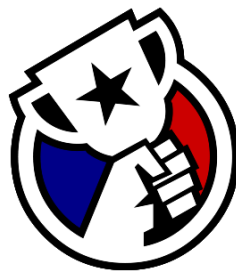


Libro Blanco

RANKINGBALL GOLD (RBG)

Criptomoneda Universal basada en Ethereum
para el Juego de Predicción Estratégica de Jugada por Jugada
para Deportes y e-Deportes.



RANKINGBALL MAR 2018

Contenido

1. Abstracto	3
2. Análisis de Mercado	5
2.1. Mercado de Juego Interactivo de Deportes	5
2.2. Mercado de Deportes de Fantasía	6
2.3. Mercado de e-Deportes	8
2.4. Análisis de Problemas de Mercado	10
2.5. ¿Por qué están cambiando ahora?	12
3. Innovaciones de RankingBall	13
3.1. ¿Qué es RankingBall?	13
3.2. Soluciones de Mercado y Características Principales	13
3.3. Registro de Desarrollo	14
3.4. Visión General del Producto	16
3.5. Ventajas Competitivas	19
4. Modelo de Token	22
4.1. Objetivos de la Emisión del Token	22
4.2. Tipos de Competencias	22
4.3. Programas de Lealtad	23
4.4. Diagrama de la Economía Tokenizada de RankingBall	23
5. Venta del Token	24
5.1. Parámetros del ICO	24
5.2. Reglas de la Alocaación y Distribución de Token::	25
5.3. Beneficios de los Poseedores de Token	25
5.4. Uso de los ingresos de ETH	26
6. Mapa de Trabajo	27
6.1. Historia de Logros	27
6.2. Línea de Tiempo de Negocios	28
6.3. Línea de Tiempo de Token	28
7. Liderazgo	29
7.1. Equipo Central	29
7.2. Mesa Directiva y Consejeros	31

1. Abstracto

RankingBall es una plataforma de juego innovativa que libera un nuevo futuro para los deportes y los e-Deportes, transformando fans de meros espectadores a participantes comprometidos. RankingBall ha desarrollado el primer juego basado en habilidad usando datos de tiempo real de deportes y eventos de e-Deportes en vivo. Esto permite a los jugadores participar en juego de RankingBall mientras ven partidos en vivo, para divertirse al competir con otros jugadores y recibir recompensas basadas en su desempeño. El program de lealtad y recompensas para los jugadores de RankingBall es diferente a todos los demás ya que están basados en nuestro ecosistema de blockchain. Con estas características, estamos listos para crear una plataforma de juegos única y liderar el mundo de los deportes y e-deportes.

Hemos operado pruebas beta abiertas por los últimos cuatro años durante eventos deportivos de las ligas mayores en Corea del Sur, como la Liga Coreana de Baseball, la Liga Mayor de Baseball, la Liga Premier Inglesa y la Asociación Nacional de Basketball. Basados en las pruebas beta y en la retroalimentación, estamos listos para lanzar la nueva plataforma de RankingBall en Abril del 2018. Hemos asegurado asociaciones con grandes medios de comunicación en Corea del Sur como KBS, KBSN y SBS, y estamos en pláticas con ESPN y CBS en Estados Unidos. En el creciente terreno de los e-deportes, hemos operado pruebas beta cerradas con grandes nombres como League of Legends, Counter Strike: Global Offensive y DOTA 2. Hemos también asegurado asociación con Player Unknown's Battlegrounds, y estaremos lanzando nuestro servicio oficial globalmente en la primera mitad del 2018.

Hasta ahora, RankingBall ha estado funcionando como una plataforma independiente, ha sido desarrollada para la colaboración y cooperación con desarrolladores de juegos y editores, streamers y medios de comunicación. Atractivos incentivos, hechos posibles por nuestro ecosistema de blockchain, los estimula para empujar todo el potencial de RankingBall. Medios de Comunicación de deportes y e-Deportes como KBS, SBS, ESPN y Twitch puede incorporar la plataforma de RankingBall en las suyas para ofrecer toda una nueva gama de características de juego a los espectadores para generar compromiso e ingreso adicional. Este modelo ha sido probado trabajando con KBS y SBS, dos de las cadenas de emisión más grandes de Corea del Sur por tres años. RankingBall será lanzada como una plataforma independiente en Abril del 2018. Se espera que las asociaciones con ESPN, CBS y Twitch tomen también lugar en la segunda mitad del 2018.

Adicionalmente, los incentivos y emoción de RankingBall pueden ir más allá de las transmisiones en vivo. Espectadores y jugadores podrán crear o entrar en competiciones por una cuota y competir cabeza-por-cabeza contra sus compañeros por premios. RankingBall provee la creación de competencias automáticas y crea contratos inteligentes, permitiéndoles crear torneos fácilmente entre dos o muchos jugadores. Grandes editores de juegos también puede utilizar este servicio para promocionar sus juegos al darle a los jugadores alrededor del mundo más incentivos para competir y compartir.

RankingBall emitirá su propia moneda basada en blockchain, RankingBall Gold (RBG), la cual mejora la conveniencia para los jugadores y hace los juegos más divertidos, mientras que también aumenta la eficiencia y seguridad de nuestra plataforma. RBG es un token ERC20 descentralizado en el Blockchain Ethereum. Éste nos permite desarrollar un nuevo e innovativo sistema de criptomoneda dentro de la plataforma, usando la tecnología del contrato inteligente. En adición a la criptomoneda RBG, también permitiremos a los jugadores adquirir RankingBall Silver (RBS) a través de registro de miembro y chequeo de asistencia. Con el tiempo, estas dos monedas serán vinculadas. Los jugadores pueden crear o participar en competencias usando RBS o RBG. Para la primera, las cuotas de entrada son pagadas en RBS, las recompensas son pagadas en RBS y RBG como bonos. Para la última, las cuotas de entrada y recompensas son pagadas en RBG.

RBS tan sólo puede ser usada dentro de la plataforma de RankingBall. Por lo contrario, RBG puede ser usada fuera de la plataforma mediante una cartera de multifirma e intercambio externo. También puede ser usada como incentivo dentro de la plataforma (ej. bonus para las competencias de RBS) o fuera de ella (ej. recompensas por jugar juegos usando Steam o Cheering para transmisores en Twitch).

La industria del juego, incluyendo juegos en línea y en celulares, e-deportes, apuestas de deportes, casinos y otras formas de juegos, está en el primer plano de innovación traída por la tecnología de Blockchain. Esta tecnología se encuentra en medio de muchos de los problemas existentes que conciernen al emparejamiento de jugadores, pagos y recompensas, regulaciones, licencias, derechos de autor, distribución y provisión de estadísticas y datos. La aplicación rápida de los beneficios del Blockchain a sus servicios de juegos ingeniosos e innovativos, harán pronto a RankingBall una plataforma líder para deportes y e-deportes.

Por último, RankingBall puede ser una plataforma puente en la blockchain donde jugadores, medios de deportes/e-Deportes, y desarrolladores y editores de juegos están interconectados para que puedan crear y compartir valor en su propia plataforma. Por lo tanto, RankingBall realizará su objetivo final de ser “el líder de las plataformas de juegos en el blockchain”.

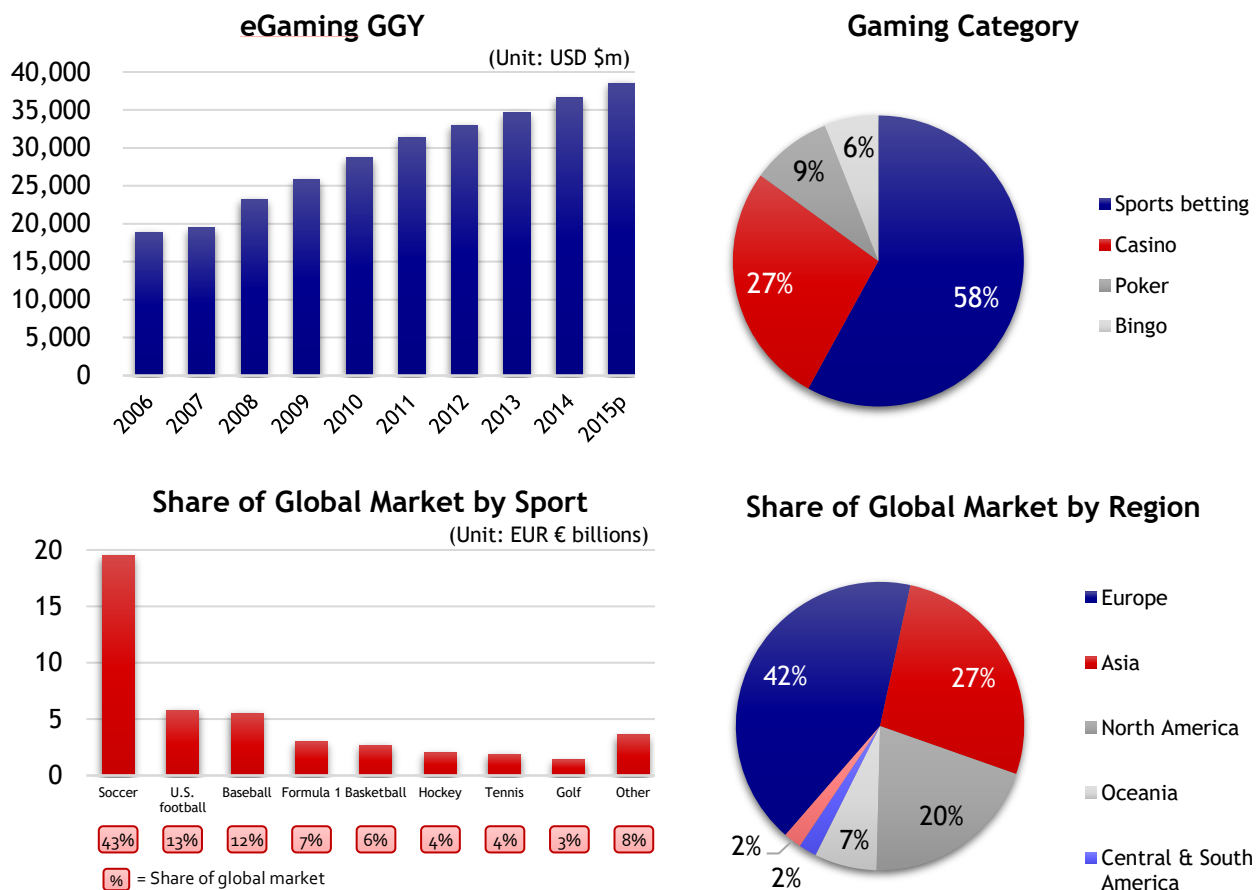
2. Análisis de Mercado

2.1. Mercado de iGaming de Deportes

En el iGaming de deportes, los participantes apuestan por un equipo o un jugador antes de que el juego empiece, basándose en las probabilidades calculadas previamente. Los participantes ganan o pierden sus apuestas dependiendo en el resultado del juego.

Panorama general

Rendimiento Bruto del Juego (GGY-por sus siglas en Inglés-: Apuestas totales menos el pago) fue de \$38.5 billones de dólares en 2015. Se estima que este número creció a \$50 billones de dólares en el 2017 (TCAC del 9% entre 2006 y 2015).



(Fuente: KPMG Summit 2016 and A.T. Kearney Report)

- Europa domina este mercado, seguido por Asia y América del Norte
- El deporte más grande es fútbol, seguido por fútbol americano, baseball y basketball
- El ingreso de apuestas en deportes es el doble que el de casinos y constituye el 60% del mercado
- Se espera que las apuestas de deportes en los móviles llegue a \$45 billones de dólares en 2017. iGaming en los smartphones está creciendo rápidamente y se espera que ocupe el 44% del

mercado en el 2018

- En el 2016, un adulto en los Estados Unidos gastaba un promedio de €17 iGaming de deportes (encuesta móvil solamente)
- El mercado está evolucionando de la predicción de resultados básica a la predicción de eventos en el juego

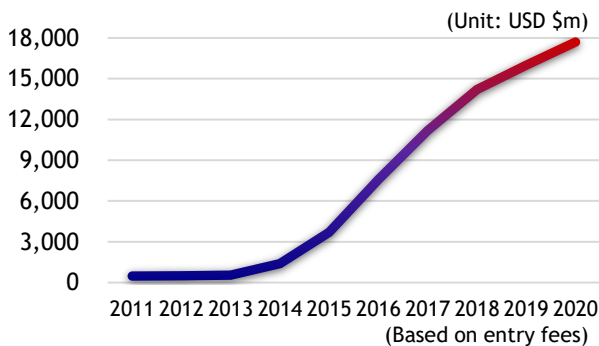
2.2. Mercado de Deportes de Fantasía

Los deportes de fantasía es un tipo de juego de estrategia de deportes que clasifica a los participantes en base a su propia lista imaginaria de jugadores reales en un deporte profesional bajo un tope de salario antes de que la temporada o el juego comience. Después, la información del desempeño de cada jugador en juegos verdaderos se convertirán en puntos para comparar con otros participantes en la misma liga.

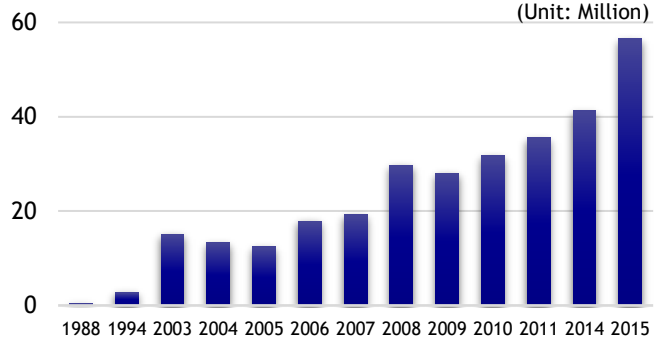
Panorama general

El mercado total de los deportes de fantasía, por temporada y diarios, es de \$26 billones de dólares. Son 65 millones de jugadores los que pasan un promedio de nueve horas a la semana jugando. El crecimiento de los deportes de fantasía fue lento por muchos años hasta la introducción de Deportes de Fantasía Diarios (DFS) en 2007, el cual une ligas fantásticas de temporada con las de un solo día. Desde entonces el mercado ha crecido

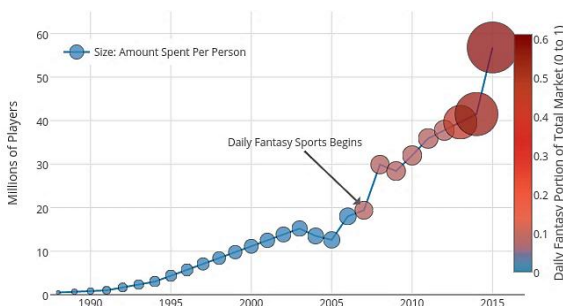
Daily Fantasy Sports Market Size



Number of Fantasy Sports Players



The Growth of Fantasy Sports Market



Fantasy Participation by Sport

NFL Football	77%
MLB Baseball	33%
NASCAR Racing	21%
NBA Basketball	20%
College Football	20%
NHL Hockey	18%
PGA Golf	15%
Soccer	12%

rápidamente.

(Fuente: Fantasy Sports Trade Association, Eiler's Research and Newzoo)

- Deportes de Fantasía de Temporada
 - Mercado desarrollado en Norteamérica con 58 millones de usuarios hasta 2015.
 - 17% de la población adulta de los EEUU son jugadores de deportes de fantasía
 - TCAC de 18.7% entre 1998 y 2014
 - Proporción de usuarios que pagan de 70% (Casino 46%, Juegos móviles casuales 2~5%, Juegos de rol móviles 3~8%)
- Deportes de Fantasía Diarios (DFS)
 - Un mercado incipiente con más de un crecimiento anual de 50% Tamaño de mercado esperado para el 2020 de \$17,7 billones de dólares
 - 4.5 millones de usuarios al 2015 - aproximadamente 8% del total del mercado de deportes de fantasía
 - Mucho más lugar y potencial para el crecimiento dentro de la industria de de los deportes de fantasía
- Gran incremento de gasto en los deportes de fantasía por la introducción de DFS

Gasto de Jugadores de Deportes de Fantasía (periodo de 12 meses)			
(unidad: \$M)	2016	2015	2012
DFS	318	257	5
Temporada	184	162	60
Materiales	54	46	15

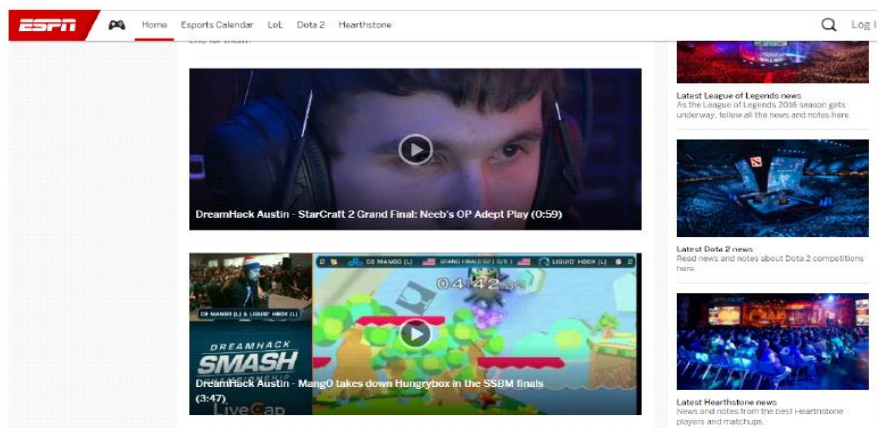
- Recompensas instantáneas y experiencias de segunda pantalla son los catalizadores del gran crecimiento de DFS
- Los tamaños de bolsa están siempre creciendo, contribuyendo a una tasa de retención mayor y nuevos jugadores entrando al mercado
 - 44 estados de los EUA tienen DFS y lo definen como juego de habilidad, no apuestas (juego estratégico con recompensa monetaria real)
 - Compañías basadas en EUA, como Fanduel y DraftKings han comercializado agresivamente su oferta, incrementando el conocimiento del público de DFS (las dos compañías constituyen el 95% del mercado de DFS) (Fuente: Forbes)
 - Fuentes principales de ingresos son los pagos por entrada y los anuncios
 - 4 millones de usuarios activos combinados entre las dos compañías hasta el 2015, seguidas por los 100 mil usuarios de Yahoo

2.3. Mercado de los e-Deportes

Los e-Deportes son una mercado relativamente nuevo, donde jugadores y equipos compiten en competencias transmitidas en vivo en la computadora o en móvil. Los e-Deportes han evolucionado de contenido de juego a contenido transmitido por los medios, lo que dio lugar a juegos de espectadores, específicamente en la forma de juegos de fantasía y libros de e-Deportes.

Panorama general

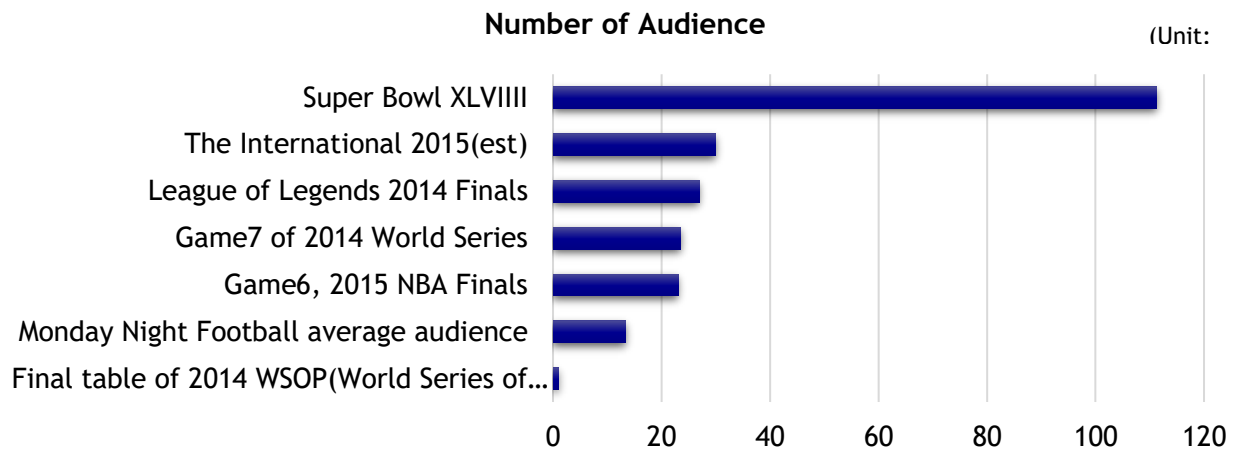
- El mercado de e-Deportes global vale \$463 millones de dólares anual, al 2016, un aumento de 42,6% del año pasado
- e-Deportes de escalas mayores comenzaron con competiciones y transmisiones de StarCraft. Juegos de estrategia basados en equipos como League of Legends y Dota 2 han ampliado la base de fans de manera dramática.



(▲ Una página dedicada a e-Deportes en ESPN)

- El ecosistema de e-Deportes se compone de editores de juegos, equipos (jugadores) y plataformas de medios, entre otros.
- Los editores de juegos y las compañías de transmisión dedicadas a los e-Deportes como Twitch (adquirida por Amazon por \$970 millones de dólares en 2014) son la base de este ecosistema. Los editores proveen el juego, mientras que los streamers actúan como plataformas de medios. Publishers provide the games, while streamers act as media platforms. Grandes medios de comunicación deportivos como ESPN también están saltando al vagón de la transmisión de e-Deportes.
- Las recompensas anuales de los e-Deportes han excedido los \$61 millones anuales, y la cantidad sigue creciendo año con año gracias a los grandes patrocinadores como Nvidia e Intel.

Número de Jugadores Profesionales y Mejores Premios del 2016				
Rango	Juego	Editor	# de jugadores pro	Premios
1	DOTA 2	Valve	1,440	\$56M
2	League of Legends	Riot Games	3,821	\$27M
3	StarCraft2	Blizzard	1,458	\$18M
4	CounterStrike	Valve	2,567	\$11M



- El público de los e-Deportes ha crecido hasta igualar la audiencia de los partidos de deportes tradicionales
 - Twitch ha superado en audiencia a grandes canales de deportes como Fox Sports
 - League of Legend atrajo 36 millones de espectadores en el 2015, eclipsando el MLB World Series y los juegos finales de NBA (20 millones de espectadores)
- iGaming basado en los e-Deportes (libro de e-Deportes)
 - De acuerdo con expertos, los servicios de apuestas de micro transacciones fueron el catalizador del explosivo crecimiento de los e-Deportes
 - De acuerdo con una reporte de la industria del juego publicado por la Agencia Coreana de Contenido Creativo, el mercado del libro de e-Deporte será de \$1.8 billones de dólares en 2020, diez veces el crecimiento desde 2015

Key Numbers

\$5.5 Billion

Our base case estimate for the total value of money / items wagered around major e-sports titles in 2016

\$12.9 Billion

Our base case projection for the total value of money / items wagered around major e-sports titles by 2020

\$6.5 Million

Our base case projection for the number of unique customers placing e-sports wagers by 2020



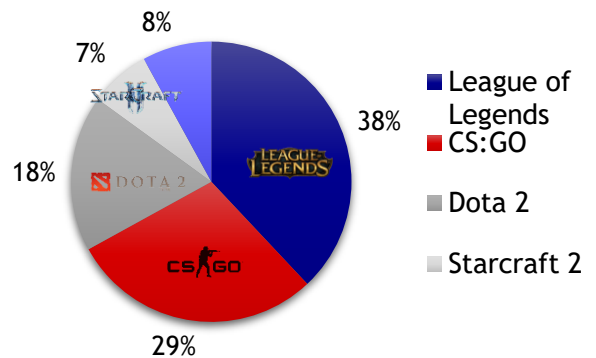
e-Sports Cash Gambling Market Size



Sportsbooks that offer e-sports include



Esportsbook Betting Volume by Game



(Fuente: Narus Advisors / Eilers & Krejcik Gaming)

- e-Deportes de Fantasía
 - Los participantes en los e-Deportes de fantasía actúan como administradores virtuales para los equipos de juegos competitivos. Ellos crean y organizan equipos virtuales de jugadores para competir con otros administradores. Las plataformas agregan la información de jugadores individuales después del juego y los reflejan en puntos de fantasía en los equipos de los propios jugadores
 - Contendientes Norteamericanos incluyen Vulcun (basado en PC), AlphaDraft (basado en móvil) y Sports Plus. AlphaDraft fue adquirido por Fanduel, y Vulcun recibió fondos a principios de 2015 pero nunca creció.

2.4. Análisis del Problema del Mercado

iGaming de Deportes

- Por los últimos 50 años, iGaming ha sido una apuesta iterativa y sin emociones de los resultados finales del juego o partido (ganar, empate, perder o más/menos)
- El mercado es grande, pero la edad promedio del jugador ha ido incrementando. Con nuevas entradas siendo mínimas, ha causado que el número de miembros permanezca estático.
- La audiencia más joven, como los millennials, están mucho más acostumbrados a la interacción instantánea por medio del internet y aplicaciones móviles, resultando una una falta de interés en el iGaming lento y aburrido
- Los millennials se sienten más atraídos a la diversión de la participación en un evento deportivo que en la recompensa monetaria
- El hecho de que grandes casinos manejen sitios de casinos sociales (casinos en línea donde los jugadores pueden jugar con o en contra de amigos en los medios sociales) y que la industria de apuestas en deportes se esté tomando las apuestas en e-Deportes refuerza los puntos anteriormente mencionados

Deportes Fantásticos

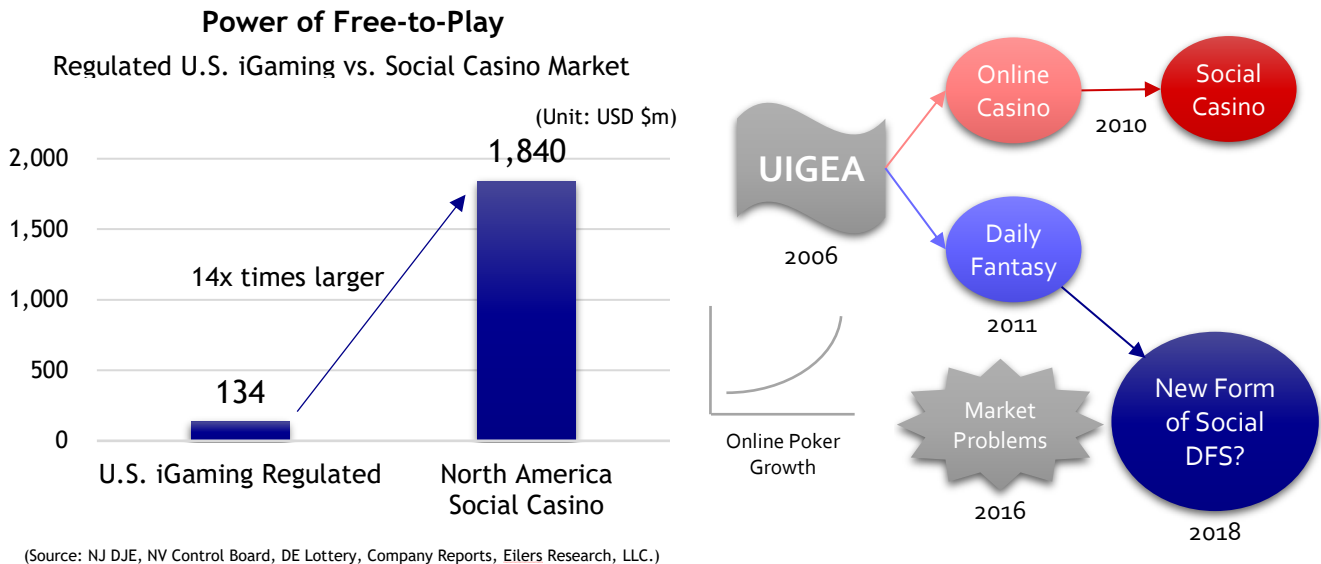
- Los deportes fantásticos vieron sus inicios y crecimiento en Norteamérica pero no tuvieron mucha tracción en Europa y Asia
- Se requiere de mucho tiempo y esfuerzo para ser capaz de encontrar los jugadores con mayor costo-efecto para incluirlos en la lista dentro del tope salarial.
- Momentos que puede cambiar la dirección del partido no son reflejados en tiempo real, limitando severamente la relacionabilidad
- Hay un sistema de recompensa muy sesgado donde el 92% de los premios totales son ganados por tan solo 1,5% de los jugadores y la mayoría restante pierde su dinero.
- The need for constant monitoring, analyzing and drafting makes it inapplicable to sports played by individuals or e-sports.

e-Deportes, e-Deportes de Fantasía y libros de e-Deportes (apuestas en e-Deportes)

- Aplicabilidad limitada: el modelo de ingresos de los negocios de e-Deportes actuales está limitado a tan solo usar anuncios pagados en las transmisiones de juegos.
- Jugar ya se ha convertido en una forma de contenido de medios, así que hay una necesidad de una forma nueva y más interactiva que sea más divertida y recompensante
- La ausencia de ligas y equipos de e-Deportes estandarizadas hace que sea difícil analizar información y tomar decisiones estratégicas al hacer un equipo virtual, de hecho, no hay una firma que haya tenido éxito en esta área
- Las compañías existentes de iGaming de e-Deportes han adoptado las apuestas de e-Deportes para captar la atención de millennials, pero el juego sigue siendo simple: predecir el resultado del juego
- Los juegos de e-Deportes de fantasía de hoy en día que no reflejan eventos en tiempo real (ej. Matar, Muertes y Asistencia) no son lo suficientemente emocionantes para atraer a los millennials.

2.5. ¿Por qué están cambiando ahora?

Así como los casinos sociales han tomado un gran porcentaje de la industria del casino, iGaming de deportes y deportes de fantasía están pasando por grandes transformaciones causadas por el explosivo crecimiento de los



e-Deportes.

- Los casinos físicos tradicionales que están atascados en un crecimiento estático han introducido los casinos sociales como una forma de atraer a los millennials. Los casinos sociales ahora amenazan con desbancar a los casinos tradicionales e inclusive atraen a compañías de juegos a la industria
- La industria del deporte está pasando por cambios similares, y los e-Deportes están causando que estos cambios sean acelerados
- Como resultado, las compañías de iGaming de deportes y los deportes de fantasía deben empezar a proveer interfaces más interactivas y lógica de juegos para darle a los jugadores la diversión y experiencia emocionante que ellos buscan, en lugar de enfocarse en la recompensa en sí.

3. Innovaciones de RankingBall

3.1. ¿Qué es RankingBall?

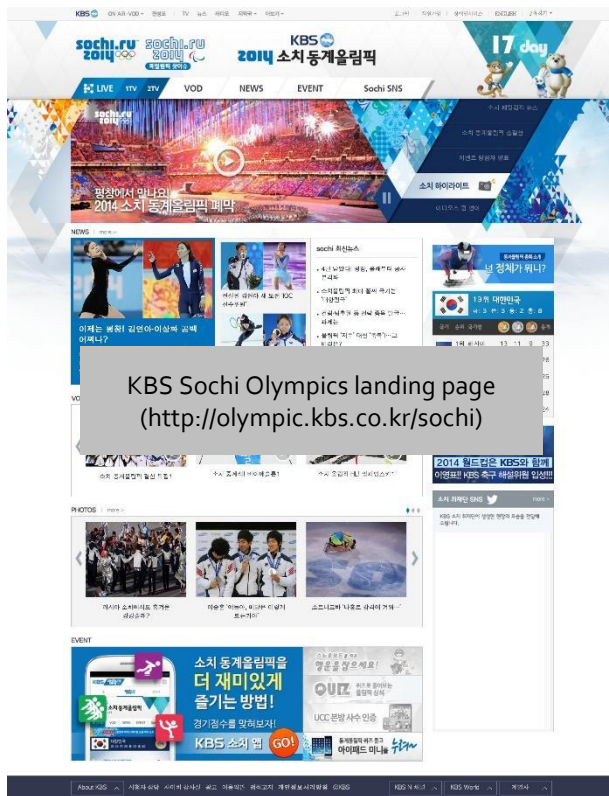
RankingBall es un juego de predicción estratégica juego por juego. Hemos pasado los últimos cuatro años analizando los pros y los contras de los juegos de fantasía, iGaming de deportes y plataformas de e-Deportes en Norteamérica y Europa. Tomamos la información y trabajamos para incorporar todos los pros en una plataforma de juego innovadora. RankingBall cuantifica los numerosos eventos en tiempo real que suceden en un juego y los refleja en un sistema de puntuación. Además, su interfaz es modelada en base al Bingo, uno de los juegos más populares en el mundo, reduciendo a casi cero la curva de aprendizaje.

3.2. Solución de Mercado y Características Principales

- Con RankingBall, los jugadores pueden conectar fácilmente sus predicciones de juego por juego a eventos en vivo en televisión, transmisiones en línea o en celular, en un estadio.
- Estamos listos para revolucionar el mercado juegos de deportes y e-Deportes al tener como objetivo a los millennials y concentrarnos en lo que ellos quieren: más emoción, un juego estratégico de UI y lógica, un sistema de puntuación y recompensa optimizado, y una visualización dinámica de datos
- RankingBall está optimizado para hacer la jugabilidad divertida en sí misma, en lugar de basarla solamente en recompensas monetarias
- Somos la primera plataforma de nuestros tiempos que hace posible la interacción en tiempo real al integrar información en vivo. Para hacer esto, tuvimos que optimizar cada una de las fuentes de información, su lógica de juego, nuestro sistema de puntuación y el retraso de transmisión para cada deporte y transmisor. Los iGaming de deportes y deportes fantásticos existentes han fallado en hacer esto hasta la fecha.
- El primer feed de datos en tiempo real de e-Deportes en el mundo hace posible que el espectador pueda jugar (segunda pantalla). Esto añade una nueva capa de diversión en la transmisión.
- Nuestros nuevos e innovativos sistemas de recompensa y juegos de espectador están contruidos sobre una economía de criptomoneda.
- La tecnología de Blockchain hace posible el emparejamiento descentralizado de jugadores y el sistema de recompensa de RankingBall posibles. Estos están integrados en contratos inteligentes, permitiendo que RankingBall se expanda a juegos de habilidad P2P y cree un nuevo ecosistema para los medios de e-Deportes, desarrolladores de juegos y patrocinadores.

3.3. Registro de Desarrollo

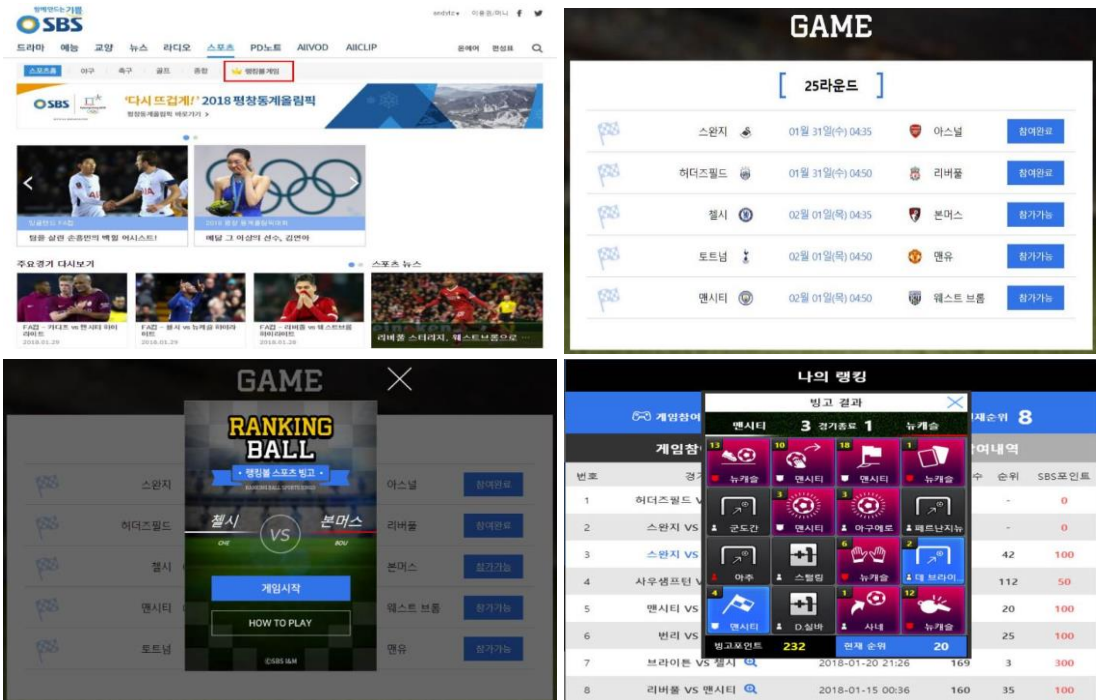
- RankingBall fue desarrollado originalmente como una plataforma deportiva interactiva que unifica la apuesta de deportes, la transmisión en vivo, la comunidad de fans, los canales de marketing en asociación con los medios deportivos.
- Originalmente se pretendía que fuera un juego de predicción de segunda pantalla donde los jugadores podían ver eventos en vivo en sus celulares y participar en apuestas de tiempo real para grandes eventos como los Juegos Olímpicos, los Mundiales de Fútbol, etc.
- RankingBall generó ingresos al convertir espectadores regulares en jugadores y ayudando a los medios deportivos a ganar una audiencia más amplia
- Aplicamos el mismo modelo de negocios a deportes de temporada como baseball, fútbol, etc,



(▲ Servicio con KBS para los Juegos Olímpicos de Invierno de Sochi 2014)



(▲ Captura de pantalla del servicio de Béisbol (KBO) con KBSN 2014~16)



(▲ Captura de pantalla del servicio de Fútbol (EPL) con SBS 2017~18)

3.4. Visión General del Producto

- RankingBall cuantifica eventos en juegos en tiempo real por su ocurrencia estadística y su importancia, lo cual será reflejado en nuestro sistema de puntuación único
- Los jugadores pueden navegar fácilmente el juego usando la interfaz común del bingo
- RankingBall se puede aplicar a casi todas las formas de deportes/e-Deportes y jugadores/equipos
- Hemos terminado los test beta con juegos tradicionales (béisbol, fútbol, basketball, fútbol americano, golf) y e-Deportes (LOL, PUBG, CS:GO).



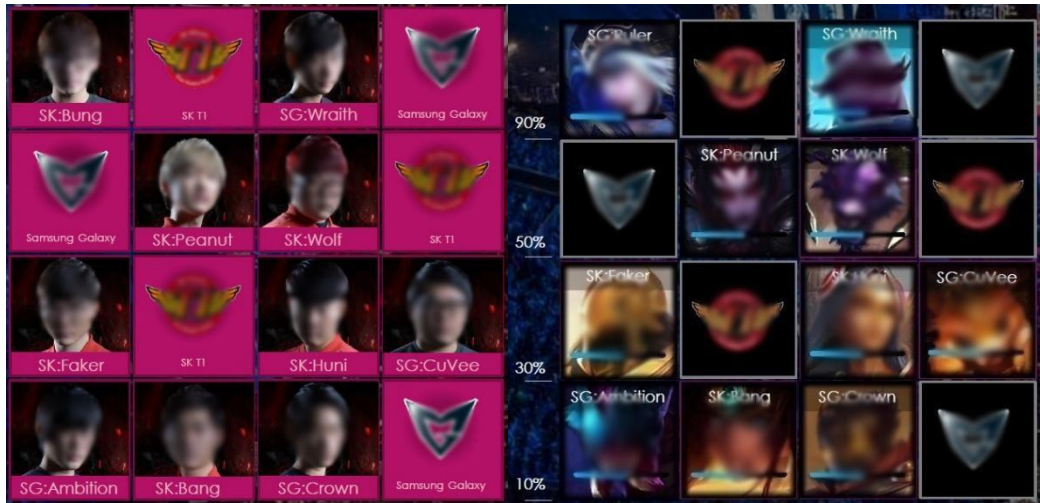
Juego de Bingo de Deportes

(▲ 2017 MLB Baseball and EPL Soccer Service Screenshot)

- Cómo jugar
 - Selecciona el juego que quieres ver. Crea o únete a una competencia
 - Paga la cuota de entrada. Llena el cartón de bingo de 4x4 con jugador, rendimiento, equipo y eventos de equipo
 - Cuando la predicción es verdadera, la casilla correspondiente es marcada en tiempo real, juego por juego, permitiéndote seguir tu progreso en comparación con otros jugadores
 - Al final del evento, el rango de cada jugador es calculado en base a la puntuación ganada por las casillas marcadas y puntos bingo (fila, columna, diagonal)
 - Las recompensas son pagadas en dinero virtual (RBS), criptomoneda (RBG) o efectivo, basado en el tipo de competencia
- Hay cuatro tipos de competencia: ① Torneo (clasificado), ② Cabeza a Cabeza (1 a 1) ③ Top 50 (top 50% gana) ④ Top 30 (top 30% gana)
- Arriba del tablero de bingo hay un widget que muestra la información del juego y estadísticas en tiempo real
- La competencia de RankingBall termina al mismo tiempo que el evento en vivo, y el rango final es

proporcionado de acuerdo a las puntuaciones de los jugadores.

Juego de Bingo de e-Deportes

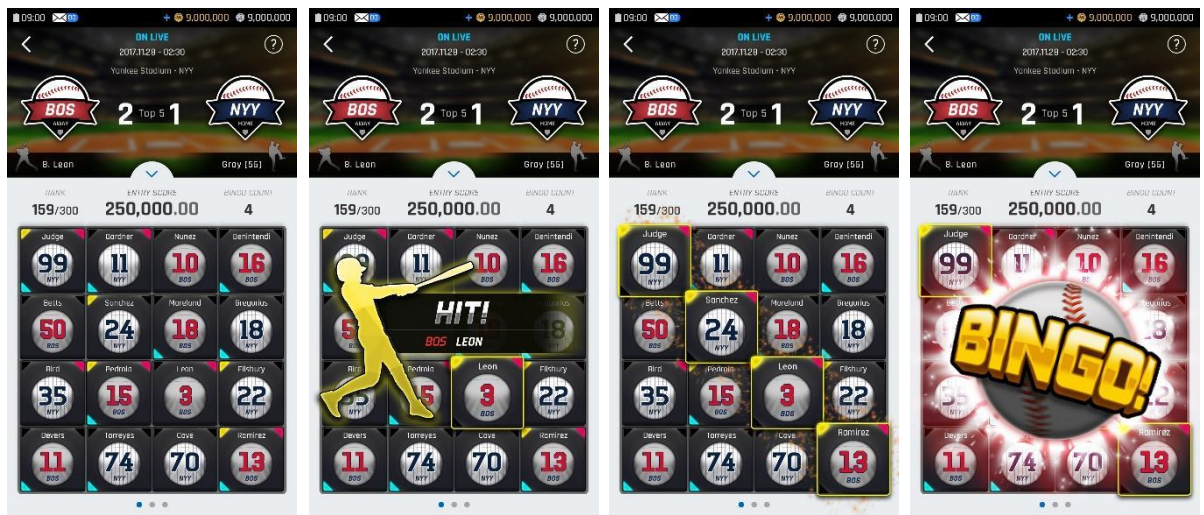


(▲ LoL Beta Service Screenshot)

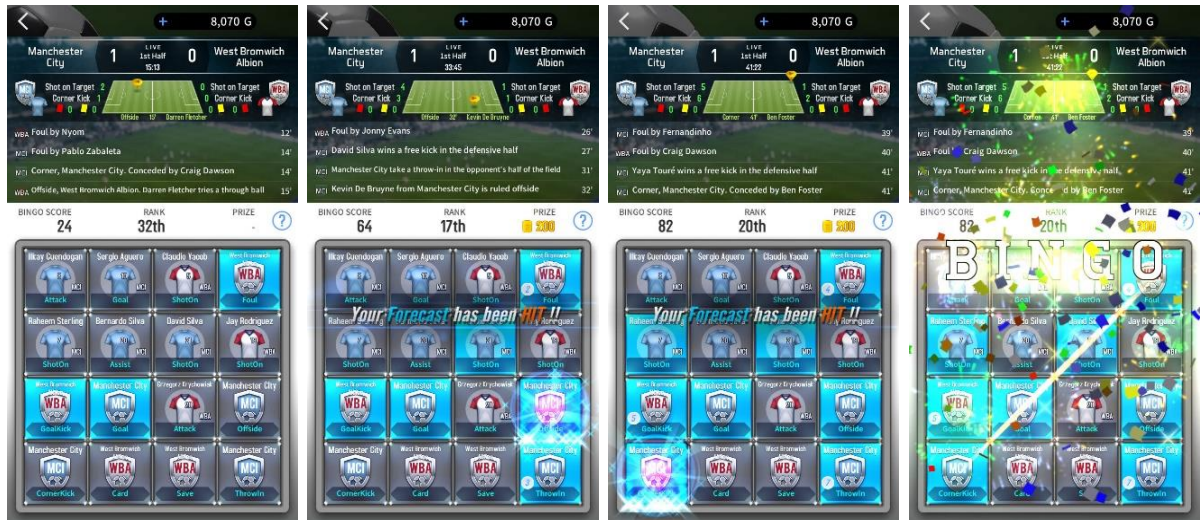
- Para los e-Deportes, la forma de juego es la misma que con el bingo de deportes, pero refleja las reglas únicas y el formato de los e-Deportes F
- Los juegos de e-Deportes se desarrollan alrededor de eventos repetitivos como Matar, Muertes y Asistir, mientras que los deportes tradicionales tienen un rango más amplio de eventos con una menor frecuencia
- Como resultado, eventos repetitivos son asignados a una sola casilla. Cuando el evento sucede
- As a result, repetitive events are assigned to a single tile. When they happen successively, se activa un multiplicador de puntos

Captura de Pantalla del Producto (versión oficial)

- Deportes: Béisbol y Fútbol



(▲ Captura de pantalla del servicio de béisbol MLB 2018)

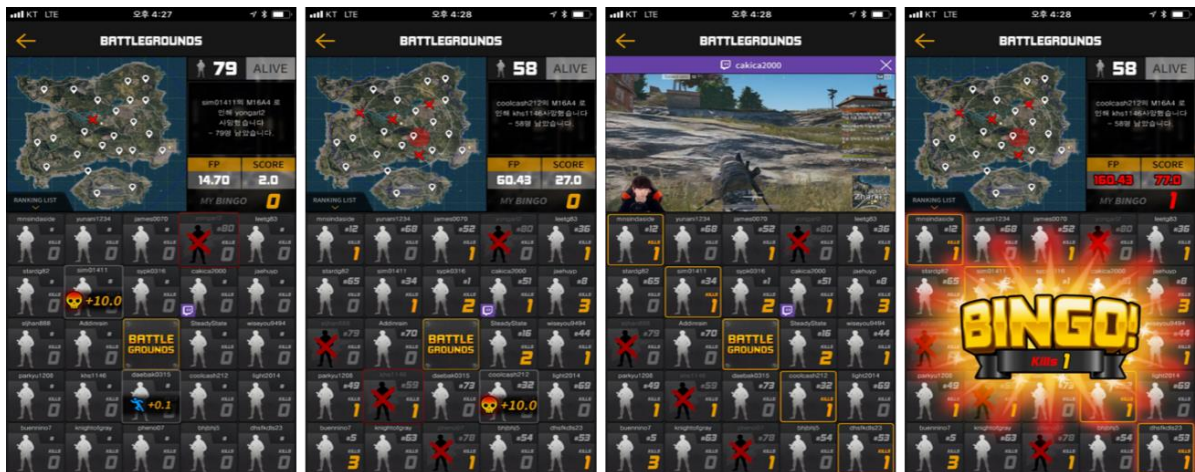


(▲ Captura de pantalla del servicio de fútbol EPL 2017~18t)

- e-Deportes: League of Legends y PUBG



(▲ Captura de pantalla del servicio LoL 2018)



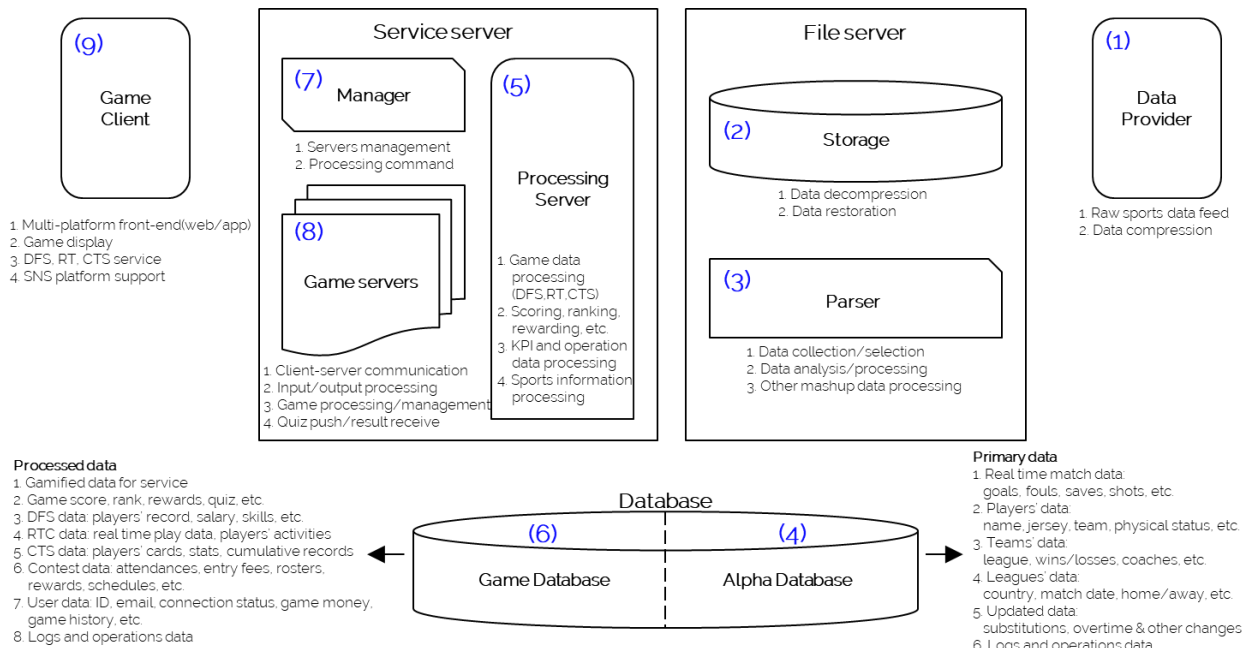
3.5. Ventajas Competitivas

Ventajas Técnicas

Creemos que RankingBall tiene, por lo menos, dos años de ventaja en comparación con nuestros competidores. Esto es basado en los últimos cuatro años de desarrollo, las pruebas beta y las dinámicas actuales del mercado.

- Información en tiempo real
 - El flujo de información de deportes en tiempo real tan sólo ha existido por poco tiempo. El flujo de información para e-Deportes en tiempo real aún no existe.
 - Los deportes de fantasía tradicionales y el iGaming de deportes depende de la información después del juego. ej. victorias, empates, derrotas; fallan en reflejar la información del juego en vivo.
 - El flujo de información en tiempo real requiere un análisis, limpieza y clasificación inmensa de información, ya que la información en vivo muchas veces incluye errores y cambios. La información en simulación no puede capturar estas excepciones.
- Lógica del Juego de Bingo en Tiempo Real
 - Ningún otro juego de fantasía, deportes diarios de fantasía (DFS), o juegos de e-Deportes ofrece nuestra interfaz única de bingo
 - Con el propósito de reflejar un juego en vivo en un formato de bingo, los participantes deben ser capaces de sinergizar estratégicamente a los jugadores con los tiempos correctos. Nosotros pasamos años de prueba y error creando un sistema de puntuación que toma en cuenta las ocurrencias estadísticas y la importancia de los eventos en los juegos.
 - Se llevó a cabo investigación y desarrollo adicional en diferentes aspectos de diferentes deportes y eventos
- Clasificación de Información
 - Diferentes proveedores de información tienen diferentes formatos, y cada set de información tiene diferente profundidad, precio y velocidad. Nosotros tuvimos que desarrollar un proceso meticuloso de revisión y pruebas para descartar proveedores con información inválida o inutilizable
 - Encontrar al proveedor de información correcto para cada deporte requiere de una a dos temporadas de observación y pruebas. Una temporada adicional es necesaria para desarrollar y optimizar la plataforma para cada set valido de información

- Tiempo de demora para cada medio
 - Cada medio tiene una demora diferente para las transmisiones en vivo, aún para el mismo evento
 - Normalmente, toma de 10 a 15 segundos desde el lugar de grabación hasta que llega a tu pantalla de televisión, y otros 20 a 25 segundos para que la información sea codificada y transmitida en línea o en aplicaciones móviles
 - RankingBall he hecho múltiples pruebas para sincronizar la información para nuestros jugadores. Pasamos los últimos dos años yendo a eventos en vivo para probar y desarrollar una solución para el reto de la demora.
 - En conclusión, la tecnología de la plataforma de RankingBall requiere años de análisis de información, pruebas de campo y repeticiones para optimizarla para cada deporte. Esto significa una gran barrera para la entrada de cualquier competidor
- Función y Flujo de Información de RankingBall



(Fuente: RankingBall IP –Flujo del proceso de Información y funcione)

Ventajas de Negocios

- Una mejor mano que la competencia
 - La mayoría de las compañías de iGaming de deportes y deportes de fantasía operan con modelos muy similares (ej. lógica de juego, estructura de recompensa y estrategia de mercado)
 - El mercado estático combinado con modelos establecidos hacen que les sea difícil ajustarse y adoptar nuevos sistemas, como la interfaz de juego, lógica, recompensas, relación con los medios, etc. Lo mismo es cierto para la adopción de nuevas tecnologías como blockchain y el manejo de la información en tiempo real

- No tienen el entendimiento y experiencia suficientes en juegos sociales (gratis de jugar) y lo que hace que la gente los juegue (diversión sobre recompensa). Tampoco tienen la experiencia en transmisiones en vivo ni del uso de una segunda pantalla.
- Las plataformas de apuestas en tiempo real tan sólo trabajan cuando todas las variables independientes trabajan juntas perfectamente. Estas variables incluyen la interfaz, la lógica del juego, el sistema de puntuación y recompensa y las asociaciones con los medios
- RankingBall ha resuelto exitosamente los problemas antes mencionados después de años de prueba y error, y ya estamos preparando nuestros servicios para juegos interactivos de tiempo real, juegos sociales, e-Deportes y juegos de emparejamiento descentralizados con tecnología de blockchain
- Relaciones ganadoras con importantes socios globales
 - Nosotros ya hemos asegurado asociaciones con importantes medios deportivos en Corea del Sur (KBS, KBSN, SBS) para hacer las pruebas beta en béisbol y fútbol. Más deportes, incluyendo golf, basketball y volleyball están en progreso
 - PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG), uno de los juegos en línea más populares en el mundo, ha acordado proveer nuestro servicio empezando en Mayo 2018. Esto es una bienvenida adición a otros importantes títulos que ofrecemos, incluyendo LOL, DOTA2, and CS:GO.
 - Sinergia con transmisoras y medios deportivos locales asegura asociaciones estables y una mercadotecnia eficiente. Las transmisoras se benefician de más ingresos por anuncios causados por una audiencia y un tráfico mayor
 - Nuestros servicios cubren las necesidades de transmisiones más interactivas y atractivas para cadenas mayores como ESPN, CBS, NBC y FOX. (70% de los miembros premium de estos canales deportivos se inscriben para tener una ventaja en deportes de fantasía) → RankingBall promueve la audiencia en vivo, lo que lleva a un marketing masivo eficiente
 - Podemos proveer un producto de marca blanca y compartir ingresos en asociación con grandes compañías de apuestas de deportes como Bet365, Betfair, Bewin, Fanduel, y Draftkings.
→ Marketing estratégico para entusiastas de apuestas de deportes
 - Fácil acceso y asociaciones potenciales con comunidades deportivas establecidas y páginas de fans → Marketing estratégico para entusiastas de los deportes
 - Asociación de marketing con Casinos Sociales (e.g. Double U Games, Huuuge Games) que comparten una base de usuarios y canales de marketing similares
→ Promoción cruzada
 - Compromiso orgánico en medios sociales de usuarios compartiendo invitaciones de amistad, rangos y resultados → CPI, CPA, DA

4. Modelo de Token

4.1. Objetivos de la Emisión del Token

RankingBall ha desarrollado una plataforma de juego interactiva que revolucionara las industrias de juego de deportes y e-Deportes tradicionales. Esto aparece en un tiempo ideal, coincidiendo con el surgimiento de la tecnología de blockchain y la cripto economía, las cuales están actuando como disruptores a través de un amplio rango de industrias.

Hasta ahora, las compañías de juego han gastado enormes cantidades de dinero y de tiempo para cumplir con reglas locales, regulaciones y requerimientos de licencia relacionados al juego, pagos, KYC y AML antes de que puedan lanzar sus negocios.

Al lanzar nuestro token basado en Ethereum, RankingBall Gold (RBG) y vinculandolo con dinero fiat hemos solucionado muchos de los problemas relacionados con regulaciones a lo largo de múltiples regiones. Esto nos permite crear un nuevo sistema de competencias para los jugadores con un costo de entrada y un estructura de recompensa.

Además de la economía de token en la plataforma, RankingBall ofrece un programa de lealtad en asociación con plataformas externas con economía de token. Nosotros creemos que esto permitirá a RankingBall no sólo liderar la frontera del juego en los deportes y e-Deportes, sino también crear un ecosistema nuevo que conecte a los jugadores, medios de deportes/e-Deportes y desarrolladores/editores de juegos.

4.2. Tipos de Competencias

Existen tres tipos de competencias en la plataforma de RankingBall:

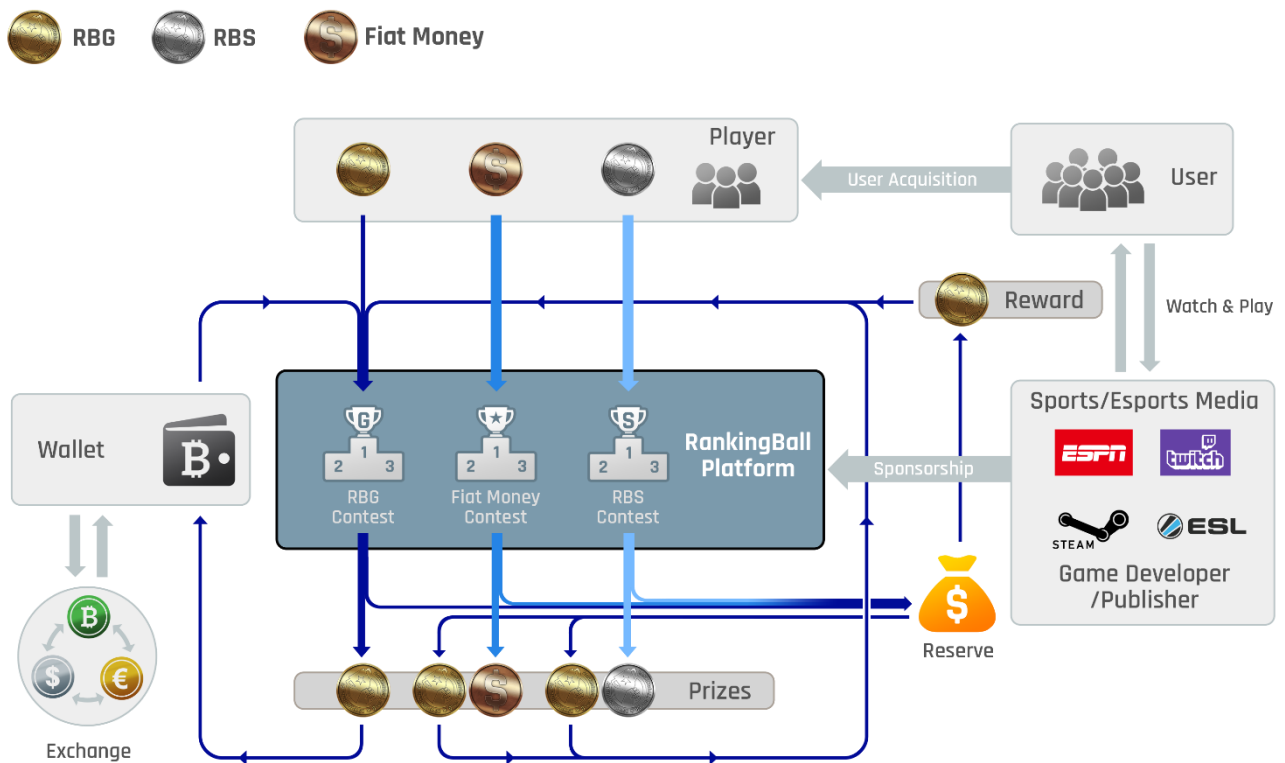
- Competencia RBS: RankingBall Silver es dinero universal de juego dentro de RankingBall, y una pequeña porción es dada a todos los jugadores cuando se registran y cada vez que chequen asistencia. RBS es usada para unirse a las competencias y es dada como recompensa al terminar la competencia. Los jugadores con mayor rango son recompensados en RBG como bonus.
- Competencia RBG: RankingBall Gold es dinero universal de juego que puede ser comprado con ETH u otras monedas (por determinar) en intercambios ligados a las carteras electrónicas y API de los jugadores. Estos pueden unirse a competencias y ganar RBG como recompensas. Además, hay oportunidades de adquirir Gold al consumir Silver.
- Competencia de Dinero Fiat: Donde se permita, los competidores pueden utilizar una moneda fiat regulada para unirse a competencias y ganar recompensas en la misma moneda. En Estados Unidos, 20 estados han permitido el uso de monedas reales para juegos de habilidades. Europa, por default, permite juegos basados en licencias y en el caso de países asiáticos, varía en cada caso. Las competencias con dinero fiat podrán ser integradas en competencias RBG en el futuro

4.3. Programas de Lealtad

Existen dos programas de lealtad dentro del servicio de RankingBall. El RBG ganado mediante programas de lealtad tan sólo puede ser usado dentro de RankingBall (como cuotas de entrada para competencias de RBG) y no puede ser intercambiado externamente por dinero fiat.

- Programa de Lealtad Interno
 - Los jugadores pueden participar en competiciones de RBS para ganar RBS y RBG como bonus. Los poseedores del token RBG pueden participar en eventos de deportes/e-Deportes especiales (Mundiales de fútbol, Olimpiadas, juegos finales, etc.) o competiciones de promociones especiales GPP para ganar RBG adicional a las recompensas básicas
- Program de Lealtad Externo
 - RBG es dado a los usuarios que cumplen con ciertos criterios en plataformas externas (ej. espectadores en Steam, Twitch y medios deportivos que juegan/ven por cierto número de horas) en asociación con editores de juegos y medios deportivos. Esto atrae esos espectadores a la plataforma de RankingBall para unirse a las competencias.

4.4. Diagrama de la Economía Tokenizada de RankingBall



5. Venta del Token

5.1. Parámetros del ICO

- **Nombre del Token y símbolo:** RankingBall Gold, **RBG**
- **Dirección del Contrato del Token:** será anunciada 48 horas antes de la venta
- **Fecha de Inicio del ICO:** 11 de Junio, 2018 (UTC 00:00)
- **Fecha de término del ICO:** 1 de Julio, 2018 (UTC 23:59)
- **Tasa de Cambio del Token:** 50,000 RBG = 1 ETH
- **Objetivo Máximo de Venta:** 30,000 ETH
- **Objetivo Mínimo de Venta:** 3,000 ETH

Objetivo de venta será fijado en ETH usando el tipo de cambio de 1 de Junio(UTC 00:00)

- **Cantidad Mínima de Transacción:** 0.1 ETH(5,000 RBG)
- **Cantidad Máxima de Transacción:** 1,000 ETH(50,000,000 RBG)
- **Bonificaciones:**

2018.06.11(UTC 00:00) ~ 2018.06.11(UTC 23:59) los participantes recibirán 20% de bonus

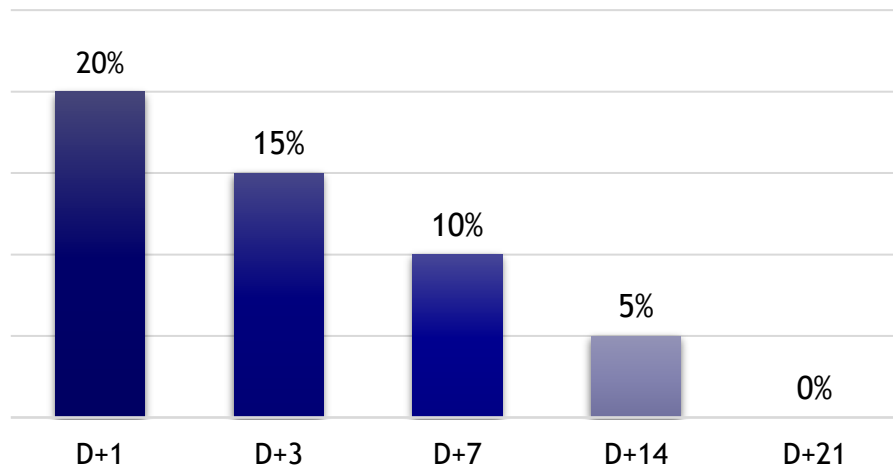
2018.06.12(UTC 00:00) ~ 2018.06.13(UTC 23:59) los participantes recibirán 15% de bonus

2018.06.14(UTC 00:00) ~ 2018.06.17(UTC 23:59) los participantes recibirán 10% de bonus

2018.06.18(UTC 00:00) ~ 2018.06.24(UTC 23:59) los participantes recibirán 5% de bonus

Después de 2018.06.25(UTC 00:00) los participantes recibirán 0% de bonus

Crowd Sale Bonus Schedule



- El límite para la venta de token dependerá del precio del ETH. Si un objetivo mínimo de venta no es obtenido, todo el ETH será devuelto a aquellos que participaron en la venta de Token
- Intervalos de compra mínimos: 5 bloques
 - Cada cuenta de usuario es limitada a 1,000 ETH durante la venta de token. Si una cuenta participa en la venta de token más de una vez, debe haber al menos 5 bloques entre una compra y otra, los cuales están regulados por el cronometraje de bloques de Ethereum.

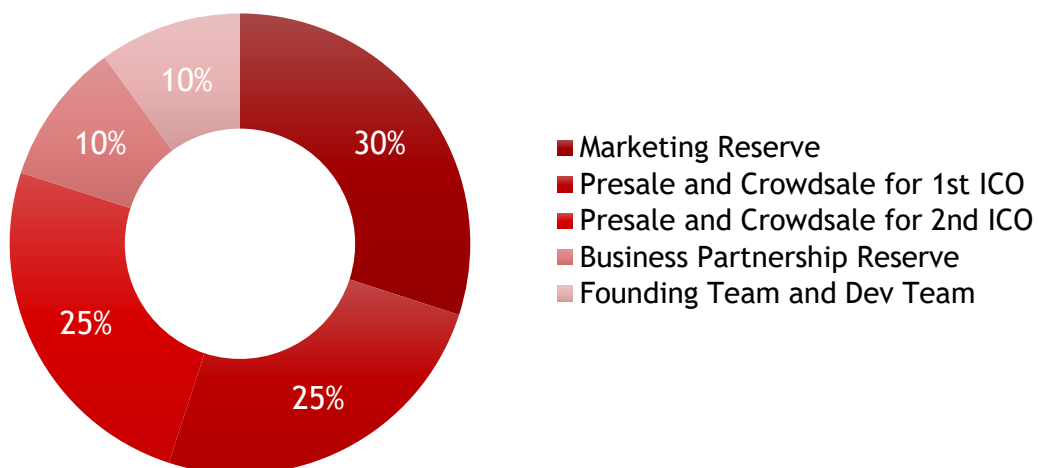
5.2. Reglas de Alocación y Distribución de Token:

- 25% estará disponible para los participantes de la primera venta de token (preventa o venta abierta)
- 25% permanecerá en reserva para la segunda venta de token, planeada para finales del 2018
- 30% permanecerá en la reserva de marketing para uso de crecimiento, programas de lealtad internos y externos, programas de recompensas, etc.

(La porción del programa de lealtad tan sólo puede ser utilizado en la plataforma de RankingBall)

- 10% será distribuido entre los compañeros de negocios
- 10% será distribuido entre los miembros fundadores y el equipo de desarrollo
- 10% will be distributed among founding team and dev team members (2 años de posesión)
- Todos los fondos recolectados deberán ser recibidos y guardados en carteras de firmas múltiples.

Token Allocation and Distribution Rules



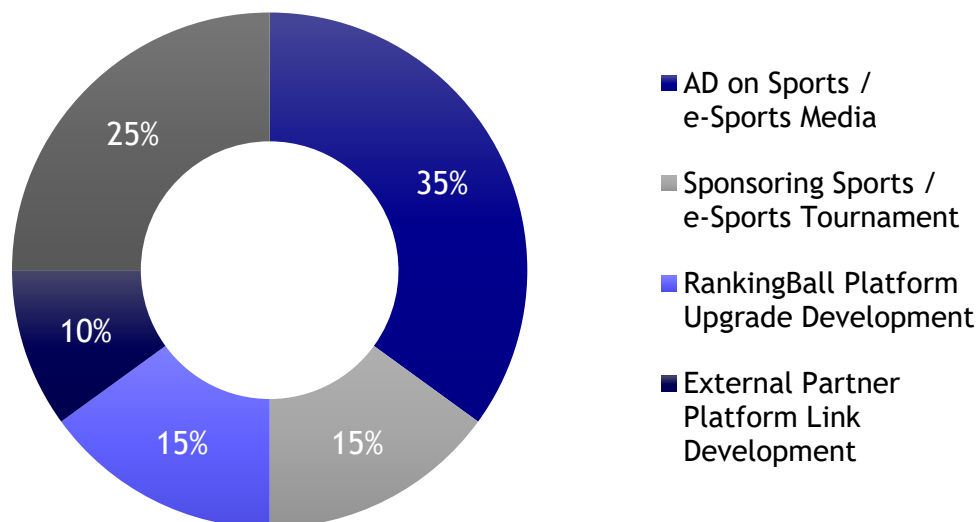
5.3. Beneficios de los poseedores de Tokens

- Para maximizar las ganancias para los poseedores de tokens, realizaremos dos ventas de tokens separadas. La segunda será basada en la retroalimentación del mercado de la primera venta.
- Airdrop: Incentivos de asociados externos (medio de e-Deportes) basado en la inversión de su venta de tokens
- Competencias exclusivas: competencias especiales sólo para poseedores de tokens durante eventos importantes (la Copa Mundial, las Olimpiadas) donde pueden ganar bonificaciones

5.4. Uso de los ingresos de ETH

- 35% será gastado en marketing como anuncios en los medios de deportes y e-Deportes
- 15% será gastado en patrocinar torneos de deportes/e-Deportes
- 15% será gastado en el desarrollo y mejoramiento de RankingBall
- 10% será gastado en desarrollo con plataformas externas de socios como medios y desarrolladores/editores de deportes/e-Deportes
- 25% será gastado en la expansión a nuevos negocios como proveedores de información y medios de e-Deportes

Use of ETH Proceeds

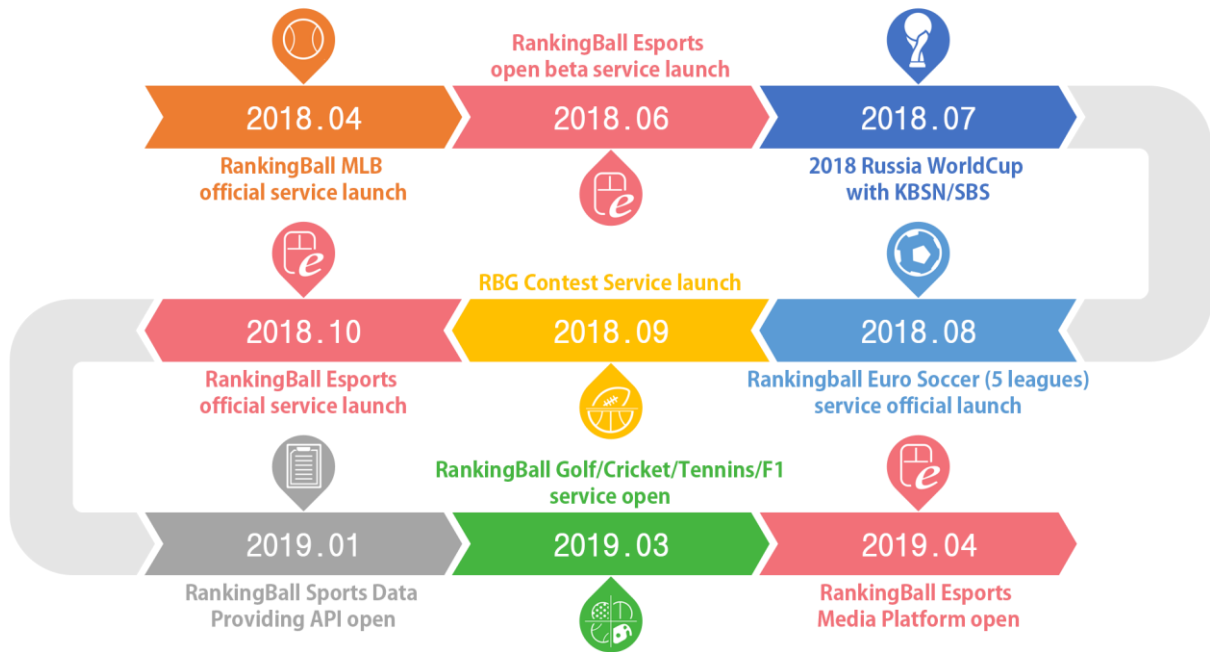


6. Mapa de Trabajo

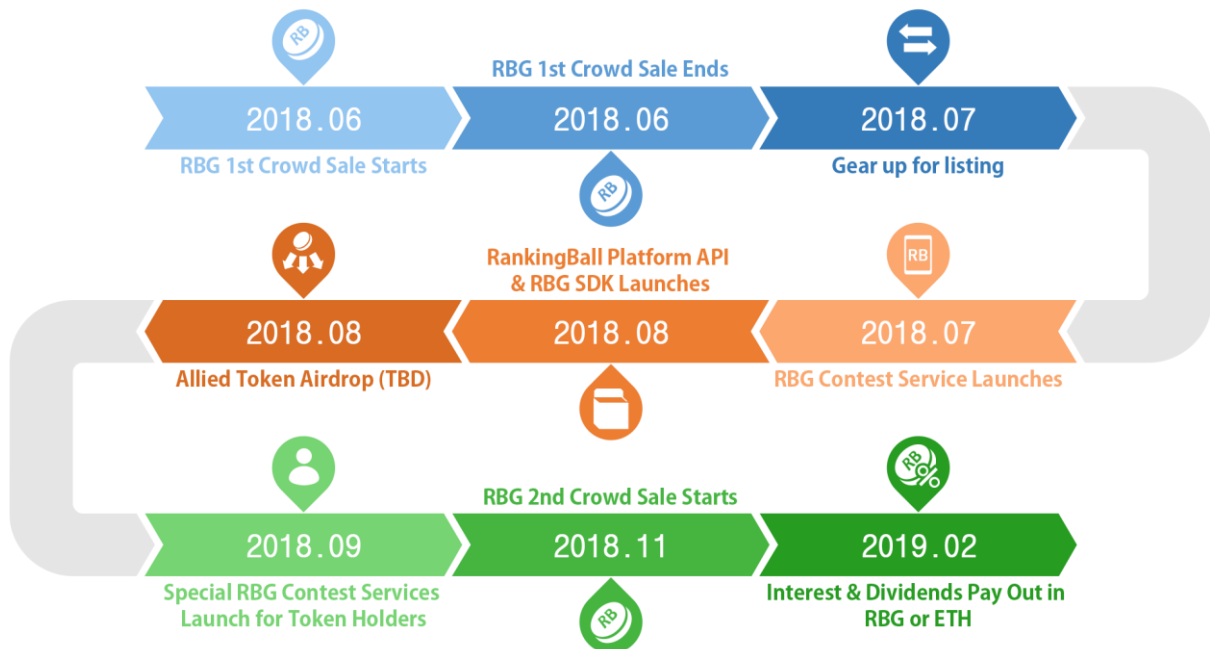
6.1. Historia de Logros

- 2014.01** Asociación con KBS para proveer servicios interactivos para las Olimpiadas de Invierno en Sochi
- 2014.03** Asociación con KBSN para lanzar el primer juego de predicción de tiempo de real en el mundo para KBO
- 2014.05** Asociación con MBC Sports+ para un formato interactivo para casting deportivo
- 2014.06** Lanzamiento de la versión beta del juego de predicción en tiempo real para la Copa Mundial de Fútbol de Brasil
- 2014.11** Primer lugar en Columbus Global Camp del Ministerio de Ciencia, ICT y Planeación Futura
- 2015.04** Asociación con KBSN para transmitir los primeros juegos interactivos de béisbol en el mundo
- 2015.07** Lanzamiento de la versión beta pagada para juego de predicción en tiempo real de béisbol
Ventas mensuales por encima de \$90,000USD de comerciales y servicios en televisión
- 2015.09** #1 en las aplicaciones deportivas por dos meses consecutivos en Android
- 2015.10** Integración de juego de predicción en tiempo real en la plataforma de RankingBall
- 2015.11** Se probó la validación del flujo de información para RankingBall Liga Europea de Fútbol 5
- 2016.04** Primera prueba beta abierta para MLB de RankingBall
- 2016.09** Construcción de RankingBall y se probó la validez e información para NFL y NBA
- 2016.10** Construcción de RankingBall y se probó la validez e información para e-Deportes
- 2017.04** Segunda prueba beta abierta de RankingBall para KBO y MLB
- 2017.09** Asociación con SBS para negocios de deportes interactivos
- 2017.11** Lanzamiento del servicio beta de RankingBall EPL con SBS
- 2018.01** Asociación con PUBG para medios e información en vivo de e-Deportes
- 2018.02** Prueba beta abierta para la Liga Europea de Fútbol 5

6.2. Línea de Tiempo Relacionada a los Negocios



6.3. Línea de Tiempo Relacionada al Token



7. Liderazgo

7.1. Equipo Central



Darren Kim ([LinkedIn](#))

- Co-Fundador y CEO de RankingBall, Inc.
- M.S. en Administración en la Escuela de Posgrados en Negocios de la Universidad de Stanford
- M.S. en Electrónica por la Universidad de Yonsei, Seúl
- Evangelista de Blockchain y AI Evangelist, experto en Cripto Economía

Darren, un emprendedor en serie y evangelista de blockchain, es de los primeros en nuevos mercados con gran determinación e intuición, probadas por los grandes logros y excelente ejecución que ha demostrado al involucrarse en las industrias de TI y servicios móviles en los últimos 20 años. En el 2002 fundó KeyNet Solution Inc., una compañía de pago móvil en Corea del Sur, la cual creó el primer certificado de regalo en el mundo y generó más de \$200 millones de dólares anuales antes de ser vendida en el 2008 y OPV en 2009. Antes de KeyNet, Darren trabajó como ingeniero en sistemas en LG Electronics en Seúl, Corea del Sur. Después de graduarse de la escuela de negocios en 2010, el fundó Friize Networks Inc. en Silicon Valley, una compañía especializada en el desarrollo de un juego social basado en AR parecido a "Pokemon Go", años antes de que éste mega hit saliera al mercado. Ahora, con RankingBall, Darren está trabajando para revolucionar la industria de juego en deportes y e-Deportes mediante la tecnología de blockchain.



Charles Chang ([LinkedIn](#))

- Co-Fundador y CTO de RankingBall, Inc
- M.S. en Electrónica por la Universidad de Yonsei, Seúl.
- Evangelista de Blockchain y AI Evangelist, experto en Cripto Economía

Charles es un visionario y estratega en juegos y blockchains. El brinda un amplio conocimiento y experiencia para encabezar el diseño de producto de RankingBall. El fue miembro fundador de Key2Net Solution Inc. el cual tuvo un final exitoso en 2008. Charles posee más de 20 años de experiencia en la industria del juego y TI, al ser un miembro de la mesa redonda en la división de juegos de Sony, un investigador en Korea Telecom, y un representante regional de Executive Voice. Ha moldeado diferentes negocios para su triunfo con su especialidad en arquitectura de juego, diseño de producto y publicación de juegos. Nacido en Japón y educado alrededor del mundo, ahora maneja los desafíos multiregionales.



Wibe Wagmans ([Linkedin](#))

- CMO y miembro A de la mesa de directores de RankingBall Inc.
- M.S. en Holanda y participó en programas de MBA en universidades en Estocolmo y Tokio
- Pionero en Móviles, Blockchain y evangelista en AI

Wibe tiene una amplia experiencia en productos y mercadotecnia en las industrias móviles y de juego y ha sido responsable por dos docenas de juegos posicionadas en el no. 1 en iTunes. El fue el presidente de la mesa de directores de Huuuge Games, una de las compañías de juego de casino social más prometedoras. hasta que fundó una startup AI, donde es el actual CEO. Anteriormente, fue el presidente y CEO de IndoorAtlas Inc., Vicepresidente en Rovio, miembro de la mesa regional de Nokia. Wibe construyó marcas como Angry Birds, Bing, Nokia, y Gillette y manejó ganancias de \$1 billón de dólares.



Min Lee

Experto en Blockchain
Líder del Equipo de Desarrollo



Bryan Kim

Experto en Blockchain
Líder de Desarrollo de Backend



James Cho

Líder de Diseño Artístico



Kurt Jeon

Experto en Blockchain
Líder de Desarrollo de Interfaz



Oscar Hong

Experto en Blockchain



Kei Choi

Líder de Diseño de Juego



Vincent Ahn

Desarrollador Backend



Moon Kim

Desarrollador Móvil



Camden Bernhardt

Líder de Marketing Digital

7.2. Mesa Directiva y Consejeros



Ken Hershman ([Linkedin](#))

Consejero de juegos de deportes y e-Deportes

- CEO de la agencia WESA
- Facultad de Derecho de la Universidad e Fordham, J.D Law
- Licenciatura en Ciencia Política en la Universidad George Washington

Ampliamente conocido en el mundo de la televisión deportiva por sus más de 27 años de carrera ayudando e innovando la programación de la televisión deportiva en HBO y Showtime. Ken ha sido nombrado recientemente como Presidente Ejecutivo y Comisionado de la Asociación Mundial de Deportes (WESA por sus siglas en inglés). Antes de eso, Ken ingresó con éxito en el mundo empresarial a través del lanzamiento de Crossing Way Advisors, una empresa de asesoramiento multifacético orientada a ayudar a las empresas de etapa temprana y media a alcanzar el éxito. Como presidente de HBO Sports para HBO, Ken fue responsable de la dirección estratégica y la supervisión de la división HBO Sports. Fue nombrado en este puesto en enero de 2012. Considerado en la comunidad de la televisión deportiva como un innovador probado, Ken llegó a HBO desde Showtime, donde fue vicepresidente ejecutivo y gerente general de Sports & Event Programming, desde octubre de 2003.



Seokgu Yun ([Linkedin](#))

Consejero en Tecnología de Blockchain y Cripto Economía

- CEO de NOD Bizware Co., Ltd
- M.S. en Ciencia de la Computación por la Universidad de Carolina del Sur
- Licenciatura en Ingeniería Eléctrica por KAIST (Korea Advanced Institute of Science and Technology)
- Programa Ejecutivo en la Escuela de Posgrados de Negocios de la Universidad de Stanford

Fundador y CEO de NOD Bizware Co., Ltd., Seokgu es un emprendedor, futurista y científico de la computación. El se especializa en desarrollo para criptografía, criptomonedas, protocolos consensus, OS distribuidas, aplicaciones descentralizadas, aprendizaje automatizado, análisis de predicción y programación de reacción funcional. NOD Bizware es una compañía de tecnología especializada en el desarrollo de aplicaciones seguras. La compañía posee patentes para aplicaciones de autoprotección y combina seguridad con tecnologías de inteligencia artificial.



Christian Ferri ([Linkedin](#))

Consejero en Tecnología de Blockchain y ICO

- Presidente de Blockstar y Director Ejecutivo de Blockchain Compliance Alliance
- Escuela de Posgrado en Administración de Cornell Johnson
- Licenciatura en Administración, Università degli Studi di Udine

Christian cree en el poder de la descentralización, y del marcado impacto que puede tener en nuestras vidas. Apodado por Forbes como "Humanitario de Blockchain" y "Experto de Blockchain". Christian es escritor, orador público, inversionista, consejero y conector en este espacio. Christian brinda dos décadas de experiencia en negocios tradicionales aunado con la nueva frontera descentralizada. El es consejero en tecnología de blockchain (Dapp, tokenomía, arquitectura, etc.), ICO (de inicio a final), regulación y conformidades de ICO, inversiones en cripto monedas, estrategias/operaciones/entrada en el mercado de las startups.



John Mackewich ([Linkedin](#))

Consejero en cuestiones legales y cumplimiento

- Abogado corporativo y de empleo Dinsmore & Shohl LL
- Universidad de Toledo, Ley
- Universidad Estatal Wayne, Finanzas

John es abogado representante de compañías emergentes y startups. El se especializa en fusiones y adquisiciones, reorganizaciones corporativas, alianzas estratégicas, franquicias, borradores de acuerdos comerciales para clientes en los EU e internacionalmente. John ha trabajado extensivamente en compañías públicas, cumplimiento de valores y está a cargo de los cumplimientos legales en RankingBall.



Folkert Graafsma ([Linkedin](#))

Consejero en cuestiones legales y cumplimiento

- Partner International Trade at VVGB
- Stanford University Graduate School of Business
- Stanford University Law School

Folkert is a senior legal professional with management skills and extensive experience. He specializes International Law, EC Law, Trade Law (e.g. Anti-Dumping), Customs Law, WTO Law, Corporate Governance & Fraud, Capital Markets, White Collar Crime, Evidence. Accounting-, audit-, management-, computer- and language-skills. As a Partner at VVGB, he is working in multiple countries directing on-site investigations, audits, due diligence, and compliance proceedings.



Sean Ryu ([LinkedIn](#))

Advisory for Blockchain Technology and Crypto Economy

- Managing Director at Willow Venture Partners
- Venture Partner at Nautilus Venture Partners
- Yonsei University

Sean is a venture investment expert with hands on experience in high growth mobile, Internet and media industry. He is the Managing Director at Willow Venture Partners, a Silicon Valley based micro fund investing in high growth technology sectors in APAC. He's acting as a catalyst to facilitate international entrepreneurs create value and capital formation. He served as Vice President of SKTelecom Americas, building technology and business partnership with start-ups, major carriers, college labs and research centers in the US, to develop collaborative business opportunities in Korean market. With more than 15 years of experience, he specializes in venture investment, technology partnership, and market strategy/market entry.



Kris (Gyeongjin) Ghil ([LinkedIn](#))

Advisory for ICO and Crypto Economy

- MD at Pi Capital International LLC.
- Committee member of KOSPI Market committee
- Co-Chairman at IIPCC Korea
- SEIT Program, Stanford University

Kris has been working for an American investment advisory company as a country manager for several years. Prior to the investment advisor, he was a representative fund manager of Sovik Global Contents fund and CEO of Chorokbaem Media which produced mega-hit soap operas such as Jumong, Iljima, Chuno and High-kick. He worked for a global business management consulting firm as a senior consultant and Korean government such as Ministry of Economy & Finance and National Tax Administration as a deputy director.



Michael Cho ([Facebook](#))

Advisory for Finance and Crypto Economy

- Partner at Samjong KPMG Financial Advisory Services
- SEIT Program, Stanford University
- M.A. in Seoul National University

Michael is currently heading the strategic marketing initiative for all of the Samjong KPMG Financial Advisory Services, with over 15 years of experience in M&A engagements. He served as the Head of the Corporate Finance division of Samjong KPMG FAS Inc. from 2001-2005 and headed a wide range of engagements such as M&A advisory, financing, valuation, deal structuring, etc. During his leadership, the division was ranked the no. 1 M&A house in terms of number of deals in 2004, during which time 9 high profile deals were closed by his team.