, este queda en manos del comprador.

Materia Prima y Materiales

El acero es la materia prima principal, la cual nos permite realizar nuestro producto. Dentro de la familia de los aceros inoxidable, y bajo recomendación de nuestro proveedor es que decidimos usar el Acero Inoxidable 430. Es una aleación la cual respeta los estándares del producto que queremos ofrecer (resistente a altas temperaturas y a la corrosión).

Teniendo en cuenta que nuestro producto depende enteramente del acero inoxidable, es que conseguimos dos proveedores en caso de que se presente algún inconveniente. Ambos proveedores accedieron a realizar el envío de planchas de tamaño 1 metro por 1 metro.

Los punzones los compraremos directamente a un proveedor, los mismos también serán de acero inoxidable.

Máquinas

Para la producción del producto “The Cold bar” se necesitan dos

²⁵ Costos por ofrecer envíos gratis por Mercado Envíos.
(n.d.). https://www.mercadolibre.com.ar/ayuda/costos-envios-gratis_3482

máquinas. La primera de ellas para realizar el corte de las placas 1x1 y luego una máquina de grabado para realizar las marcas correspondientes en las placas. Ambas máquinas pueden ser adquiridas en el mercado local.

Imagen 4: Máquina de Grabado (M2030 Sideco)



Imagen 5: Máquina de corte (Pantógrafo Láser Odyssey 130w)



Capítulo 6: Inversión, Costos Y Finanzas

En esta sección se realizará el análisis de la inversión principal, los costos y elementos financieros para poder llevar a cabo el proyecto de “The Cold Bar”. Se explicará con mucha atención al detalle todos los aspectos que competen para armar una proyección sobre la inversión inicial del negocio. Se tendrán en cuenta los costos fijos y variables de este, como también la proyección de los flujos de fondos futuros traídos a presente para los próximos cinco años, así como también se presentará un balance, un estado de resultados y los retornos esperados por los inversores. Para tener mayor claridad con los números y dado el contexto económico de la Argentina, se optó por contemplar una inflación proyectada anual del 79,2% y un dólar a \$300 a tipo de cambio libre, y a \$150 a tipo de cambio oficial para el primer año del proyecto. De esta manera, simplificamos a lo largo del análisis la disparidad de precios y fijamos una tasa de inflación para los próximos años.

6.1 Inversión Inicial

Para el correcto lanzamiento del producto, conformado por el desarrollo tanto de la página web, la negociación con proveedores, la creación, registro y constitución de la sociedad, los bienes muebles (tanto el lugar donde va a estar situado el taller, como las diferentes máquinas y herramientas necesarias para la correcta creación del producto). Del mismo modo se deberá incurrir en la compra de los punzones, los cuales los adquiriremos por medio de un tercero. Esta compra la realizaremos con la Bulonera Rosario y serán de la marca Tolsen. Incluye el juego de números y el punzón para realizar presión sobre los números.

También el patentamiento de la marca para así lograr estar oficialmente operativos. Luego de incurrir todos estos costos, hay que poner en funcionamiento el sistema de producción, sumado a esto, todos aquellos costos asociados con el producto final, el manejo de los desechos productivos y luego la negociación con los canales de distribución.

Acorde a nuestro pensamiento inicial, y a nuestras pretensiones para el correcto posicionamiento del producto y de la marca, los gastos más grandes son tanto el desarrollo de la página web, apuntamos a tener una página de primer nivel, dado que queremos ser un complemento a los productos que venden las marcas Trezor y Ledger, dos gigantes a nivel mundial en cuanto a billeteras frías de criptoactivos. El desarrollo de la página web lo va a llevar a cabo SkySon, una reconocida agencia digital para desarrollo de páginas web que nos va a cobrar un estimado de \$150.000.

Siguiendo con lo mencionado anteriormente, para la puesta en marcha es indispensable la constitución de la sociedad y el correcto registro de la marca. Para ello se contratará a un estudio de abogados Brouchou Fernandez Madero y a un escribano que entre ellos se encargaran de todos los aspectos jurídicos y legales para el funcionamiento de "The Cold Bar". Ambas costarán en total, \$150.000.

Con respecto a los bienes muebles, el taller es un taller viejo que necesita ser remodelado y acondicionado. El presupuesto acordado con la arquitecta es de \$1.200.000, esto contempla solo el armado de las instalaciones, conexión eléctrica y el armado general del taller. Además, la inversión en equipamiento es de \$13.300.000 aproximadamente, correspondiente a las máquinas (Pantógrafo Láser Odyssey 130w), computadores (MacBook air), escritorios, sillas y equipamiento para los empleados.

Para el registro, se está cobrando aproximadamente \$35.000 según expertos en el mercado de registros. Para el marketing, la proyección es de \$3.000.000, que va a estar liderada por la consultora de marketing digital HT. Van a ser los encargados de manejar todo lo que es la estrategia central de la publicidad, el posicionamiento en el mercado de los anuncios, el manejo de las redes y todo aquello relacionado a la promoción y el posicionamiento de TCB.

Por último, se destinarán USD 1000 a tipo de cambio oficial por año a una compañía de seguros para asegurar la fábrica, con un tope de póliza de hasta

U\$D15000.

6.2 Inversión Inicial – Proyecciones Propias

Tabla 2: Inversión Inicial

INITIAL INVESTMENT			
PRODUCT/SERVICE	QUANTITY	PRICE	TOTAL
WEB DEVELOPMENT			
SkySon	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
LEGAL ASPECTS AND SOCIETY			
Brouchou F Madero	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Escribano	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
PROPERTY PLANT & EQUIPMENT			
Restructuring & electricity	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
Machines	2	\$ 3.406.000,00	\$ 6.812.000,00
Mac Book Air	3	\$ 418.000,00	\$ 1.254.000,00
Furniture	9	\$ 60.000,00	\$ 540.000,00
Registration	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Employees Gear	9	\$ 75.000,00	\$ 675.000,00
Marketing agency			
Happy Together consulting	1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
INSURANCE			
Starr Insurance	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
TOTAL			\$ 13.991.000,00

Universidad de

San Andrés

6.3 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos a tener en cuenta una vez atravesada esta etapa de inversión inicial son, los gastos administrativos (Impuestos, cargas sociales, sindicatos, tarifas de electricidad y gas, internet y todo gasto que surja de la administración del negocio), la cantidad de ingresos de insumos y materia prima para el desarrollo del producto, sueldos de operarios, y estrategia de comunicación.

Ante la situación económica, y para tener a los empleados motivados, se estará pagando por operario una suma bruta de \$150.000 por operario, que a la empresa le resulta un total de \$197.198. (Tomando como referencia los valores de mercado para la jubilación, obra social, ART y PAMI) Para los administrativos, dado los precios de mercado que se manejan y el distinto

nivel de expertise para cada uno de ellos, se estará pagando un sueldo de \$265.000, que a la empresa le estará costando alrededor de \$84.230 más, redondeando un total de \$361.000.

Para asegurar toda la planta, y a los empleados, se destinarán 500 USD a tipo de cambio libre por mes, el equipo de abogados de la empresa cobrará un fee anual de \$100.000, el presupuesto para la divulgación y la estrategia de marketing ya está abonado al comienzo del proyecto y no requiere de un fee mensual, es el precio para estar en sociedad por los próximos 2 años con posibilidad de cancelación del compromiso previo a los 6 meses con una devolución del 40%.

Por el lado de los costos variables, más allá de los costos variables atados a la producción, el principal costo para el negocio va a ser la comisión del posnet de Mercado Pago. La estrategia para la cobranza va a estar atada a las comisiones de mercado pago para los cobros en tarjeta de crédito, que te libera los montos al pasar los 18 días y actualmente está en 3,56%. Los gastos en tarjeta de débito se debitan automáticamente. Dada la situación y el entorno del producto, vamos a ofrecer pagar vía Binance o cualquier Exchange con un precio promocional y un descuento del 5% abonando en criptomonedas.

Contemplando todos los factores determinantes mencionados anteriormente, el costo de producción asociado al proyecto para el desarrollo de una unidad del producto se desglosa de la siguiente manera: El producto en sí mismo (la cold bar) cuesta \$9.900 por unidad.

6.4 Proyecciones de Ganancias

En las siguientes líneas detallaremos cómo se generarán los ingresos de “The Cold Bar” para los próximos años. Para crear estas proyecciones, utilizamos el crecimiento de la industria Cripto a nivel global, sumado a nuestra audiencia target y su crecimiento en Argentina con relación al porcentual que

crece la industria Cripto a nivel global, las fluctuaciones en los precios dado la inflación, el crecimiento de nuestras ventas anuales en relación con los datos mencionados previamente y la tasa esperada de retorno de los accionistas para llevar adelante el proyecto.

Cabe aclarar que la única manera de hacerse de ingresos es a través de la venta de su único producto sobre sus diferentes canales de venta retail. La proyección de ventas fue de aproximadamente 500 "The Cold Bar" mensuales. Teniendo en cuenta que es un producto de nicho, las acciones de marketing y las cantidades que venden los competidores en Argentina creemos que alcanzaremos esa suma. La misma anualmente representa el 0,6% de la cantidad de potenciales clientes (1.1 millones).

El precio de "The Cold Bar" es de \$18.000 por unidad, idealmente, el precio estaría en aproximadamente 55 y 65 U\$D por unidad. Este precio a partir de la necesidad de tener un amplio margen de ganancia y de la estrategia de pricing anteriormente mencionada, a partir del precio de los competidores. El costo de producción unitario es de \$9.900, que se compone tanto de los gastos operativos para llegar a obtener el producto en nuestro taller como del producto en sí mismo. La plancha de acero de 1Mx1Mx0,02M tiene un valor de \$630.000 y se pueden hacer 100 unidades de la cold bar con una de esas planchas. Hay \$900 de packaging y \$2700 por punzón y números para marcar. Existen 500\$ que se componen de gastos generales y administrativos que para solventar el negocio se agregan al precio de la venta del producto.

Costo Unitario “The Cold Bar”

Tabla 3: Costo por Unidad “The Cold Bar”

COSTO UNITARIO	Precio
PLANCHA DE ACERO 1.1.0,02	\$ 6.300,00
PUNZON	\$ 2.700,00
PACKAGING	\$ 900,00
EMBALAJE	Mercado Envios/OCA
	\$ 9.900,00

Tabla 4: Costos Fijos

COSTOS FIJOS	PRECIO
ALQUILER	\$ -
EXPENSAS (G&A)	\$ 250.000,00
SALARIOS	\$ 558.198,00
	\$ 808.198,00

Según una estimación brindada por el Centro de Atención al Inversor del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires²⁶, hay datos del mercado, tales como la cantidad de personas físicas y jurídicas en Argentina que tienen en su haber criptomonedas como también el crecimiento esperado para este mercado gracias a distintas encuestas nacionales, se estima un crecimiento del 3,5% anual a 30 años. Esta tasa de crecimiento está directamente ligada a

²⁶ Centro de Atención al Inversor. (2021). Formas jurídicas para operar en el país. https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/formas_juridicas_para_operar_en_el_pais.pdf

la industria en una escala global, bajada a su impacto directo en Argentina y el “Cono Sur”. Actualmente, Argentina se encuentra en el puesto 13 mundial entre los países que más personas tienen criptomonedas en el mundo. Dentro de lo que es Latino América, Colombia, Brasil y Ecuador se encuentran dentro del top 15 Chainalysis²⁷. Esto va de la mano con la criptomoneda como reserva de valor ante monedas que sufren pérdida de valor real de su moneda.

A continuación, se visualiza como aumentan los ingresos conforme al crecimiento de la industria (considerando inflación), si bien los números crecen de manera abrupta, están ajustados por la inflación anual del casi 80%, a valor real, está creciendo sostenidamente. Una vez que estos flujos se traen al presente contemplando la inflación, se obtiene el valor real de la inversión de la proyección hoy en día, para poder verificar si tiene sentido llevar a cabo el proyecto.

Ventas Anuales (Por medio de Canales directos)

Tabla 5: Ventas anuales (Canales Directos)

	1	2	3	4	5
Ventas anuales	2400	2484	2559	2635	2714
Precio x producto minorista	\$ 18.000,00	\$ 32.256,00	\$ 57.802,75	\$ 103.582,53	\$ 185.619,90
Costo por producto	\$ 6.300,00	\$ 11.289,60	\$ 20.230,96	\$ 36.253,89	\$ 64.966,96
R&D	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
General & Administrative	\$ 500,00	\$ 896,00	\$ 1.605,63	\$ 2.877,29	\$ 5.156,11
Punzon	\$ 2.700,00	\$ 4.838,40	\$ 8.670,41	\$ 15.537,38	\$ 27.842,98
Packaging	\$ 900,00	\$ 1.612,80	\$ 2.890,14	\$ 5.179,13	\$ 9.280,99
COGS	\$ 22.800.000,00	\$ 42.287.616,00	\$ 78.052.790,11	\$ 144.066.717,87	\$ 265.912.585,18

Ventas anuales (Por medio de Retailers)

Tabla 6: Ventas anuales (Retailers)

²⁷ Staff, F. (14 de septiembre de 2021). *Adopción global de criptomonedas aumenta 881%*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/adopcion-global-de-la-criptomoneda-aumenta-881/>

	1	2	3	4	5
Ventas anuales	3600	3726	3838	3953	4072
Precio RETAIL por producto	\$ 12.600,00	\$ 22.579,20	\$ 40.461,93	\$ 72.507,77	\$ 129.933,93

El ingreso neto es la cantidad de ganancia contable que una compañía tiene después de pagar todas sus obligaciones. El ingreso neto nace de haberle restado a las ganancias por ventas los costos de mercadería vendida, gastos administrativos, depreciaciones y amortizaciones, intereses, impuestos y otras expensas.

Tabla 7: “Income Statement”

INCOME STATEMENT	2022	2023	2024	2025	2026
INITIAL INVESTMENT	\$ (15.991.000,00)	0	0	0	0
MARKETING	-	\$ (3.219.696,97)	\$ (4.633.455,77)	\$ (6.532.141,12)	\$ (8.815.834,75)
GROSS REVENUE	\$ 88.560.000,00	\$ 164.254.003,20	\$ 303.173.468,95	\$ 559.585.462,04	\$ 1.032.860.462,42
DISCOUNTS, PROMOTIONS, MARKDOWNS	\$ (1.549.800,00)	\$ (2.874.445,06)	\$ (5.305.535,71)	\$ (9.792.745,59)	\$ (18.075.058,09)
NET REVENUE	\$ 71.019.200	\$ 161.379.558	\$ 297.867.933	\$ 549.792.716	\$ 1.014.785.404
COST OF GOOD SOLD	\$ (54.084.000)	\$ (100.310.676)	\$ (185.149.434)	\$ (341.741.420)	\$ (630.772.643)
GROSS PROFIT	\$ 16.935.200	\$ 61.068.882	\$ 112.718.499	\$ 208.051.297	\$ 384.012.761
VARIABLE OPERATING EXPENSES					
FLAW PRODUCTS	\$ (442.800)	\$ (650.446)	\$ (1.913.974)	\$ (3.532.737)	\$ (6.520.584)
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL VARIABLE COSTS	\$ (442.800)	\$ (650.446)	\$ (1.913.974)	\$ (3.532.737)	\$ (6.520.584)
CONTRIBUTION MARGIN	\$ 16.049.600,00	\$ 59.767.989,96	\$ 108.890.551,18	\$ 200.985.823,75	\$ 370.971.594,04
FIXED OPERATING EXPENSES					
FULLFILMENT	0	0	0	0	0
GENERAL & ADMINISTRATIVE	\$ (16.200.000)	\$ (21.170.455)	\$ (27.532.283)	\$ (35.805.873)	\$ (46.565.719)
TOTAL	\$ (150.400,00)	\$ 38.597.535,41	\$ 81.358.268,12	\$ 165.179.950,58	\$ 324.405.875,14
EBITDA	\$ (150.400,00)	\$ 38.597.535,41	\$ 81.358.268,12	\$ 165.179.950,58	\$ 324.405.875,14
DEPRECIATION	\$ 663.888,89	\$ 838.243,55	\$ 1.058.388,32	\$ 1.336.348,88	\$ 1.687.309,20
INTEREST	0	0	0	0	0
EARNING BEFORE TAX	\$ 513.488,89	\$ 39.435.778,96	\$ 82.416.656,44	\$ 166.516.299,46	\$ 326.093.184,34
TAXES	\$ 107.832,67	\$ (8.281.513,58)	\$ (17.307.497,85)	\$ (34.968.422,89)	\$ (68.479.568,71)
NET INCOME	\$ 621.321,56	\$ 31.154.265,38	\$ 65.109.158,59	\$ 131.547.876,57	\$ 257.613.615,63

6.5 Estados Financieros

Para este segmento se analiza en profundidad y en detalle los números del proyecto para los próximos 5 periodos. La conformación de los ingresos, costos variables y fijos del negocio ya fueron explicados anteriormente, la tasa impositiva del proyecto es del 35%.

Se puede observar cómo se desarrolla el negocio, con un primer año donde la inversión inicial se ve reflejada en el ingreso neto negativo, con un 2do año donde el retorno comienza a ser positivo y un 3er año donde los números empiezan a ser alentadores. Los primeros tres periodos van a ser periodos de transición para poder ver una ganancia recién a partir del año 4. Van a ser periodos de transición hasta poder salir en el punto de equilibrio del proyecto de acuerdo con nuestras proyecciones.

Tabla 8: Valor Presente de los Flujos Futuros

EBITDA	\$ (150.400,00)	\$ 38.597.535,41	\$ 81.358.268,12	\$ 165.179.950,58	\$ 324.405.875,14
DEPRECIATION	\$ 663.888,89	\$ 838.243,55	\$ 1.058.388,32	\$ 1.336.348,88	\$ 1.687.309,20
INTEREST	0	0	0	0	0
EARNING BEFORE TAX	\$ 513.488,89	\$ 39.435.778,96	\$ 82.416.656,44	\$ 166.516.299,46	\$ 326.093.184,34
TAXES	\$ 107.832,67	\$ (8.281.513,58)	\$ (17.307.497,85)	\$ (34.968.422,89)	\$ (68.479.568,71)
NET INCOME	\$ 621.321,56	\$ 31.154.265,38	\$ 65.109.158,59	\$ 131.547.876,57	\$ 257.613.615,63
NPV		\$ 23.628.351,79	\$ 49.380.785,75	\$ 99.769.950,20	\$ 195.382.078,91

Para tener una correcta visualización sobre si verdaderamente tiene sentido avanzar con el proyecto, se adjudicó una tasa esperada para los accionistas, su “payback period” y el Valor Actual Neto del proyecto. Cuando uno hace una inversión, lo que uno busca es que el retorno compense el valor del dinero en el tiempo y los riesgos asumidos al hacer una inversión, ya que el valor del dinero hoy es más alto hoy que en el futuro. El valor del dinero en el tiempo contempla el costo de oportunidad de invertir esa misma cantidad en otro proyecto, siendo el costo de oportunidad la rentabilidad que ofrece un activo libre de riesgo como sería un bono del tesoro americano. Es por esto por lo

que se descuenta a través de una tasa para ver el valor real de la inversión a futuro. Para ello utilizamos el CAPM. El modelo “Capital Asset Pricing Model”, Según Levy, H (2011) utiliza para determinar el retorno esperado del proyecto. A su vez, se utiliza este retorno esperado para descontar los flujos en modelos de valuación relacionados a las operaciones del negocio, puntualmente al flujo de fondos de caja. El retorno esperado del capital se calcula de la siguiente manera:

Imagen 6: “Capital Asset Pricing Model”

$$CAPM = R_f + B * (R_m - R_f) + Country Risk + Inflation$$

Este método calcula el retorno esperado del activo con relación al nivel de riesgo, entonces va en línea para proyectar los flujos de fondos futuros traídos al presente para calcular la viabilidad o no del negocio.

Para el modelo utilizamos una tasa libre de riesgo, comúnmente se utiliza la tasa de un bono del tesoro estadounidense ya que estos no presentan riesgo de default dada la historia del tesoro americano y al ser Estados Unidos la economía más fuerte del mundo. Para ello seleccionamos el 10 year U.S Bond como libre de riesgo dado su nivel de liquidez en el mercado y su índice de riesgo. Para la BETA, si bien es sabido que el mercado cripto no tiene una beta, utilizamos la beta del índice ligado al BTC, llamado GBTC en el NYSE, que es una beta del 1,99 en relación al mercado. La beta quiere decir que básicamente si el mercado se mueve 100 bps, el GBTC se mueve 2 veces lo que se mueva el índice, implicando que este es un activo volátil. Como tasa de riesgo de mercado, utilizamos la variación en el mercado bursátil para el 2022 del 5,4% y dado que el proyecto se desarrolla en Argentina, le agregamos las primas de Riesgo País e Inflación, dado que son variables fundamentales para llevar una correcta contabilización sobre el futuro precio de los ingresos por venta y de ajustar acorde al aumento del índice de precios del consumidor.

Con todos estos valores, hicimos los cálculos y nos dictaminó un CAPM del 31,85%.

Tabla 9: CAPM “The Cold Bar”

CAPM				
RF	10 YR US BOND	3,72%		
BETA	GBTC	1,99	CAPM	31,85%
RM	MKR	5,6%		
RIESGO PAIS	ARG	24,4%		

Si bien el proyecto comienza a tener flujos positivos a partir del 2do año, el payback period del proyecto es a partir del mes 37 de comenzado el proyecto.

El Balance Sheet de una empresa es el informe que muestra a tal día de tal fecha un informe que muestra los recursos económicos de la compañía en un momento determinado, es como una imagen. Este es un balance proyectado donde se muestran los cambios en los activos al cierre de cada año contable, los cambios en las obligaciones al cierre de cada año y la participación de los socios sobre dichos recursos para los años que siguen. Es importante crear una proyección del balance de “The Cold Bar” ya que facilita la planificación estratégica de la empresa hoy, para el futuro. Mediante la elaboración de un balance proyectado, podrá ver los detalles financieros relevantes que necesita para planificar en consecuencia, lo que puede incluir la contratación de más empleados, sumar inversiones, la ampliación de las operaciones o la compra de equipos que mejoren la productividad y conduzcan a un aumento de las ventas. Sin un balance proyectado, es posible que no sepa qué pasos puede dar su empresa para alcanzar su objetivo o que no pueda comunicar por qué un particular o una empresa debería aportar capital a la compañía.

Tabla 10: “Balance Sheet”

	2022	2023	2024	2025	2026
ASSETS					
CURRENT ASSETS:					
CASH	\$ 1.500.000	\$ 2.688.000,00	\$ 4.816.896,00	\$ 8.631.877,63	\$ 15.468.324,72
ACCOUNTS RECEIVABLE	\$ (5.380.000,00)	\$ 19.680.433,92	\$ 36.325.357,71	\$ 67.047.892,25	\$ 123.754.317,60
PREPAID EXPENSES	\$ (269.000,00)	\$ 984.021,70	\$ 1.816.267,89	\$ 3.352.394,61	\$ 6.187.715,88
INVENTORY	\$ 8.940.000,00	\$ 14.017.036,80	\$ 23.334.805,84	\$ 40.533.171,23	\$ 72.277.226,14
TOTAL CURRENT ASSETS	\$ 4.791.000,00	\$ 37.369.492,42	\$ 66.293.327,44	\$ 119.565.335,73	\$ 217.687.584,34
PP&E	\$ 10.516.000,00	\$ 9.990.200,00	\$ 9.464.400,00	\$ 8.938.600,00	\$ 8.412.800,00
TOTAL ASSETS	\$ 15.307.000,00	\$ 47.359.692,42	\$ 75.757.727,44	\$ 128.503.935,73	\$ 226.100.384,34
LIABILITIES					
CURRENT LIABILITIES:					
ACCOUNTS PAYABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACCRUED EXPENSES	\$ 6.494.543,19	\$ 11.987.368,05	\$ 22.125.804,44	\$ 40.838.924,81	\$ 81.677.849,62
UNEARNED REVENUE	\$ 12.989.086,39	\$ 23.974.736,09	\$ 44.251.608,89	\$ 81.677.849,62	\$ 163.355.699,24
TOTAL CURRENT LIABILITIES	\$ 19.483.629,58	\$ 35.962.104,14	\$ 66.377.413,33	\$ 122.516.774,42	\$ 245.033.548,86
LONG TERM DEBT	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTHER LONG TERM LIABILITIES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL LIABILITIES	\$ -	\$ 19.483.629,58	\$ 35.962.104,14	\$ 66.377.413,33	\$ 122.516.774,42
SHAREHOLDER'S EQUITY					
EQUITY CAPITAL	\$ 15.307.000,00	\$ 18.097.131,39	\$ 18.439.787,35	\$ 19.402.499,20	\$ 21.419.041,40
RETAINED EARNINGS	\$ -	\$ 4.889.465,72	\$ 10.677.917,98	\$ 21.362.011,60	\$ 41.082.284,26
SHAREHOLDER'S EQUITY	\$ -	\$ 22.986.597,11	\$ 29.117.705,33	\$ 40.764.510,80	\$ 62.501.325,65
TOTAL LIABILITIES & SHAREHOLDERS EQUITY	\$ 15.307.000,00	\$ 47.359.692,42	\$ 75.757.727,44	\$ 128.503.935,73	\$ 226.100.384,34

Capítulo 7: Equipo

El equipo inicial estará compuesto por 5 personas. Los roles que se deben ocupar son los de CEO (Chief Executive Officer), CFO (Chief Financial Officer) y el de CMO (Chief Marketing Officer).

Los mencionados anteriormente son los encargados de las cuestiones operativas del negocio. Y los roles restantes son los correspondientes a los operarios.

Pedro Barros Moss será designado con el CFO. Dentro de sus responsabilidades y función se encuentran las de:

- El control de Gestión
- Presupuestación y control presupuestario
- Responsable del manejo del Cash Flow y Costos

- Administrador de las relaciones con las entidades bancarias

Ramiro De Jesús será el CEO designado. Dentro de sus responsabilidades y funciones se encuentran:

Estrategia y posicionamiento de “The Cold Bar”

Reportes por parte del CFO Y CMO.

Establecimiento de objetivos tanto a corto como a mediano y largo plazo

Encargado de definir los procesos operativos estándar de los acuerdos con proveedores, retailers y clientes generales.

Ramón Barceló Arana será el CMO del proyecto. Dentro de sus responsabilidades y funciones se encuentran:

Alianzas estratégicas con otras empresas

Plan de Marketing (Actualización y Adaptación), teniendo en cuenta los objetivos.

Informes sobre el impacto de las acciones del marketing sobre las ventas y el reconocimiento de la marca.

Con relación a los operarios, de ahora en adelante “The Hammers”, habrá uno Senior y uno Junior. De este modo solo uno tendrá reporte directo al CEO.

Las responsabilidades de un Hammer senior es la de:

Supervisión de los Hammer Junior.

Corte y Confección de las planchas de acero

Establecer un reporte de las unidades producidas, desperdicios y eficiencia en los tiempos de trabajo.

Las responsabilidades de un Hammer Junior son las de:

Corte de las planchas de acero.

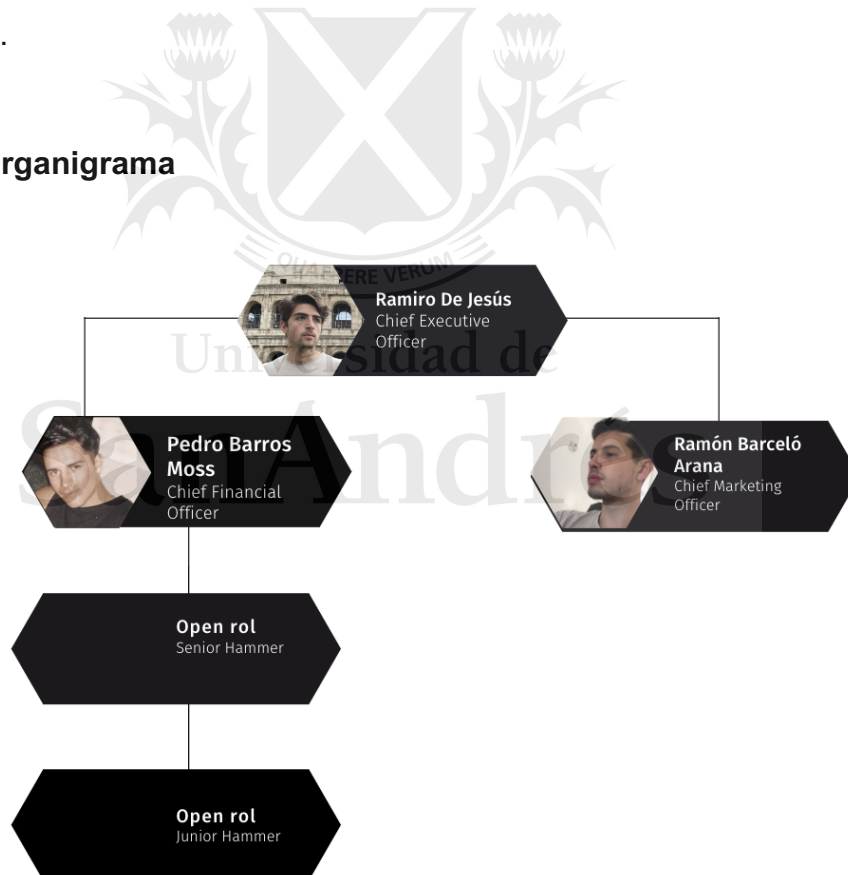
Prueba de calidad del producto.

En el medio plazo, siempre y en tanto se cumplan las proyecciones se buscará incluir un nivel intermedio en el Organigrama. Se buscará activamente en los primeros momentos, establecer la dificultad de las tareas. También se realizará un relevamiento de las tareas que puedan no tener un “dueño” claro y observar si pueden ser englobadas dentro de una posición.

7.1 Estructura Organizacional

A continuación, se podrá observar con detalle, los aspectos que guardan relación con la organización formal de “The Cold Bar”. También como estará conformado el equipo y que rol tendrá cada uno de los participantes.

Imagen 6: Organigrama



Capítulo 8: Aspectos Legales e impositivos

8.1 Constitución de la Sociedad

El procedimiento empresarial adecuado es el siguiente. Se constituirá una SRL, o sociedad de responsabilidad limitada. La SRL se rige en Argentina por la Ley N° 19.550 de sociedades comerciales, particularmente en sus artículos 10 y siguientes. Una persona jurídica regida por esta ley es una sociedad de responsabilidad limitada. Los propietarios no son responsables, como dice el nombre su responsabilidad se encuentra limitada. Estos no deben responder solidariamente (InfoLeg, 2021)²⁸.

Este tipo de empresa puede obtener fácilmente capital de diversos inversores para apoyar y ampliar el tamaño en caso de ser necesario. Además, tiene la ventaja de que los inversores están exentos de responsabilidad legal por cualquier posible pasivo de la empresa.

En el momento de la constitución, el capital social debe estar íntegramente suscrito, y el artículo 186 de la Ley no puede ser inferior a \$100.000. Según esta norma, el componente para que una persona sea titular es mediante la obtención de acciones a cambio de dinero en efectivo (efectivo aportado por los inversores). Dicho de otro modo, las acciones pueden transferirse, lo que simplifica la financiación. Los socios pueden aportar dinero irrevocable para financiarse en función de futuras ampliaciones de capital, como se describe en el apartado sobre tipos de acciones de (Brearly, R 2020).

La mayoría de los socios gerentes de las Sociedades de Responsabilidad Limitada deben estar radicados en Argentina. La duración máxima de sus mandatos es de tres años. Para el desempeño de las responsabilidades, el dominio de “The Cold Bar” será encontrado en la Web. Este es el nombre único e irrepetible que se le otorga a una empresa constituida. Tener registro

²⁸ (n.d.). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=25553>

del nombre le da profesionalismo y credibilidad a la hora de transaccionar con futuros clientes e inversores.

8.2 Impuestos

Los impuestos que alcanzan a “The Cold Bar” son:

1. I.V.A (Impuesto al valor agregado)
2. II.BB (Impuesto a los ingresos brutos)

El primero de ellos, representa una carga impositiva con una alícuota del 21%.

El segundo de ellos, contempla la parte de los ingresos a la empresa. Este no discrimina si la misma se encuentra ganando o no dinero. Este es por sobre todo lo que ingresa.

El impuesto a los Ingresos Brutos corresponde a las actividades autónomas consistiendo en un porcentaje sobre la facturación del negocio independientemente de las ganancias. La alícuota correspondiente a nuestro negocio es del 3%.

Por último, I.V.A (Ley Nro. 27.630), según la AFIP. Con nuestros estimativos de facturación, entraríamos dentro del lote de 30% para los primeros años del negocio.

Bibliografía

Brealey, R. (2020). *PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS* (13 edición). McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Levy, H. (2011). *The Capital Asset Pricing Model in the 21st Century: Analytical, Empirical, and Behavioral Perspectives* (Illustrated). Cambridge University Press.

McLean, S., & Deane-Johns, S. (2016). Demystifying Blockchain and Distributed Ledger Technology – Hype or Hero? *Computer Law Review International*, 17(4), 97–102. <https://doi.org/10.9785/cri-2016-0402>

Nakamoto, S., Brekke, K. J., & Bridle, J. (2019). *The White Paper*. Ignota Books.

Noble, H. G. S. (2021). *The New York Stock Exchange in the Crisis of 1914*. Publicado Independientemente.

Palacios, I. M. I. (2018). *LA INGENIERÍA EMPRESARIAL OPTIMIZA LOS PROCESOS MEDIANTE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA: El director profesionalizado, literalmente construye una . . . a prueba de fallas*. Publicado independientemente.

PMP Management Factory & PMP Management Factory, S.L. (2021). *Resumen de Generación de modelos de negocio de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur*. PMP Management Factory, S.L.

Tapscott, D. (2016). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies is Changing the World*. Portfolio Penguin.

Anexos

Encuesta

Edad *

- Menores de 18 años
- 18 años a 25 años
- 26 años a 35 años
- 36 años a 45 años
- Más de 45 años

Sexo

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo



¿Cuál es tu nivel educativo?

- Primario
- Secundario Incompleto
- Secundario Completo
- Universidad/Terciario Incompleto
- Universidad/Terciario Completo
- Posgrado

¿Sabes lo que son las Criptomonedas o Crpito activos?

- Si
- No

Universidad de
San Andrés

¿Dónde guardas tus criptomonedas o Cripto activos? (Responder únicamente, si tu respuesta anterior fue afirmativa)

- Exchanges (Binance, Ku Coin, Ripio u otros)
- Wallets No custodiadas en Caliente (Trust, Brc u otros)
- Wallets No custodiadas en frío (Trezor, Ledger u otros)

En caso de que tengas una Wallet No custodiada: ¿Donde anotaste tu "Seed Phrase"?

- Papel
- Notas del Celular
- Notas de la Computadora
- Anotadas en algún dispositivo electrónico
- Otro: _____

¿Sabes lo que son las Criptomonedas o Crpito activos?

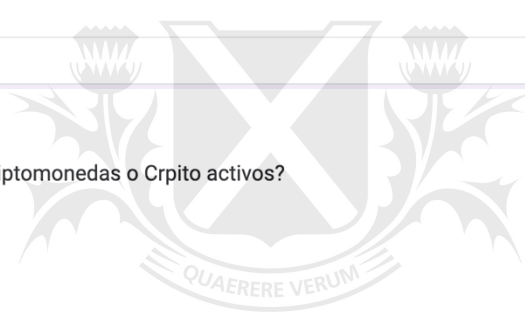
- Si
- No

¿Conoces la diferencia entre almacenado en frío y almacenado en caliente?

- Si
- No

¿Tenes Criptomonedas o Cripto activos?

- Si
- No



Universidad de
San Andrés

¿Te gustaría poseer un producto prácticamente indestructible para salvaguardar tus claves?

- Sí
- No

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar en dólares?

- 30 U\$
- 40 U\$
- 50 U\$
- Más de 50U\$

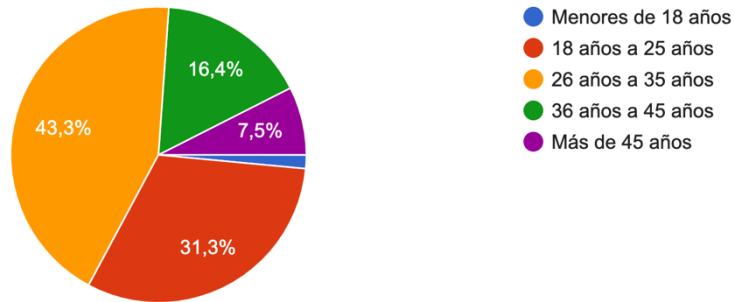


Universidad de
San Andrés

Respuestas de la Encuesta

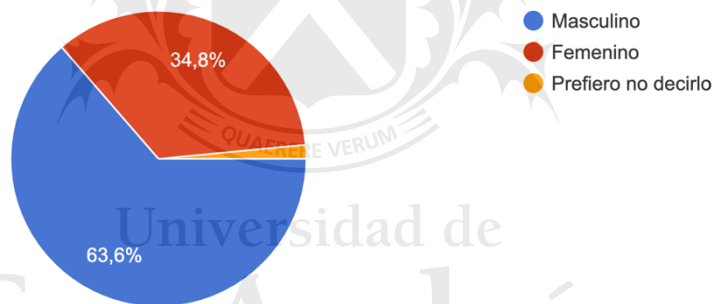
Edad

67 respuestas



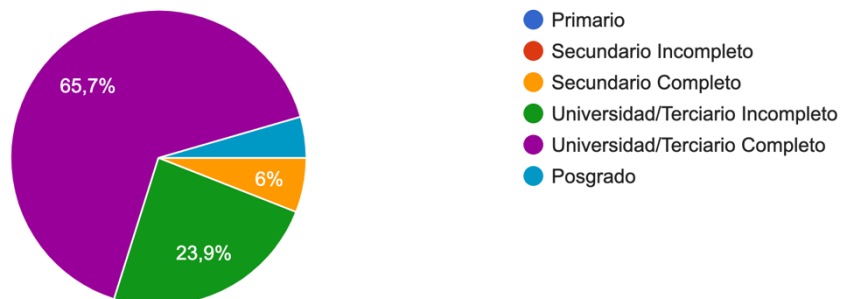
Sexo

66 respuestas



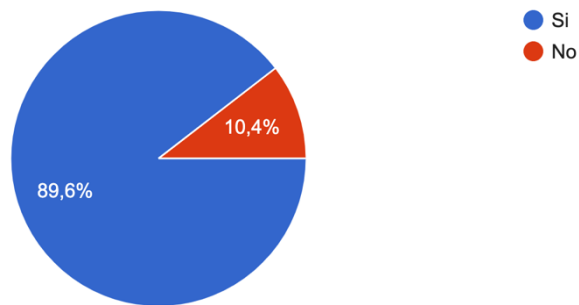
¿Cuál es tu nivel educativo?

67 respuestas



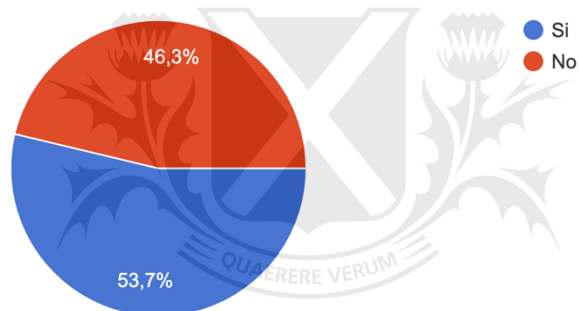
¿Sabes lo que son las Criptomonedas o Crpito activos?

67 respuestas



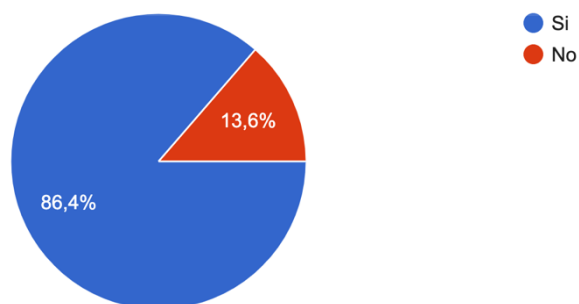
¿Conoces la diferencia entre almacenado en frío y almacenado en caliente?

67 respuestas



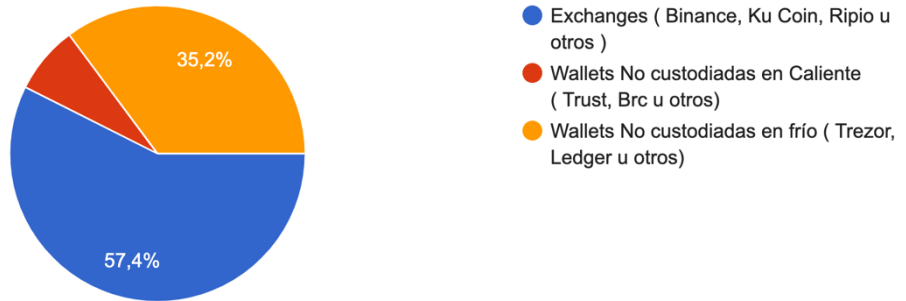
¿Tenes Criptomonedas o Cripto activos?

66 respuestas



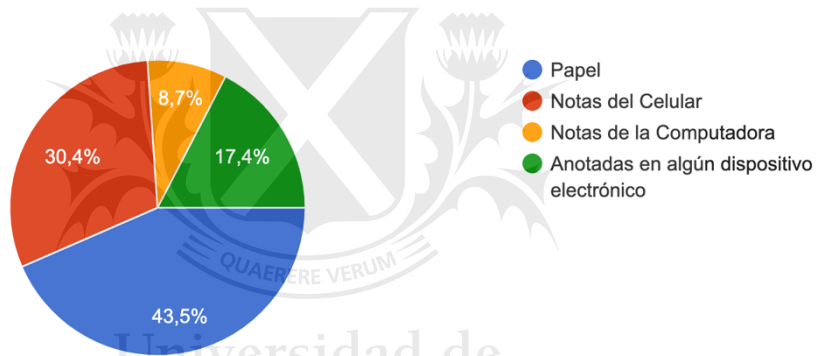
¿Dónde guardas tus criptomonedas o Cripto activos? (Responder únicamente, si tu respuesta anterior fue afirmativa)

54 respuestas



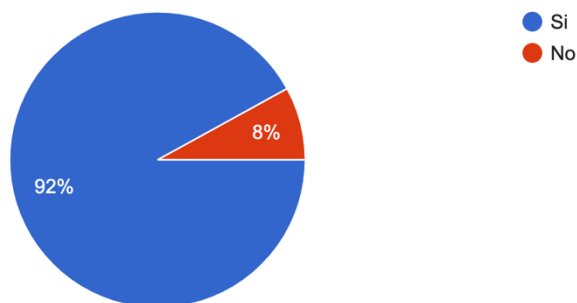
En caso de que tengas una Wallet No custodiada: ¿Donde anotaste tu "Seed Phrase"?

23 respuestas



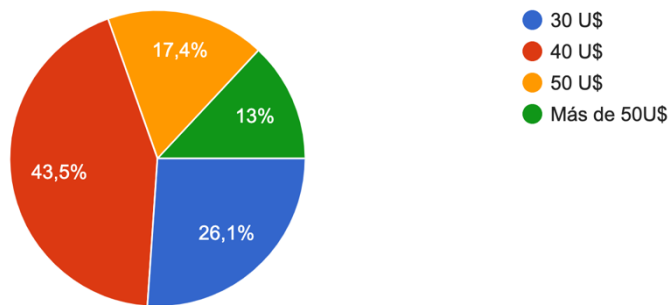
¿Te gustaría poseer un producto prácticamente indestructible para salvaguardar tus claves?

25 respuestas



¿Cuánto estarías dispuesto a pagar en dólares?

23 respuestas



Universidad de
San Andrés