

CRIPTOMONEDAS, COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO EN LA ZONA SUR ORIENTE DEL ESTADO DE MÉXICO

Abraham Sánchez Gil, Centro Universitario UAEM Amecameca
Omar Ernesto Terán Varela, Centro Universitario UAEM Amecameca

RESUMEN

De acuerdo a los procesos globalizadores en el sector financiero se está experimentando grandes transformaciones derivadas de los cambios sociales del consumidor. En estos momentos somos testigos de un desafío mayúsculo desde el punto de vista tecnológico, el cual está avanzando sobre las bases financieras y económicas a nivel mundial, al querer cambiar su pieza prioritaria que es la moneda, la cual le permite comercializar los bienes y servicios que se producen, por otro tipo que son las denominadas criptomonedas. La emergencia de nuevos valores y necesidades y específicamente en el desarrollo de nuevas tecnologías que dotan de una dimensión digital a los soportes y canales económicos. En este contexto, las criptomonedas han ampliado las posibilidades interactivas de los medios financieros, sumándose a la tendencia de la era digital con los consumidores para el uso de una moneda digital, por medio de intercambio basado en internet, que es el equivalente a la moneda física, salvo que permite que las transacciones sean instantáneas y las transferencias sean sin fronteras. Estas monedas se pueden utilizar para comprar bienes y servicios, pero también podrían ser restringidas a ciertas comunidades como los juegos en línea, redes sociales, o esquemas piramidales. Las monedas digitales como el Bitcoin es conocido como "monedas digitales descentralizadas", sin control central sobre la oferta monetaria. Por ese motivo se considera a la criptomonedas una como oportunidad de negocio de microempresas del sector secundario en la zona sur oriente del estado de México ya que facilita la compra y venta de los servicios que se pueden ofrecer en diversos sectores. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación radica en proponer a las criptomonedas, como oportunidad de negocio, que permita el incremento de mercados y el posicionamiento de las microempresas del sector turístico de la zona sur oriente del estado de México. Por lo que el propósito principal de la investigación es llegar a situaciones predominantes a través del uso de criptomonedas como oportunidad de negocio puede ser considerada como una ventaja de competitividad.

PALABRAS CLAVE: Criptomonedas, Financiero, Organizaciones, Sector Turístico

CRIPTOMONEDAS, AS A BUSINESS OPPORTUNITY FOR MICROENTERPRISE OF THE TOURISM SECTOR IN THE SOUTH EAST ZONE OF THE STATE OF MEXICO

ABSTRACT

According to the globalization processes in the financial sector, great changes are being experienced as a result of the social changes of the consumer. We are witnessing a major challenge from the technological point of view. Advancement exists on financial and economic bases at the global level. We see evidence of changing currencies. These currencies are produced, by cryptones. The emergence of new values and needs, specifically in the development of new technologies, gives a digital dimension to economic supports

and channels. In this context, cryptomonedas have expanded the interactive possibilities of financial means. They add to digital era trend through the use of a digital currency. The currency uses an internet-based exchange, which is the equivalent of the physical currency except that it allows transactions to be instantaneous and transfers are borderless. These coins can be used to buy goods and services, but could also be restricted to certain communities such as online games, social networks, or pyramid schemes. Digital coins such as Bitcoin are known as "decentralized digital coins" without central control over the money supply. For this reason, the cryptomoneda is considered a business opportunity for microenterprises in the secondary sector in the south east of the state of Mexico. It facilitates the purchase and sale of services that can be offered in various sectors. Therefore, the objective of this research is to propose a business opportunity to criptomonedas. We suggest the increase of markets and the positioning of microenterprises in the tourism sector of the south-eastern zone of the state of Mexico. The main purpose of this research is to reach prevailing situations through the use of credit risk as a business opportunity.

JEL: D20, D24, D29, E21, E22, E42, E52, E59, G12, G19, G28

KEYWORDS: Criptomonedas, Financial Organizations, Touristic Sector

INTRODUCCIÓN

En los procesos de globalización, el sector turístico ha tenido un crecimiento exponencial, que se ha tornado como un sector de ingreso primarios para los países. Este sector da a conocer las bellezas naturales, costumbres y cultura, entre otros aspectos de las localidades desde el nivel país, hasta el rincón más pequeño de los mismos. Es por ello, la importancia que tiene dicho sector en todos los ámbitos, por lo que en México este sector es la segunda fuente de ingreso, aportando hasta 8.7%, para el Producto Interno Bruto (PIB), después de la industria petrolera. Con un crecimiento que se ha registrado en los últimos años, pero en cuestión de empleos genera apenas 5.9% del total, cifras que contrastan con 12 de los países de la Organización para la Cooperación y el Crecimiento Económicos (OCDE), cuyas industrias sin chimeneas tienen mayor participación en los puestos de trabajo que en lo que contribuyen a sus respectivas economías, revelan estadísticas del organismo, González (2016). Por lo que, se busca que la Zona Sur Oriente del Estado de México (ZSOEM), no sea la excepción y sea protagonista en este sector, debido a que cuenta con una riqueza turística inmensa y poco explotada, por lo que le serviría para posicionarse en el mercado. La Zona está integrada por trece (13) municipios, de los cuales para la investigación se seleccionaron tres (3) que son los Municipios de Amecameca, Tlalmanalco y Tepetlixpa, que son los que presentan mayor inventario turístico, y se consideran potenciales para la investigación. Después de un análisis basado en el inventario turístico que tienen, tales como instrumentos culturales, paisajísticos, patrimoniales y gastronómicos, entre otros, que se explotan como un producto y/o servicio local, evaluando la posibilidad de usar a las criptomonedas como mecanismo de transacciones para realizar operaciones financieras y económicas en sus negocios.

El propósito de que se utilicen las criptomonedas como oportunidad de negocio, es el que se pueda realizar diferentes transacciones económicas entre empresas del ramo y prestadoras de servicios diversos, que apoyen al desarrollo de la región. De esta manera, lograr obtener beneficios en la reducción de costos, la eficiencia de procesos y la creación de información constante para elegir nuevos mercados, entre otros, permitiendo generar empleos, que aprueben reducir la pobreza existente, mejorando su calidad de vida. En la presente investigación se buscó analizar la viabilidad para que las microempresas del sector turístico manejen las criptomonedas como moneda de intercambio, de esta manera, lograr obtener beneficios y posicionarse en el mercado turístico de la zona, generando información constante para elegir nuevos mercados, entre otros aspectos. Al ser presentada como una alternativa de negocio en primera instancia se busca que las criptomonedas sean o busquen representar las operaciones que se realizan en efectivo, vía bancaria, entre otros mecanismos que se utilizan para cobrar y pagar sus servicios, donde surjan como la moneda primaria de financiamiento. Estas cuentan con una red global donde la meta principal es la

reducción de procesos y actividades que permitan la operación eficiente y eficaz a los mercados que la utilicen, y con ello mejorar el posicionamiento de las microempresas del sector que las adquieran.

Las criptomonedas avanzan a pasos agigantados, ya que en menos de ocho años se han creado un gran número de estas, usándose ya en distintos entornos sociales, económicos, políticos y administrativos al rededor del mundo. En 1998 el concepto o idea de criptomoneda fue descrita por primera vez por Wei Dai, y posteriormente en el año de 2014, propuso la idea de crear un nuevo tipo de dinero descentralizado que usara la criptografía como medio de control. La primera criptomoneda que se creó fue Bitcoin, creada en 2009 por el desarrollador de pseudónimo Satoshi Nakamoto. Posteriormente aparecieron más criptomonedas, como Namecoin, Litecoin y Freicoin. Las criptomonedas que han sido creadas aunque no todas han sido exitosas, en especial aquellas que no han aportado ninguna innovación. Durante los últimos años, las empresas han mostrado interés y han tomado conciencia de la importancia de desarrollar prácticas que les permitan mejorar la colaboración entre los diferentes factores de los costos, actualmente las empresas se ven forzadas a generar nuevas ideas para incursionar en el entorno y obtener ventaja competitiva. Por lo que, el objetivo de la investigación es utilizar las criptomonedas como una herramienta financiera, que permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones y la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico. Por lo tanto, se obtendrán mayores beneficios, que permitirán la utilización de las criptomonedas para la toma de decisiones generando ventajas competitivas; ya que conociendo la localización de los servicios y la vida útil de los que los requieren, se hace necesario implementar un sistema de relación entre estos los elementos para reducir los gastos que genera el uso de bancos o elementos externos que generan costos innecesarios en las transacciones económicas.

El presente trabajo es derivado de un proyecto de investigación realizado en la Zona Oriente del Estado de México, en micro empresas del sector turístico, donde se buscó identificar si tienen conocimiento de los que son las Criptomonedas y si las podrían ver como una oportunidad de negocio, con el propósito de detonar al sector en la zona. La interrogante que se planteo fue: ¿Qué si el uso de las Criptomonedas pueden determinar que las micro empresas del sector turístico puedan posicionarse y lograr alianzas estratégicas con otros sectores?, con el propósito de que las criptomonedas sean utilizadas como una herramienta financiera, que permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones y la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico. La estructura del artículo está organizado por una introducción donde se menciona a groso modo de que trata la investigación, el papel que juegan las Criptomonedas en el sector turístico de la zona, así mismo se plantea una interrogante, el objetivo que se persigue en la investigación. Se plantea otra sección donde se realiza una revisión literaria de fuentes bibliográficas, estadísticas, entre otras. En el apartado de la metodología se menciona la población objeto de estudio, el tipo de metodología utilizada. Se mencionan algunas conclusiones a las que se llegaron en la investigación y por último las referencias bibliográficas que se emplearon para el desarrollo del artículo.

REVISIÓN LITERARIA

De acuerdo a la publicación de Hotel Palenque (s/f), menciona que se puede considerar como el nacimiento del turismo en México al periodo entre 1920 a 1940, época en la cual nacen los primeros servicios turísticos, como hotelería turística y agencias de viajes, los cuales son demandados por turistas en su totalidad extranjeros. Así mismo, es considerado otro tipo de surgimiento a partir de que el turismo en México tiene sus orígenes derivados del dinamismo que presenta la búsqueda de nuevas experiencias apegadas al contacto con la naturaleza caracterizándose por aspectos tales como: recrearse en su tiempo libre, disfrutar

la conservación de los recursos naturales y culturales y estar en contacto con la naturaleza y expresiones culturales. De acuerdo a los datos de la Organización Editorial Mexicana (OEM), (s/f), menciona que México se encuentra dentro de las primeras 10 potencias en llegadas de viajeros extranjeros, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), al recibir en 2012, a 23.1 millones de turistas, en tanto que al interior del país se transportaron 14.8 millones de pasajeros, lo que significa un reto para las aerolíneas en cuanto a la generación “incesante y monumental de datos” que deben ser analizados y conservados para tener un panorama sobre la industria y su desarrollo. Al dar a conocer los resultados de los Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística (ITAT), producto del aumento en la demanda de los servicios y bienes turísticos. Para Hernández (2011), la actividad turística engloba algunas de las necesidades demandadas por el turista. De acuerdo con la OMT, la industria turística es una importante fuente de ingresos en México, equivale al 8.4% del PIB.

En consecuencia, en el siglo XXI el turismo representa una actividad generadora de ingreso que lo coloca como motor de progreso. Actualmente esta oferta se diversifica al comercializarse un territorio completo que bajo un denominador común trata de conducir a los visitantes siguiendo un recorrido definido y delimitado. Las rutas bajo denominación de circuitos integran la combinación de un “todo “incluido y que están orientados a el consumo simultaneo de atractivos turísticos. Las rutas turísticas se componen de 3 elementos principalmente: 1.) Área turística: son los recursos turísticos o principales atractivos con los que cuenta una región y que se pueden potencializar dentro de un mercado turístico. 2.) Servicios Básicos Turísticos: Lo conforman los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas. Y 3.) Servicios complementarios turísticos: Contienen un valor agregado al producto (ruta turística) que inciden directamente en la calidad.

De acuerdo con Vera (1997), establece que dentro de los recursos turísticos se encuentra toda la materia prima donde se puede ofrecer al turista recursos de manera activa o pasiva. Es decir, donde el turista es solo contemplador o donde puede participar realizando actividades que amplíen las costumbres de la región receptora de turismo. Los Productos Turísticos son todos aquellos elementos, productos y servicios que ofertados simultánea e integradamente (atractivos turísticos, servicios, equipamiento, accesibilidad y precios), son capaces de generar un desplazamiento con fines turísticos. También se puede entender Producto Turístico como un conjunto de elementos capaces de configurar una “experiencia de viaje” que responda a determinadas motivaciones de un grupo de consumidores (ver tabla 1). A su vez se pueden ofrecer servicios básicos en las rutas turísticas que se organicen tales como alojamiento, transporte, gastronomía sitios históricos y culturales, entre otros.

Tabla 1: Recursos Turísticos

Recursos Naturales	Patrimonio Histórico	Expresiones Culturales
Paisajes, Clima, Parques naturales, Caminos, Senderos, Flora, Fauna, entre otros.	Monumentos, Arquitectura típica, Esculturas, Artesanías, entre otros.	Gastronomía, Celebraciones religiosas, Ferias, Costumbres y tradiciones, entre otros.

La tabla muestra los diversos tipos de recursos turísticos tanto naturales, patrimonio histórico y expresiones culturales de la ZSOEM, los cuales son productos que ofrecen los tres municipios de estudio. Fuente: Vera, J. (1997) “Análisis Territorial de Turismo”.

Franco & Osorio & Nava & Regir (2007), mencionan que el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos así como del nivel de estructuración de sus atractivos, esta valoración de recursos incluye la investigación de la demanda turística con los servicios a ofrecer. La Secretaría de Turismo (ST) conjunta elementos en 4 sectores fundamentales en la oferta: Atractivos turísticos, Servicios y equipamiento, Industrias y sectores proveedores e infraestructura de apoyo al sector turismo; Definiendo la oferta turística como la articulación de estos, proyectándose como una ventaja competitiva, que trate de inducir al turista a su recorrido por sitios particulares. En manera holística y grafica el estado de México, y haciendo énfasis en la zona sur oriente cuenta con recursos a transformarse en

productos turísticos mediante el análisis multicriterio del inventario de recursos turísticos, ya que vincula tanto los recursos, fuente de su atractivo, así como la gastronomía que incide en el posicionamiento de las tradiciones y celebraciones de la región.

De acuerdo a González (2016), menciona en su artículo “Turismo en México, con mayor contribución al PIB que al empleo”, que México es el tercer país de la OCDE cuyo turismo aporta más al PIB, sólo superado por España donde el sector representa 11% del indicador y Portugal, con el 9%. Sin embargo, la industria turística mexicana ocupa el lugar número 13 entre las 34 naciones de la OCDE en cuanto a la participación que tiene en la generación de empleos pues los doce países que lo superan al respecto aportan desde 6 hasta 12.7% del total de puestos de trabajo, de acuerdo con estadísticas actualizadas hasta 2013 y 2014, últimos años de los que obtuvo registros el organismo entre sus asociados y que forman parte de su más reciente informe del sector dado a conocer hace unos días. En naciones como Francia, España y Portugal, consideradas potencias turísticas mundiales, prácticamente hay una relación de uno a uno entre lo que este sector aporta al PIB y al mercado laboral.

Así mismo, González (2016), menciona que en España el turismo contribuye con el 11% del PIB y el 12.7% de los empleos, en Francia con el 7% del PIB e igual porcentaje en empleos, en Portugal la aportación turística al PIB es de 9% y para empleos del 8%. En otros nueve países la aportación del turismo al PIB es mucho menor que en México (de 1.8 a 5.5%) pero proporcionalmente generan más empleos (de 6 hasta el 12.7%). En Japón, el sector aporta apenas 2.4% del PIB pero su contribución en empleos es de 6.9%. En las otras naciones la proporción es la siguiente (el primer número corresponde al PIB y el segundo a empleos): en Grecia de 6.3 y 9%, en Luxemburgo de 1.8 y 6%, en Austria de 5.5 y 7.3%, en Hungría de 5.5 y 9%, en Islandia de 4.6 y 8.7%, en Italia de 6 y 8.5%, en Noruega de 3.2 y 6.5%, en Eslovenia de 4.9 y 6.1%, pero no utilizan las criptomonedas como herramienta de transacciones financieras.

Moreno (2014), comenta que las criptomonedas son monedas virtuales que se caracterizan por su facilidad de intercambio y seguridad. Se basan en una tecnología descentralizada, es decir, que no está controlada por ninguna institución o empresa. Y, además, con unos costos mínimos gracias a la desintermediación. Pero al estar en proceso de maduración, esta moneda digital aún tiene ciertos problemas que resolver. Están basadas en un sistema peer to peer, es decir, de persona a persona, sin intermediarios. Y la seguridad reside en su compleja tecnología que hace que funcione como moneda real, pero sin ningún tercero que controle la transacción. Para usarlo no es necesario tener conocimientos informáticos, el sistema es sencillo. Basta con descargarse un software gratuito en el ordenador o móvil, recargarlo y hacer la transacción con la dirección que genera la aplicación, además, también se puede usar para pagar en una tienda físicamente. En sus inicios las criptomonedas se usaban, principalmente, en las páginas de apuestas y ahora es el sector turístico el que se ha lanzado a probar estas monedas en la red. Su difusión está en auge, pero su futuro es, lógicamente, incierto. También Moreno (2014), menciona que la criptomoneda es una moneda electrónica que no pertenece a ninguna nación concreta.

Esto hace que no está controlada por nadie. Las divisas “tradicionales” se emiten por organismos como bancos centrales o gobiernos, que pueden ejercer algún tipo de control sobre ellas, pero no en el caso de las criptomonedas. Por lo que, básicamente, una criptomoneda es una cadena de número encriptados. Estos números se ajustan a un algoritmo que determina cuáles de estos números se corresponden a monedas válidas. Estos códigos se asocian a una dirección que indica a quién pertenecen estas criptomonedas, pero de manera anónima ya que es el dueño la única persona que conoce dicha dirección. Las criptomonedas hacen que enviar dinero por Internet sea tan fácil como mandar un e-mail. Por lo que, Moreno (2014), describe que las criptomonedas son generadas en Internet por usuarios que se descargan un programa con este fin y son conocidos como “mineros”. Éstos instalan un programa concreto en su ordenador para que desde él se verifiquen las transacciones de criptomonedas. A cambio, el minero es recompensado con esta moneda. A medida que los “mineros” van trabajando, se crean nuevas criptomonedas y se introducen en el mercado, pero siempre a un ritmo fijo. Al ser una red y estar formada por ordenadores de todo el mundo,

es un sistema descentralizado que nadie puede controlar, por lo que es muy seguro. Para empezar a utilizar las criptomonedas, es necesario utilizar un programa (online o desde el propio ordenador) conocido como “monedero digital” (en original, wallet) para asociar a ésta las criptomonedas que se posean. Como comentábamos, una criptomoneda tiene una clave pública y una privada. Cualquier operación se basa en el intercambio de direcciones públicas y se caracterizan por ser instantáneas y poder ser monitorizadas en tiempo real y sin necesidad de intermediarios.

Pallares (2014), menciona en su artículo que el proceso de enviar dinero, recibirlo o efectuar pagos con criptomonedas es sencillo. Para empezar a usarlo, hay que generar una dirección usando una aplicación. Se tiene que elegir un monedero, que se puede instalar en una computadora o en un dispositivo móvil. Una vez instalado el monedero, se generará una primera dirección. De la misma manera que existen direcciones de correo electrónico, también existen direcciones de criptomonedas que nos permiten enviar y recibir estas monedas digitales. Se pueden generar tantas direcciones como uno quiera y todas son gratuitas. Estas direcciones se generan mediante unos parámetros matemáticos que logran hacer que todas las direcciones sean únicas. Cada dirección consta de dos partes que están matemáticamente correlacionadas: una dirección pública y una clave privada. Las direcciones públicas no tienen ninguna información sobre sus dueños; estas aparecen como secuencias aleatorias de números y letras de 33 caracteres de largo, como por ejemplo: 1Hg7wA7JMuMtpXbPMLi6XXh1XwrKK4fwUC. Donde generalmente, las direcciones de las criptomonedas se pueden copiar y pegar, o hacer click en ellas como si fueran un enlace. También tienen un código QR para que puedan escanearse fácilmente con un teléfono inteligente.

Continuando con Pallares (2014), menciona que el diseño de las criptomonedas permite poseer y transferir valor en forma anónima, proceso que se hace de manera similar a una transferencia bancaria en línea. Las criptomonedas pueden ser enviadas por medio de Internet a cualquiera que tenga una dirección de criptomonedas. A cada dirección le corresponde un valor, que puede subir o bajar según las transacciones que se realicen. Los nodos interconectados se encargan de registrar el nuevo valor de la dirección y difunden la información de dicha transacción por toda la red, quedando respaldada de forma inalterable gracias a un complejo sistema de seguridad criptográfico. En la actualidad, varias empresas y pequeños negocios aceptan criptomonedas como método de pago. El uso de esta moneda no se limita a negocios por Internet, sino que también puede ser usado en tiendas físicas. Su ámbito internacional y el hecho de que los usuarios pueden comerciar con un cierto anonimato, ha hecho posible que se abra paso en sectores cada vez más regulados, como por ejemplo las apuestas online y las partidas de póker.

Dice Pallares (2014), que a partir de enero de 2014, dos hoteles de Las Vegas aceptan esta moneda digital en sus casinos, tiendas de regalo y restaurantes. En octubre de 2013 se instaló el primer cajero automático para Bitcoin en Vancouver (Canadá). La máquina ofrece dólares canadienses a cambio de criptomonedas. Finlandia (en la ciudad de Helsinki) fue el primer país europeo en disponer cajeros automáticos de Bitcoin. Próximamente se instalarán cajeros bidireccionales (convierte bitcoins en dólares y dólares en bitcoins) en las ciudades de Seattle y Austin, en Estados Unidos. Durante marzo de 2014, una pequeña empresa de industria del petróleo y del gas basada en Fort Worth Wagner (2014), menciona que la criptomoneda aborda con éxito la preocupación mundial por la falta de eficiencia del sistema financiero en la actualidad, los honorarios exorbitantes, la inflación descontrolada y descuidos de confidencialidad. La criptomoneda es propiedad de las personas y ningún gobierno o compañía puede controlarlo. La criptomoneda es pública y protegida por la red de propietarios para verificar cada transacción. La criptomoneda es dinero del pueblo, una verdadera democracia económica. Algunas monedas virtuales pretenden ser una criptomoneda, pero en realidad no tienen absolutamente nada que ver con las criptomonedas. La prueba de fuego es simple; si la moneda y su valor están controlados por una sociedad central está deja de ser una criptomoneda y es moneda solamente intercambiable dentro de la empresa o lugar donde se ocupe.

METODOLOGÍA

La ZSOEM está compuesta por trece (13) municipios, de los cuales para la investigación se tomaron en consideración solo tres (3) de acuerdo al análisis del trabajo de campo realizado, que tuvo una duración de seis meses, la cual determinó que son los que tienen el mayor potencial turístico, de acuerdo a su inventario patrimonial. Considerando a la población objetivo de manera intencional; se planteó un estratificado de tres (3) elementos, donde cada elemento representa a cada municipio seleccionado. A cada estrato integrado por las micro empresas del sector turístico, se logró aplicar los 20 instrumentos, los cuales fueron contestadas de manera inmediata por dicha población objeto, de manera aleatoria y de manera voluntaria en el 100%. Se les aplicó una encuesta abierta, para determinar sus puntos de vista de los inventarios patrimoniales y también un instrumento que está integrado por 10 reactivos con escala de Likert de tres opciones basado en el uso de las criptomonedas como instrumento de intercambio financiero para la realización de operaciones entre los diversos actores que participarían en el uso de las mismas (ver Tabla 2).

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Nombre de la Variable	Definición	Ítems Asociados	Unidad de Medición
Criptomonedas	“Una moneda digital que emplea técnicas de cifrado para reglamentar la generación de unidades de moneda y verificar la transferencia de fondos, y que opera de forma independiente de un banco central”. (https://www.royfinanzas.com/2014/10/que-es-criptomonedas/)	4,5,6,7,8,9 y 10	Escala de Likert de 3 elementos
Financiamiento	Es el conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio. (https://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php)	1, 2 y 3	Escala de Likert de 4 elementos

La tabla muestra la operacionalización de las variables, su definición, y los ítems que integran el instrumento, su escala de medición, que se aplicó a los tres estratos de estudio. Fuente: Elaboración propia (2017)

Esta investigación es de tipo documental, ya que se auxilia consulta de libros, revistas, periódicos, así como la consulta de artículos y páginas de internet. Es de tipo cualitativo donde se utilizó métodos que siguen una disciplina científica basados en principios teóricos para la toma de decisiones. Se tomó como referencia pequeñas muestras en la observación de un conjunto o grupo de empresas de la región. Se realizó el estudio de como las empresas del sector turístico se pueden ver beneficiadas por el uso de criptomonedas. Es de tipo descriptiva debido a que se particulariza cómo se ven beneficiadas las empresas del sector turístico por el uso de criptomonedas.

Por medio de la misma se describen datos para conocer las situaciones, costumbres, actitudes más importantes a través de las actividades económicas como el objeto de estudio y sus procesos. Fue de tipo no experimental transversal debido a que las variables son independientes. Los trasversales recolectan datos en un solo momento en un tiempo único, su propósito fundamental es describir variables y analizar su incidencia y relación en un momento dado. Se tomó en consideración el tipo metodología de Investigación-Acción participativa; para la investigación se aplicaron entrevistas, técnicas de recolección de datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, e interacción e introspección con grupos o comunidades. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010).

RESULTADOS

Los resultados que arrojó la investigación de campo mediante la aplicación de la entrevista abierta y el instrumento a los microempresarios del sector turístico de la población objeto, se puede determinar que existe la factibilidad y viabilidad de que serían aceptadas las criptomonedas como oportunidad de negocio en el sector en la ZSOEM. Así mismo, se consideraron una serie de factores claves para el éxito de las organizaciones que le permitan posicionar a este tipo de empresa en un mercado competitivo. Para lograr este objetivo, se deben cumplir dos condiciones: Proporcionar a los consumidores lo que necesitan y la otra es sobrevivir a la competencia. Para dar a los consumidores alternativas de pago, en función de sus clientes y proveedores. Una vez que saben cuáles son los clientes, se deberán de estudiar sus necesidades y comportamientos; es decir, las causas por las que deciden escoger una oferta en lugar de otra. A partir de ese momento, la empresa podrá trazar su estrategia para su posicionamiento.

El trabajo de campo se llevó aproximadamente seis meses para el levantamiento de las encuestas e instrumento y otro mes para su análisis. Y los resultados obtenidos de manera holística y gráfica de cómo es la distribución geográfica del Estado de México, el cual permite que la zona sur oriente, se encuentra rodeado de tres estados que son la Ciudad de México, Morelos, Puebla y Guerrero, esto hace que la zona de los volcanes como es conocida en el estado, cuente con recursos a transformarse en productos turísticos mediante el análisis multicriterio del inventario de recursos turísticos, ya que vincula tanto los recursos, fuente de su atractivo, así como la gastronomía que incide en el posicionamiento de las tradiciones y celebraciones de la región. De la entrevista aplicada se encontró que la opinión de los actores entrevistados, mencionaron que: el municipio de Amecameca es un lugar muy interesante y atractivo por su cercanía al pie de los volcanes, su riqueza de la arquitectura colonial.

Esta tierra se caracteriza principalmente por su alfarería, los artesanos de la zona fabrican ollas, floreros, jarrones y otros objetos de barro. El municipio de Tlalmanalco, hace placentera su estadía, gracias a la belleza de sus paisajes que aún conservan el rostro de la tranquilidad de México a principios del siglo XX, aunado a la cercanía de los bosques alpinos y el sentir de la tierra húmeda y fresca. En el municipio de Tepetlixpa encontramos la localidad de Nepantla conocido a nivel internacional por ser la cuna de Sor Juana Inés de la Cruz, en este espacio que constata de un hermoso teatro al aire libre, auditorio, cafetería, biblioteca, paseo escultórico y museo. Dentro de esta zona, se encuentra el encanto de las tierras de la zona sur oriente donde se manifiesta el orgulloso pasado prehispánico y colonial, acompañado por la belleza de sus paisajes enmarcados por dos imponentes volcanes. También, en dicho análisis los actores expresaron de manera integral que el perfil y características del tipo de turista potencial para la ZSOEM, (Ver tabla 3), de acuerdo a sus atractivos, patrimonios culturales y gastronómicos, entre otros.

Así mismo, se encuentra que la ZSOEM tiene muchas deficiencias que deben de ser ajustadas con ayuda de la población y los distintos niveles de gobierno, para que sea un atractivo turístico y fuente de desarrollo de la región, esto es una percepción de los microempresarios, que solicitan el apoyo financiero para poder detonar el sector. Los resultados que se obtuvieron de la aplicación del instrumento en los tres municipios arrojaron los siguientes datos (ver tabla 4).

Tabla 3: Información de Caracterización de los Turistas y Visitantes en la Zona

Segmento	Perfil del Turista	Intereses del Turista
Hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 25 a 55 años	Extranjeros que viaja cuya intención es conocer sobre los aspectos naturales y culturales de la región, provienen principalmente de Estados Unidos.	Relacionarse con los recursos naturales
	Acuden en familia o con un grupo de amigos	Adentrarse en un medio de tranquilidad
	Nivel cultural medio-alto	Observación de la fauna Silvestre
	Nivel económico medio, medio-alto	
	Conoce los establecimientos por la información de boca en boca	
	Escasos gastos en actividades complementarias por falta de oferta y desconocimiento de las existentes.	
Necesidades del turista: Servicios de hospedaje, comida, transporte, además de guías turísticos para la realización de actividades recreativas.		

La tabla muestra información del segmento de usuarios entre 25 a 55 años, que determinan la caracterización el tipo de perfil, el interés de los turistas y visitantes, y sus respectivas necesidades, para realizar visitas a la región, es el resultado del análisis de la ZSOEM. Fuente: Elaboración basada en el trabajo de campo (2016)

De acuerdo a los datos del instrumento y realizando un análisis sobre la perspectiva que tienen los microempresarios del sector, se examinara por cada municipio. Para el Municipio de Amecameca de Juárez, el 55% de los microempresarios invierten en su negocio, el 55% no utilizan puntos de venta, el 68% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 90% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 100% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 80% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 50% parcialmente piensa que puede darle seguridad financiera. Los resultados del Municipio de Tepetlixpa, el 75% de los microempresarios invierten en su negocio, el 70% no utilizan puntos de venta, el 55% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 100% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 30% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 65% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 30% parcialmente piensa que puede darle seguridad financiera.

Los microempresarios del Municipio Tlalmanalco, respondieron que: 70% de ellos invierten en su negocio, el 65% no utilizan puntos de venta, el 60% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 100% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 40% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 55% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 100% piensa que no hay seguridad financiera. De acuerdo a los resultados del instrumento aplicado en los tres (3) municipios de estudio, los microempresarios del sector turístico de la ZSOEM, muestran que la mayoría de ellos invierten sus propios capitales para mantener activos sus negocios, que manejan muy poco y que en ocasiones no ejecutan sus transacciones financieras mediante transacciones electrónicas; que la mayoría desconoce lo que son las criptomonedas, sus beneficios, pero si estarían dispuestos a utilizarlas como mecanismo de vinculación para realizar alianzas estratégicas.

Tabla 4: Resultados de la Encuesta Sobre las Criptomonedas Como Oportunidad de Negocio de Micro Empresas del Sector Turístico en la Zona Sur Oriente del Estado de México

Municipio de Amecameca de Juárez				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	55%	20%	25%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	35%	10%	55%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	10%	25%	65%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	10%	90%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	35%	55%	10%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	40%	35%	25%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	80%	10%	10%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	35%	50%	15%	
Municipio de Tepetlaxpa				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	75%	5%	20%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	10%	20%	70%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	5%	40%	55%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	0%	100%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	30%	65%	5%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	35%	45%	20%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	65%	25%	10%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	30%	60%	10%	
Municipio de Tlalmanalco				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	70%	20%	10%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	5%	30%	65%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	15%	25%	60%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	0%	100%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	40%	50%	10%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	55%	35%	10%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	60%	20%	20%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	25%	70%	5%	

La tabla muestran los resultados de la encuesta sobre las Criptomonedas como oportunidad de negocio de micro empresas del sector turístico en la zona sur oriente del Estado de México, específicamente a los tres municipios de análisis, donde se exponen la opinión de los microempresarios del sector turístico. Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo (2017).

CONCLUSIONES

En los últimos tiempos las Secretarías de Turismo de los tres niveles de gobierno, el federal, estatal y municipal, han generado una serie de programas turísticos enfocados a apoyar a los rincones más aislados del país, para que sean reconocidos por sus atractivos turísticos, patrimonios culturales, gastronómicos, entre otros, propios del lugar, y por ello que, se han planeado numerosas propuestas para generar turismo en el medio rural, como lo es el programa de pueblos con encanto y pueblos mágicos, que hacen reconocimiento a las localidades que han sabido preservar su autenticidad y carácter pintoresco, a través del mejoramiento y rescate de la imagen urbana, poniendo en valor los atractivos turísticos y riqueza cultural, incrementar la afluencia de turistas, así como de mejorar las condiciones de vida y de crecimiento de la zona. El estudio arroja que a pesar de que existen microempresarios dedicados a proporcionar servicios turísticos en la ZSOEM, la mayoría de estos solo realizan sus actividades financieras mediante el movimiento de dinero en efectivo y desconocen que las criptomonedas sea un medio de transacción financiera, que a pesar de que desconocen el instrumento financiero, les gustaría utilizar las criptomonedas como mecanismo de alianzas estratégicas para mejorar el posicionamiento de su negocio. Por lo que, el utilizar las criptomonedas como una herramienta financiera les permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones, la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico.

Se puede mencionar que la utilización de las criptomonedas como oportunidad de negocio de microempresas del sector turístico en la ZSOEM, es aceptada por los microempresarios. Por lo que, se puede llegar a la conclusión y formular algunas reflexiones, sobre los resultados de la investigación. Se empezará por determinar algunas conclusiones, que los tres (3) municipios estudiados cuentan con todos los recursos turísticos, patrimonios culturales, gastronómicos, entre otros, para generar una región altamente turística. La segunda en importancia es qué las microempresas del sector turístico tienen los capitales humanos, financieros, entre otros para otorgar el servicio que se ofrece, que se tiene un perfil de turista y visitante que permite denotar el sector en beneficio de la región. De acuerdo a los resultados de la investigación se considera más importante, la disponibilidad de los actores en ver a las criptomonedas como una alternativa de crecimiento de sus negocios y proyectar a la región como una alternativa turística; por otro lado, que el detonar al sector se está apoyando al crecimiento de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Financiamiento. Sitio: Definición ABC. Fecha: 26/10/2009. Autor: Florencia Ucha. Recuperado de URL: <https://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

Franco, M. & Osorio, Nava B. & Regir G. (2007), “Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Estudios y perspectivas en turismo”, págs. 226, 208,487

González G. Susana (2016), “Turismo en México, con mayor contribución al PIB que al empleo”, Recuperado <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2016/03/12/turismo-en-mexico-con-mayor-tasa-de-contribucion-al-pib-que-al-empleo-714.html>

Hernández Ramírez, J. (2011), “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios Culturales. Revista de turismo y patrimonio Cultural”, 226-234,

Hotel palenque (s/f) Tendencias del turismo en México, Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos88/tendencias-del-turismomexico/tendencias-del-turismo-mexico.shtml#ixzz3K3jupl20>

Moreno Félix (2014), “El auge de las criptomonedas”, Recuperado:
<http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/el-auge-de-las-criptomonedas.pdf>

Oro y Finanzas Diario Digital del Dinero (2014), Recuperado de:
<https://www.oroymasfinanzas.com/2014/10/que-es-criptomoneda/>

Organización Editorial Mexicana (OEM) (s/f), Recuperado de <https://tuespacio.com>

Pallares, Roxana A. (2014), “¿Son las monedas virtuales el futuro de las finanzas internacionales?”,
Recuperado: <http://www.petrotecnia.com.ar/abril14/Petro/Bitcoins.pdf>

Vera, José & López Francesc & Palomeque, I, & Marchena Gómez, Manuel, & Antón Salvador, (1997)
“Análisis territorial de turismo: una nueva geografía del turismo”, Prólogo de J. Vilà Valentí. --
Barcelona: Ariel, pp 469.

Wagner, Andrew (2014), "Digital vs. Virtual Currencies", Recuperado (1 Diciembre 2014) de:
http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_currency.

BIOGRAFÍA

Abraham Sánchez Gil, Estudiante del 8vo semestre de la Licenciatura en Contaduría del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México, Km. 2.5 Carretera Amecameca Ayapango, Estado de México, ab_sgil12@hotmail.com

Dr. en Admón. Omar Ernesto Terán Varela, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México, Km. 2.5 Carretera Amecameca Ayapango, Estado de México, Línea de investigación Desarrollo y Política Pública. Profesor de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), oteranv@hotmail.com