



# ¿Es el criptoturismo un nicho de mercado? Caso de estudio: Argentina

*Is crypto tourism a niche market? Case study: Argentina*



**Cristian von Matuschka**

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad  
Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad Nacional de Cuyo  
Mendoza, Argentina  
[cvonmatuschka@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:cvonmatuschka@ffyl.uncu.edu.ar)

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es la determinación del criptoturismo como nicho en Argentina, partiendo de estudios previos y revisiones bibliográficas. Se define, entonces, el concepto de nicho, el de criptoturismo y se prueba el mercado. Se confirma, además, que se trata de un nicho, según definiciones de autores referentes, sin dejar de lado las partes débiles del análisis que hacen alusión a la “cola larga” y a la teoría del “stuck in the middle”. De manera transversal a dicho análisis, se revela la posición del gobierno frente a los mercados relacionados.

**PALABRAS CLAVE:** criptoturismo; nicho de mercado; Argentina.

## ABSTRACT

The main objective of this research is to determine whether crypto tourism is a niche market in Argentina, based on prior studies and bibliographic reviews. Therefore, the concepts of niche and crypto tourism are defined and the market is tested. It is also confirmed that it is a niche market according to the definitions of key authors, without omitting the weak parts of analysis that refer to “the long tail” and the theory of “stuck in the middle”. Finally, the position of the

government regarding the related markets is revealed in a transversal approach to this analysis.

KEYWORDS: crypto tourism; market niche; Argentina

## Introducción y fundamentación de la investigación

### Introducción

Los avances tecnológicos en automatización de procesos y recursos informáticos han mostrado que es posible construir nuevos tipos de mercados. Desde 2011 que la tecnología Blockchain y sus derivados dan origen a productos nuevos tales como criptomonedas, contratos inteligentes, sistemas inteligentes y demás. Este estudio busca ver de qué manera impacta dicha tecnología en Argentina y si se cumple la noción teórica sobre el nicho de mercado llamado criptoturismo. La detección de un nicho significa, para las organizaciones del sector, un gran potencial de rentabilidad y, para el cliente, una mejorada satisfacción de sus necesidades y deseos, consolidando así, en este caso, la industria turística del país.

### Sobre la investigación

El objetivo principal de esta investigación es la determinación del criptoturismo como nicho en Argentina, partiendo de estudios previos y revisiones bibliográficas. Para ello se siguen tres pasos fundamentales:

- Definir criptoturismo
- Definir nicho
- Testeo del mercado

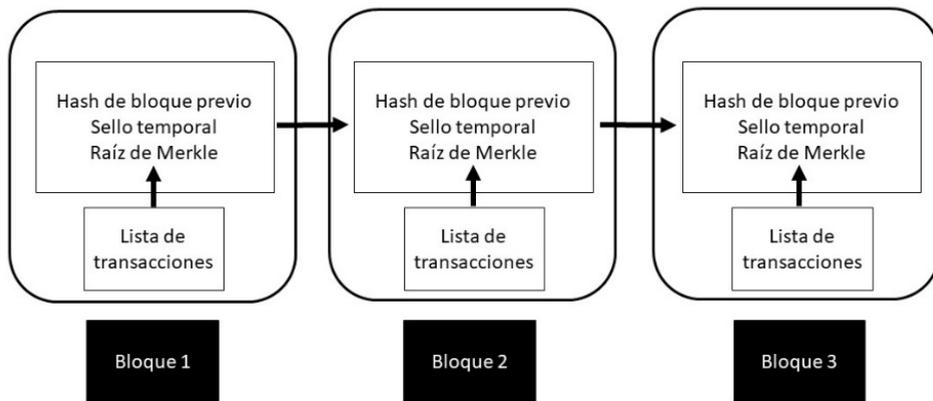
Esta investigación es no experimental (Hernández Sampieri, 2014) ya que se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin intervención directa en el mercado. Así, entonces, se observan los fenómenos relacionados al criptoturismo tal como se dan en su contexto

natural, para después analizarlos. La investigación corresponde a la subclasificación transeccional, ya que los datos se obtienen en un único momento en el tiempo. Y tiene tintes exploratorios, dado que se realiza con el objetivo de examinar un tema que, hasta ahora, es poco estudiado. Es decir, la revisión de la literatura reveló que existen vertientes similares, pero con el foco en informática, matemática y finanzas. Aquí el foco es el turismo y, en ese caso, hay solo guías e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio.

La tecnología fundamental para el criptoturismo: la cadena de bloques

En informática, una cadena de bloques es una lista creciente de registros. Cada registro es llamado bloque y estos están unidos de forma segura mediante criptografía (Narayanan, Bonneau, Felten, Miller, Goldfeder, 2016). Cada bloque contiene un hash criptográfico del bloque anterior, una marca de tiempo y datos de transacciones (generalmente representados como un árbol de Merkle, Figura 1), donde los nodos de datos están representados por hojas. Como cada bloque contiene información sobre el bloque anterior, forman una cadena y cada bloque adicional va reforzando los anteriores. Por lo tanto, las cadenas de bloques son resistentes a la modificación de sus datos, porque una vez registrados los datos en cualquier bloque dado, no pueden alterarse retroactivamente sin alterar todos los bloques posteriores (Narayanan et al., 2016).

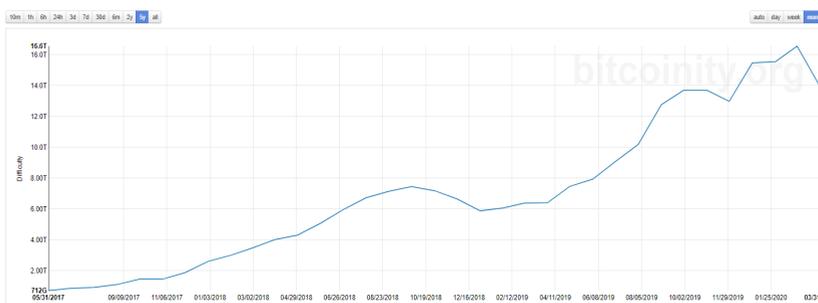
Figura 1: Representación de una cadena de bloques



Fuente: elaboración propia

En el diseño de Blockchain de Nakamoto (2008), el sistema es operado por una red descentralizada de los llamados mineros, es decir, computadoras que mantienen el libro mayor y lo actualizan de acuerdo con las solicitudes de los usuarios. El protocolo esbozado en Nakamoto (2008) guía las acciones de los mineros. Organizan las solicitudes admisibles de protocolo en bloques, que son lotes de actualizaciones de libro mayor. Cada minero gasta recursos computacionales en un proceso llamado prueba de trabajo (Proof of Work), para participar en una lotería que selecciona el siguiente bloque del libro mayor y su emisor. La probabilidad de un minero de ganar la lotería es proporcional a los recursos que gasta y en el tiempo aumenta su dificultad (Figura 2). Todos los mineros verifican que un bloque emitido sea considerado válido por el protocolo, y rechazan los bloques inválidos. Por lo tanto, los mineros mantienen colectivamente un libro de contabilidad común, que se actualiza solo con bloques válidos.

Figura 2: La dificultad de minado del Bitcoin a lo largo del tiempo



Fuente: Bitcoinity (2022)

### Usos crecientes de la cadena de bloques

Las características innovadoras de la cadena de bloques consisten en un libro digital a prueba de manipulaciones que puede documentar la procedencia y las características de los productos, haciendo que la información sea accesible a los compradores en cada etapa. Algunas aplicaciones clave en el sector organizacional son las siguientes (Ramdoo, 2019):

- Gestión de reglamentos y normas, garantizando seguridad y el cumplimiento del trabajo.
- Cumplimiento y gestión de alquileres, aprobación de documentos, contratos, auditoría, gestión de flujos de reservas.
- La gestión de la cadena de suministro se puede utilizar para rastrear materiales en la cadena de valor de la minería, desde los bloques hasta el concentrado y el metal: gestionar contratos de adquisición, conciliación de facturas, etc.
- Responsabilidad Social Empresarial, trazabilidad y abastecimiento responsable.

Entre los posibles efectos sobre el personal de dichas organizaciones figura el siguiente:

- Algunas tareas que pueden resultar redundantes debido al seguimiento automático (contabilidad, auditoría, gestión de datos, etc.).

Otra aplicación es el sistema Bitcoin (BTC), que consiste en una red descentralizada de ordenadores, cada uno manteniendo y actualizando una copia del libro mayor de acuerdo con el protocolo. Estos sistemas informáticos distribuidos se utilizan desde hace décadas, pero requieren de la confianza de las partes. El diseño de tal sistema, sin la necesidad de dicho requerimiento, es la novedad en Nakamoto (2008).

La aparición de la moneda nativa (o usuaria de tokens) demuestra el éxito de Bitcoin en la creación de un sistema de contabilidad confiable, a partir de una red de computadoras no confiables (Figura 3). Las reglas de validez de actualización de Bitcoin facilitan la moneda nativa.

Figura 3: Evolución de potencia de cálculo (hashrate) de BTC como medida de seguridad de la red



Fuente: Bitcoinity (2022)

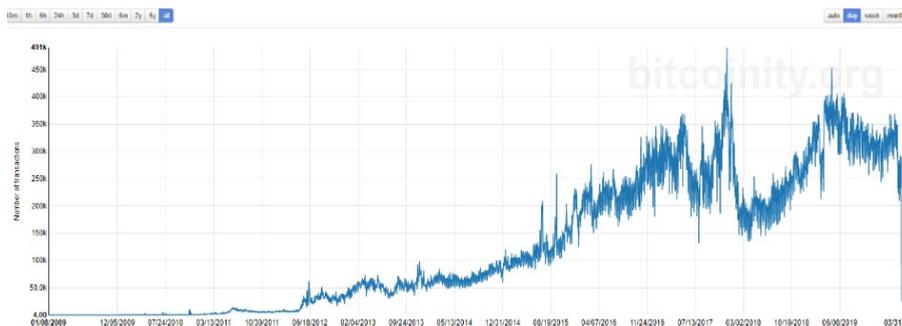
Por otra parte, BTC es complejo y costoso de ejecutar, porque está diseñado para ofrecer la misma funcionalidad en ausencia de una parte de confianza. Para que el esquema de incentivos de Bitcoin funcione, el sistema debe tener acceso a un instrumento similar al dinero (Huberman, Leshno y Moallemi, 2019). La moneda nativa puede proporcionar ese rol, si los receptores de monedas están dispuestos a ofrecer un bien, o un servicio, cuando su saldo

aumenta. Estos destinatarios proporcionan el bien o servicio contra la moneda, presumiblemente, porque creen que serán capaces de cambiar la moneda en el futuro, por un bien, o un servicio que deseen. Tal creencia, si se mantiene ampliamente, hace que la moneda sea un medio de intercambio y un depósito de valor. El diseño de Blockchain ofrece un modelo del sistema de pagos en el que (Huberman, Leshno y Moallemi, 2019):

- (i) los retrasos son costosos para los usuarios;
- (ii) los mineros son maximizadores de ganancias;
- (iii) los mineros pueden entrar o salir libremente del sistema.

Los mineros son logran recompensas en bloque, determinadas por el protocolo y tarifas de transacción ofrecidas por los usuarios (Figura 4). Este último será esencial para el modelo de ingresos del sistema, porque los primeros desaparecen con el tiempo. Los usuarios eligen las tarifas de transacción que pagan.

Figura 4: Cantidad de transacciones por día



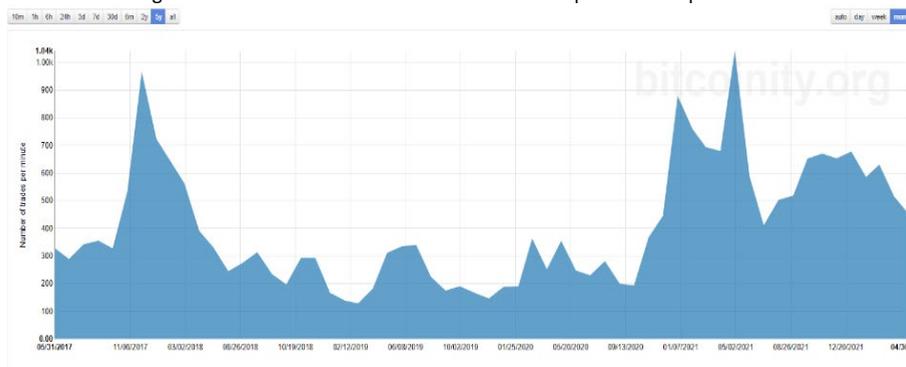
Fuente: Bitcoinity (2022)

El valor asignado a una moneda es una convención social (Huberman, Leshno y Moallemi, 2019). Se comprueba en los valores asignados al oro y las monedas Fiat. Dicha convención social depende del futuro uso, como medios de pago. En cambio, el caso de Bitcoin puede ser usado solo dentro del

sistema descentralizado que lo mantiene, ya que los mineros de Bitcoin mantienen el sistema, a diferencia de los mineros de oro.

Asignar valor a Bitcoin requiere creer en el futuro del sistema y su evolución. La Figura 5 muestra la cantidad de intercambios producidos entre usuarios de criptodivisas.

Figura 5: Cantidad de intercambios de todas las criptomonedas por minuto

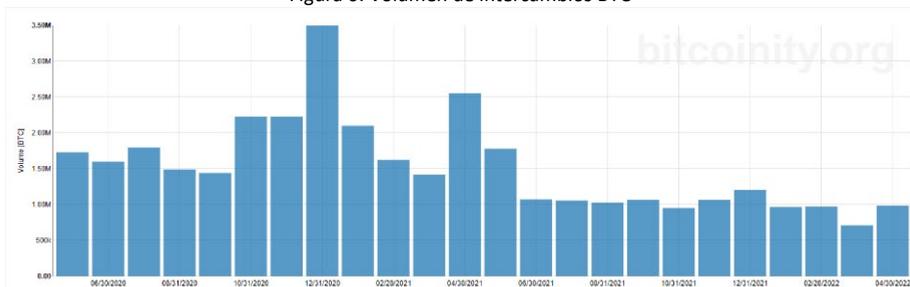


Fuente: Bitcoinity (2022)

## Construyendo el concepto de criptoturismo

Los resultados de investigaciones (Cheng, Fong y Law, 2021) muestran que el pago móvil en hotelería y turismo se clasifica generalmente en dimensiones de consumo, proveedores y políticas. Siendo la aplicación de tecnologías criptográficas impulsadas principalmente por el turista (consumidor final) y la evolución natural del resto de tecnologías de pago como paypal, e-banking, etc. La Figura 6 muestra el volumen de intercambios recientes, realizados con criptomonedas, apoyando los resultados de Cheng et al. (2021).

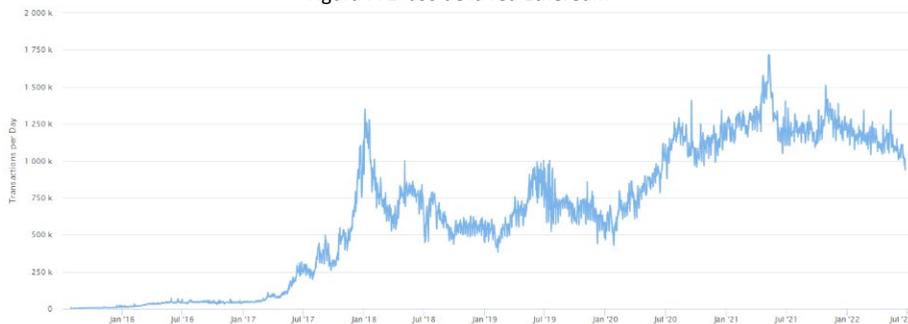
Figura 6: Volumen de intercambios BTC



Fuente: Bitcoinity (2022)

Además, existe un uso creciente en el tiempo de la red Ethereum. La misma es no solo utilizada para intercambios, usando diferentes criptomonedas, sino también para servicios informáticos que se apoyan en la cadena de bloques (Cheng et al., 2021). Estos servicios poseen una tendencia creciente y van desde criptoseguros hasta contratos inteligentes (Figura 7).

Figura 7: El uso de la red Ethereum



Fuente: Etherscan (2022)

### “Criptooferta” y “criptodemanda” de turistas

Adecuar la oferta turística argentina a la demanda de turistas es analizada por ejemplo en Baglietto (2020). Los autores sugieren que las principales transformaciones que se generan en la oferta turística se dan a partir del establecimiento de las restricciones cambiarias. Además, se preguntan, entre

otras cuestiones, por el enfoque que los bancos imprimen en las publicidades que promueven el consumo turístico. Esta indagación concluye caracterizando al mercado de servicios turísticos y la oferta de servicios financieros vinculados. En las piezas publicitarias sobre programas de descuentos y canjes de puntos, se busca imprimir la noción de consumo que ofrece a los clientes la oportunidad de acceder a “experiencias de vida”, donde el cliente siempre tiene la libertad de “elegir” cómo gastar. Por lo tanto, este razonamiento se encuentra alineado con el objetivo para el cual fue creada la tecnología de cadena de bloques.

Respecto a la demanda, los turistas deciden un destino por el grado de implementación de ciertas tecnologías. Esto se demuestra en Wilson (2008) para el mercado Latinoamericano y en Bowman (2015) para el caso de Buenos Aires. Ambos estudios muestran que las políticas de fomento y modernización tecnológica generan demandas en aquellas ciudades que mejor las llevan adelante. Bowman (2015) aclara además que dichas políticas impulsan el nicho turístico del turismo industrial. Una de las variables clave para cualquier decisión turística es la importancia asignada a la seguridad (Griffin, 2005), siendo esta variable una de las características fundamentales de la Blockchain.

### **¿Qué es el criptoturismo?**

La primera cuestión básica es si se puede considerar el criptoturismo como turismo. Para llegar a ese consenso se utiliza la clasificación moderna de tipos de turismo de la Figura 8.

Figura 8: Tipos de turismo según el objetivo del turista

Tipos de turismo según el objetivo del turista			
1	Corporal	De salud	Médico De bienestar
		De gestación	De parto Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura Deportivo
2	Intelectual	Religioso	
		Educativo	Artístico/Patrimonial Congresos y ferias Idiomático Científico
		Gastronómico	
		Virtual	
3	Material	De transferencia	De compra De venta De canje
		De negocios	
		Empresarial	
		De lujo	
4	Ambiental	De naturaleza	Responsable Recreativo Negativo
		Social	Etnográfico Solidario Rural De celebraciones
		De la muerte	Del dolor Del terror Suicida
		Del universo	Astronómico Espacial

Fuente: Ledhesma (2018)

De esa clasificación se deriva el Turismo de transferencia de mercancías. Este comprende todos aquellos viajes motivados por el intercambio de bienes materiales. Puede ser legal como es el caso de las prendas de vestir, cosméticos, artículos para el hogar, etc., o ilegal cuando se trata de piratería o del tráfico de drogas, especies animales u obras de arte. Es aquí donde entra el criptoturismo según dicha definición, si se trata de subclasificarlo entre compras, ventas y canje. El criptoturismo posee un poco de los tres aspectos, a saber:

- De compras: si el turista busca acceder a artículos que no están disponibles en su lugar de residencia o que allí son más caros.
- De venta: cuando el turista busca vender ciertos productos en un lugar fuera de su residencia para obtener un mayor rédito económico.
- De canje: cuando el sujeto intercambia sus productos por otros en un destino en el que aprovecha a vivir la experiencia turística.

El turismo criptográfico es una forma de turismo que atiende a los entusiastas de las criptomonedas al ofrecer un paquete de viajes que se relaciona con el mundo “cripto”, como parte del tour (Seth, 2022).

El criptoturismo ganó tracción en el año 2017. Esto se debió a que algunos países, como Nueva Zelanda y las Bahamas, anunciaron su uso de criptomonedas en la comercialización con los turistas al mismo nivel de regulación que otros países, haciendo posible, de esta manera, que fuese más fácil el pago de los viajes. Asimismo, se evitaron tanto las altas tarifas en los cajeros automáticos, como las tasas en la conversión de divisas, y se logró además la protección contra el robo monetario en el extranjero. En la Figura 9, se muestra una sinopsis de casos de usos de la tecnología en la industria turística que dan origen al criptoturismo.

Figura 9: Los usos del Blockchain en criptoturismo

Caso de uso	Fuente
<b>Gestión del inventario</b>	Bell and Hollander (2018), HTNG (2018) y Willie (2019)
<b>Mantenimiento y rastreo</b>	Goudarzi y Martin (2018), Irvin y Sullivan (2018), Nam et al. (2019), Pilkington (2017), y Willie (2019)
<b>Contenido, reservas y tickets</b>	Bell y Hollander (2018), Goudarzi y Martin (2018), HTNG (2018), y Larchet (2017)
<b>Pagos e impuestos</b>	HTNG (2018), Kwok y Koh (2018), Nam et al. (2019), Önder (2018), y Willie (2019)
<b>Programas de lealtad y marketing personal</b>	Dogru et al. (2018), Goudarzi y Martin (2018), HTNG (2018), Irvin y Sullivan (2018), Kwok y Koh (2018), Pilkington (2017), y Willie (2019)
<b>Tokenización</b>	Bell y Hollander (2018), Goudarzi y Martin (2018), y Ying et al. (2018)
<b>Identidad, manejo de credenciales y privacidad</b>	Bell y Hollander (2018), Dogru et al. (2018), Goudarzi y Martin (2018), HTNG (2018), Kwok y Koh (2018), Nam et al. (2019), Önder (2018), Pilkington (2017) y Willie (2019)
<b>Rastreo de equipaje</b>	Goudarzi y Martin (2018), y Ludeiro (2019)
<b>Contratos inteligentes</b>	Dogru et al. (2018), Goudarzi y Martin (2018), Irvin y Sullivan (2018), Nam et al. (2019), y Willie (2019)
<b>Apps</b>	Nam et al. (2019), y Ozdemir et al. (2019)
<b>Desintermediación</b>	Calvaresi et al. (2019), HTNG (2018), Önder (2018), y Pilkington (2017)
<b>Coordinación y cooperación</b>	Goudarzi y Martin (2018), HTNG (2018), Irvin y Sullivan (2018), Willie (2019), y Ying et al. (2018)

Fuente: adaptado de Treiblmaier (2020)

La capacidad de Blockchain, para aumentar el nivel de desintermediación en el turismo, representa la influencia más efectiva de esta tecnología en la industria. El advenimiento de las agencias de viajes en línea ha cambiado la estructura del mercado turístico, mediante la transferencia de poder de los proveedores a los consumidores. Si se tienen en cuenta los resultados que muestran la influencia del Blockchain en las empresas, se puede considerar que Blockchain es una tecnología adecuada para eliminar a los mediadores, de la cadena de suministro de la industria turística y, también, para prohibir el acceso de nuevos mediadores a esta industria, eliminando así a los intermediarios del mercado del turismo (Rashideh, 2020).

Se puede nombrar entonces impactos concretos de la tecnología Blockchain en los procesos turísticos. Según la consultora Revfine (2019), la cual realizó un estudio haciendo partícipes profesionales relacionados a la industria de la hospitalidad y los viajes, se pueden nombrar los siguientes procesos afectados:

- Seguimiento de equipaje.
- Servicios de identificación para la reducción de tiempos de check-in.
- Pagos y seguros rastreables.
- Esquemas de fidelización de clientes.

### **¿Qué es un nicho de mercado?**

Un nicho de mercado se refiere a una parte del mercado total (o sea, un submercado o segmento de mercado) cuya oferta aún no está disponible o es insuficiente por los competidores actuales (Specht y Möhrle, 2002).

Los resultados de la investigación de Parrish, Cassill y Oxenham (2006) sugieren que el marketing de nichos es una estrategia efectiva para contrarrestar la competencia de precios en una industria madura. Se identifica un factor clave: la comprensión completa de los consumidores

objetivo. Por ello se trata de una mezcla comercial que va más allá del precio, usando la comunicación de los atributos del producto.

El nicho de mercado presupone la existencia de una determinada demanda, que un mercado de referencia no puede satisfacer del todo o, directamente, no puede satisfacer. En un nicho de mercado, se puede encontrar una demanda potencial, pero solo unos pocos proveedores. El volumen de mercado es bastante bajo en nichos de mercado, por lo que hay, entonces, una pequeña amplitud de mercado; sin embargo, se pueden lograr altos márgenes de beneficio para el empresario (Wöhe y Döring, 2013).

Con respecto al producto, el nicho se centra en un producto específico. El nicho de mercado define las características del producto destinadas a satisfacer las necesidades específicas del mercado, así como la gama de precios, la calidad de la producción y la demografía que se pretende alcanzar. También es un segmento de mercado pequeño. A veces, un producto o servicio puede diseñarse enteramente para satisfacer un nicho de mercado (Thivierge, 2021).

### **¿Cómo se mide un nicho?**

Como los impactos turísticos se miden mejor por las características ofrecidas en cada región (Wilson, 2008); en el caso del criptoturismo, se trata de una pequeña parte del mercado turístico (bajo volumen) y grandes márgenes (alta rentabilidad). El criptoturismo es un nicho, no solo por las características anteriores sino también por “salirse de la media”. En varios estudios, vemos que la clasificación de las propuestas diverge en función a los mercados turísticos establecidos (Novelli, 2004). Criptoturismo es, entonces, solamente una clasificación. A continuación, otros ejemplos clasificados de propuestas de nichos turísticos según Novelli (2004) el turismo fotográfico, geoturismo, turismo juvenil, turismo oscuro, turismo genealógico, gastronómico, de transporte, tradición y cultura, de investigación, deporte, vida salvaje, voluntariados, turismo espacial, turismo virtual y turismo ético.

## ¿Cómo es la oferta y demanda de criptoturismo en Argentina?

Se estima que, en 2021, más de 2,4 millones de personas o bien el 5,18% de la población total de Argentina poseen criptomonedas (TripleA, 2022). San Martín de los Andes (Neuquén) se considera la primera ciudad “100% cripto” de Argentina. El 60% de la comunidad conoce este tipo de activos digitales y un 40% de sus comercios ya lo acepta (Clarín, 2021). Además, existen dos Fintech jóvenes que operan a nivel país y reintegran dinero usando cripto. Se trata de Buenbit y Lemon, que en menos de tres años de historia muestran crecimiento y recaudación exponencial (Cronista, 2022).

Las plataformas de tarjetas de regalo y recargas telefónicas, con criptomonedas, muestran una solución de pagos con tarjetas prepagas, para poder hacer compras en diferentes comercios. Actualmente, superan las 130 franquicias asociadas al sistema (Ámbito Financiero, 2021). Desde el punto de vista del criptoturista, al depositar las criptomonedas en las tarjetas, se convierten de forma instantánea y automática en dólares estadounidenses (USD) o euros (EUR). El usuario puede elegir cuál de estas dos opciones prefiere. Luego, una vez que tienen saldo, se pueden usar tanto en Argentina como en el exterior. Las estadísticas sobre consumidores argentinos (Narosky, 2022) muestran que 7 de cada 10 realizan, cada vez más, sus compras de manera online, mientras que el 64% incorporó nuevos medios de pago, como las billeteras virtuales y QR.

Cuando hablamos de criptoturismo existe un relativo consenso de las partes en las que el turista cambia su comportamiento (Volo y Irimías, 2022). Las fases que se han remodelado, significativamente, corresponden a la etapa previa al viaje, a la experiencia in situ y a la evaluación posterior al viaje.

Las siguientes organizaciones son ejemplos concretos del impacto generado por el criptoturismo:

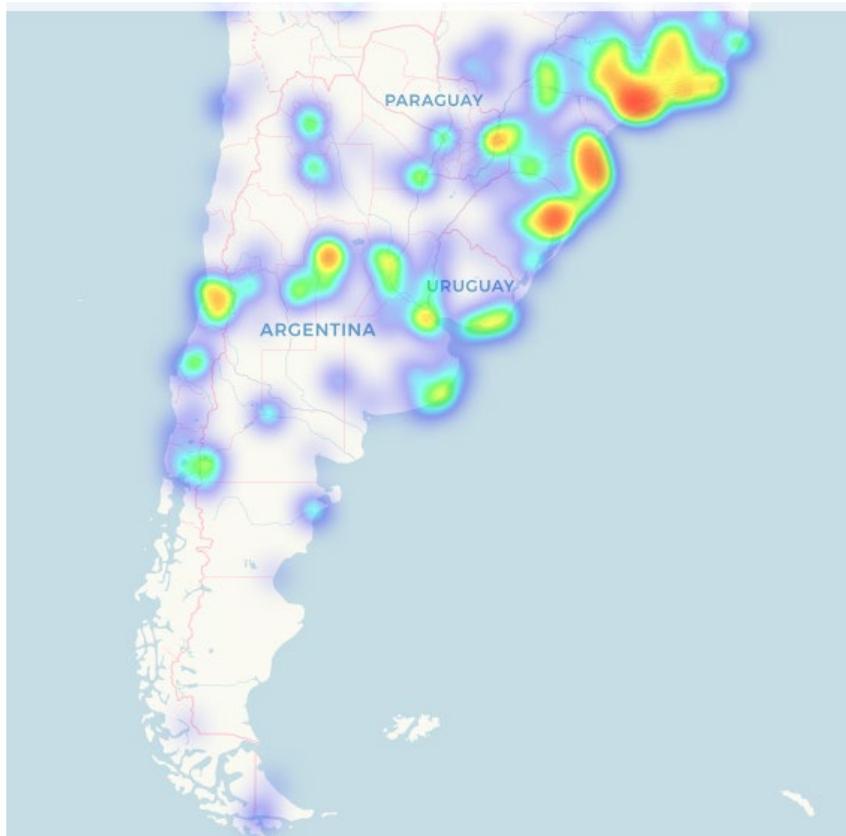
- LockTrip: plataforma para el alquiler temporario de propiedades. Cubre pagos, administración de propiedades y otros aspectos del proceso de reserva (<https://help.locktrip.com/portal/en/home>).
- Beetoken: se utiliza para poner a los clientes en contacto con anfitriones, para que puedan organizar y pagar las estancias (<https://www.beetoken.com/#what-is-beetoken>).
- Winding Tree: sirve para el seguimiento de equipaje a través de blockchain e incluye un elemento de reserva (<https://windingtree.com/>).
- Bed-Swap: usando esta tecnología, la multinacional TUI puede mover inventarios entre diferentes puntos de venta y así flexibilizar los márgenes de venta, en tiempo real, según el nivel de demanda (TUI Group, s.f.).

### **Criptoturismo y sus fases en Argentina**

Gracias a las técnicas criptográficas, la información contenida en un bloque solo puede ser repudiada o editada modificando todos los bloques anteriores. Esta propiedad permite su aplicación en un entorno distribuido de tal manera, que la estructura de datos Blockchain puede fungir de base de datos pública (Narayanan et. al, 2016).

Si se mapea todo tipo de interacciones de criptoturismo, usando los registros públicos, se obtiene el siguiente gráfico (Figura 11) para comercios minoristas, cajeros, parques o atracciones, cafés, comida, alimentos, alojamiento, vida nocturna, compras, deportes y transporte.

Figura 11: Mapeo de 29.877 espacios de criptoturismo en Argentina



Fuente: adaptado de Coinmap (2022)

## Testeo del nicho turístico

### Sobre la rentabilidad del nicho

Según Kotler, Keller y Chernev (2021), las características de un nicho de mercado rentable son:

- La amplitud que haga derivable un segmento rentable de ese mercado.

- La demanda en aumento.
- Algo de competencia. Esto es, ya existe un mercado pequeño activo.

Si deseamos definir el segmento, necesitamos analizar el comportamiento de los criptoturistas. Algunos de los resultados del estudio realizado por 2gether (PIXEL, 2020), con una muestra de 10.000 usuarios, son:

- El 55% de los usuarios que usan criptomonedas tienen entre 26 y 45 años. De ellos, el 25% son millennials y el 31% pertenecen a la generación X.
- La mayoría tiene un nivel educativo alto: abogados, contables y economistas (15, 64%). Los estudiantes conforman el segundo grupo por ocupación (11,20%).
- Un 77% de los usuarios son hombres, frente al 23% que representan las mujeres.

El segundo punto de Kotler et al. (2021) es una demanda en aumento. Para ello se recurre al uso de la herramienta Google Trends. La misma se gestiona colocando las palabras “cripto + argentina” en todas las categorías (shopping, viajes, etc.) pertenecientes a los últimos 5 años. El resultado es la Figura 12.

Figura 12: Tendencia del criptoturismo en Argentina



Fuente: Google Trends (2022)

El último punto es la cuestión de si existe un mínimo de competencia en el mercado. Para responder esto, se retoma la cita de los informes del apartado anterior (véase sobre la oferta y demanda de criptoturismo).

## Testeo

Según el informe de la asociación IKIWI (2021), existen 34 billeteras virtuales operativas, que se disputan el mercado cripto (Figura 13).

Figura 13: Billeteras virtuales operativas en Argentina



Fuente: modificado de IKIWI (2021)

Cuando se habla de servicios cripto, en general, y en comparación con el resto de los países, podemos determinar que el grado de adopción argentino a estas tecnologías se encuentra en el top 10 del ranking mundial (Figura 14).

Figura 14: Ranking de adopción de la Blockchain

País	Puntaje	Ranking
<b>Vietnam</b>	1	1
<b>India</b>	0,37	2
<b>Paquistán</b>	0,36	3
<b>Ucrania</b>	0,29	4
<b>Kenia</b>	0,28	5
<b>Nigeria</b>	0,26	6
<b>Venezuela</b>	0,25	7
<b>Estados Unidos</b>	0,22	8
<b>Togo</b>	0,19	9
<b>Argentina</b>	0,19	10
<b>Colombia</b>	0,19	11
<b>Tailandia</b>	0,17	12
<b>China</b>	0,16	13
<b>Brasil</b>	0,16	14
<b>Filipinas</b>	0,16	15
<b>África del Sur</b>	0,14	16
<b>Ghana</b>	0,14	17
<b>Federación Rusa</b>	0,14	18
<b>Tanzania</b>	0,13	19
<b>Afganistán</b>	0,13	20

Fuente: modificado de Chainalysis (2022)

Cabe mencionar como se conforman las bases de datos de transacciones públicas en la cadena. Todos los informes utilizan el formato de la Figura 15. El informe “crudo” contiene un Hash, una hora y el monto origen/destino.

Figura 15: Extracto de transacciones públicas

Hash	Time	Amount (BTC)	Amount (USD)
0d7123e5f6abc9d3f6bda1dc76790955ffae305d8221e9faef9e197ed5d2f23	18:23	0.39051200 BTC	\$9,059.95
340c369df4ea471435f413f4efe6dc19cbf89738bcbdc767c102489decc31e0f	18:23	0.02153766 BTC	\$499.68
2586ff3c1038ab4d3743520b2373015601afeb91c5f08d070f63967bb6f3955f	18:23	0.00571495 BTC	\$132.59
4ae57ef2de73b2a1584ca95366f27477658cb9f356bf6962708a84337a86268b	18:23	0.01293411 BTC	\$300.07
49d7132574453ce1b96ab446c3dabb5185b174e347176d38fefbaff4b9a86ee2	18:23	0.08386845 BTC	\$1,945.76
42574785daea7af794bdc03608c2913924c09ca1694b040dc1d3417659863c84	18:23	0.00041742 BTC	\$9.68
3b06f55d9c85a08bb82ee8ccaab22e6648959d3564407012197c68311d42e146	18:23	0.00473089 BTC	\$109.76
8c661eb01031710e8246997c9aea63d99ad199d978e3f51b5673eb0769bf584b	18:23	0.02697207 BTC	\$625.76

Fuente: modificado de blockchain (2022)

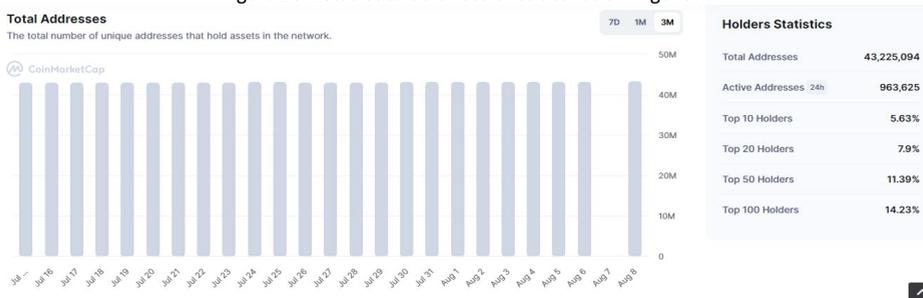
El criptoturismo en Argentina tiene una particularidad que es la alternativa en época de restricciones gubernamentales, para pagar pasajes y alojamiento. Existen sistemas que permiten encontrar una serie de publicaciones de vendedores argentinos que ofrecen sus criptomonedas, a cambio de pesos argentinos (Ámbito Financiero, 2022). Allí, usando Peer to Peer (P2P), se puede seleccionar a uno de los vendedores de crypto que estén verificados y después, de forma manual, el monto de criptomonedas que se quiere comprar.

## Resultados

Se puede decir que existe criptoturismo en Argentina como nicho, ya que cumple con todas las características teóricas del nicho planteado, por ejemplo, según Kotler et al. (2021). Una muestra de esto es el caso de San Martín de los Andes (Clarín, 2021). En su momento se dijo que es la primera ciudad “100% crypto” de Argentina. El 60% de la comunidad ya parece conocer que este tipo de activos digitales sirven para hacer compras y un 40% de sus comercios ya aceptan Bitcoin. Las estadísticas de holders (Figura 16) muestran que, al día de la fecha (03/10/2022), el nivel de “acuñamiento” crypto es grande y, aun con una fluctuación del precio (Figura 17), existe más de 43 millones de usuarios quienes, por día, hacen un millón de transacciones

de diferentes importes. Esto es vital ya que los servicios típicos del criptoturismo se basan en una red saludable de usuarios.

Figura 16: Estadística de direcciones activas en Argentina



Fuente: modificado de coinmarketcap.com (2022)

Figura 17: Volatilidad de la BTC



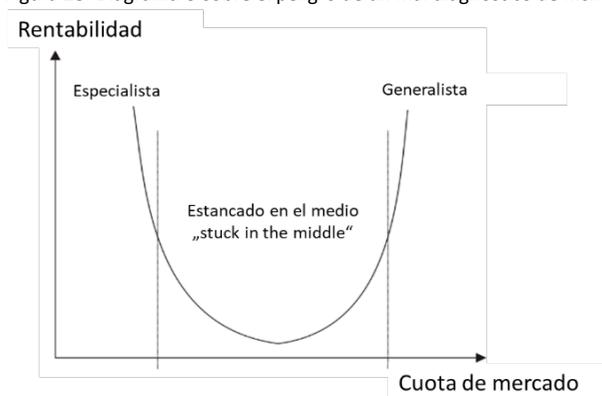
Fuente: modificado de Bitcoinity (2022)

## Riesgo de mal diagnóstico

Cabe analizar el riesgo de mal diagnóstico, sobre todo en función a la rentabilidad y cuota de mercado inferidas en el estudio. Cuando es así, los competidores con cuotas de mercado mediocres se encuentran entre los

llamados "Stuck in the Middle" (Figura 18). Esto significa que son demasiado pequeños para competir con los líderes del mercado y demasiado grandes para aprovechar las economías de nicho de los especialistas. Las cifras de alto nivel de rentabilidad, en términos de cuota de mercado, varían según los hallazgos empíricos. Por ejemplo, el rango para un "Stuck in the Middle", con una cuota de mercado, del 10 al 20%, se menciona en varios estudios; mientras que el rango para especialistas es del orden del 1 al 5% (todos los especialistas juntos no superan el 10%). Así, se observa un aumento de la rentabilidad para las empresas con más del 40% de cuota de mercado (Montgomery, 1991).

Figura 18: Diagrama U sobre el peligro de un mal diagnóstico de nicho

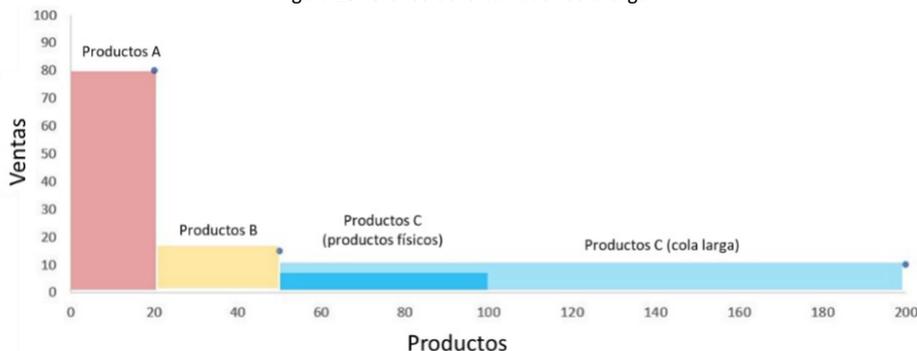


Fuente: modificado de Porter (1980)

En futuras investigaciones, la determinación de dichas variables, para conocer el grado de consolidación del sector, podrá plantearse con mayor exactitud. A la problemática hay que sumarle el efecto "long tail" (cola larga) plasmado en la Figura 19. De esta manera, estaríamos ante nichos donde el análisis ABC de negocios clásico, ya no se aplica a los bienes virtuales (Anderson, 2007). Las empresas con productos virtuales, según la tesis, hacen la mayor parte de sus ventas con muchos productos de nicho y no

tanto con los más vendidos (mercado masivo). Este desarrollo conduce a una oferta más diversa, que también sirve a grupos destinatarios más pequeños.

Figura 19: Gráfico de la llamada “cola larga”



Fuente: modificado de Anderson (2007)

### ¿Para qué sirve este diagnóstico de nicho?

Según Winkler (2009), toda organización está interesada en el suministro a un nicho de mercado si ella puede superar las barreras del mercado y al umbral de beneficio relacionado con el bien o servicio. Con una demanda determinada, puede actuar como fijadora de cantidad y establecer el precio de mercado de manera rentable. El reconocimiento de un nicho de mercado y su seguimiento sostenido puede ser crucial para el éxito empresarial, ya que los beneficios de pioneros pueden crear un cuasi-monopolio. Se dice que los nichos de mercado y, por lo tanto, las empresas que operan desde la perspectiva de la oferta (nicho de mercado, proveedor de nicho) son de alta rentabilidad. A diferencia de los generalistas, los conglomerados de nicho realizan sus ventajas competitivas a través de la especialización, la individualización y la concentración. Por ende, es clave el entendimiento de este asunto, no solo para los actores del mercado, sino también para el gobierno.

## **En el resto del mundo, ¿cómo se ve el criptoturismo?**

Algunos resultados (Rashide, 2020) muestran que Blockchain es una tecnología adecuada para eliminar a los mediadores de la cadena de suministro de la industria turística y también para prohibir el acceso de nuevos mediadores a esta industria. De este modo, se podrían eliminar a los intermediarios del mercado turístico.

### **Incertidumbre gubernamental**

El sistema monetario Fiat logra amplificar las subas y bajas del Bitcoin, dotando al BTC de menor estabilidad (Figura 20). En la subdisciplina de economía monetaria, el sistema monetario Fiat es un objeto o registro intrínsecamente sin valor que se acepta ampliamente como medio de pago (Goldberg, 2005). En consecuencia, el valor del dinero fiduciario es mayor que el valor de su contenido en metal o papel. En el caso de Bitcoin, esto impide que adquiera una de las características esenciales (la de reserva de valor) y así conseguir que sea el dinero que reemplace al del Fiat. Solamente cumpliendo con esa característica podría ser usado en el turismo (y demás industrias).

En el sector energético, la Blockchain, vinculada a medidores inteligentes, identificados y certificados virtualmente, facilita la implementación de sistemas de facturación, seguros y verificables que puedan operar, en tiempo real, con las señales de precios dinámicos y a medida que la demanda de electricidad cambia durante el día (Schuschny, 2017). Así como sucede en los mercados de activos financieros, en un contexto de generación distribuida, existen múltiples unidades que, simultáneamente, producirían, consumirían y/o almacenarían energía e, incluso, despacharían energía dependiendo de las señales del mercado que, operarían en tiempo real. Sin embargo, este proyecto no se lleva a cabo desde el 2018, aun siendo el mercado energético prioritario, desde el punto de vista gubernamental en Argentina.

Figura 20: Test estadístico muestra correlación entre M2 de EEUU y varianza BTC

```

Maximum Likelihood Estimation: Fixed Initial Values of Disturbances
Error TERM : Restricted AR(6) converged after 4 iterations
*****
Dependent variable is BTC
144 observations used for estimation from 2010M8 to 2022M7
*****
Regressor      Coefficient      Standard Error      T-Ratio[Prob]
C              -24257.5         7483.2              -3.2416[.001]
BM             1.5419           .26980              5.7151[.000]
*****
R-Squared      .95119           R-Bar-Squared      .94972
S.F. of Regression  3318.2         F-stat. F{ 4, 133: 647.9471} [.000]
Mean of Dependent Variable  8318.6         S.D. of Dependent Variable  14588.2
Residual Sum of Squares  1.46E+09      Equation Log-likelihood  -1312.1
Akaike Info. Criterion  -1317.1       Schwarz Bayesian Criterion  -1324.5
DW-statistic   1.8673
*****

Parameters of the Autoregressive Error Specification
*****
U= 1.1197*3(-1)* -.32828*U(-2)* .13484*U(-6)*E
( 13.2887)[.000] ( -3.7663)[.000] ( 2.7342)[.007]
T-ratio(s) based on asymptotic standard errors in brackets
*****
    
```

```

Maximum Likelihood Estimation: Fixed Initial Values of Disturbances
Error TERM : AR(2) converged after 4 iterations
*****
Dependent variable is BTC
144 observations used for estimation from 2010M8 to 2022M7
*****
Regressor      Coefficient      Standard Error      T-Ratio[Prob]
C              -31507.5         7290.8              -4.3216[.000]
M2             .010332          .0017386            5.9429[.000]
*****
R-Squared      .94883           R-Bar-Squared      .94771
S.E. of Regression  3351.7         F-stat. F( 3, 138)  852.8782[.000]
Mean of Dependent Variable  8318.6         S.D. of Dependent Variable  14588.7
Residual Sum of Squares  1.55E+09      Equation Log-likelihood  -1352.1
Akaike Info. Criterion  -1356.1       Schwarz Bayesian Criterion  -1362.0
DW-statistic   1.8902
*****

Parameters of the Autoregressive Error Specification
*****
U= 1.1098*U(-1)+ -.22587*U(-2)+E
( 13.2286)[.000] ( -2.7238)[.007]
T-ratio(s) based on asymptotic standard errors in brackets
*****
    
```

Fuente: Giacomini (2022)

En el sector *governance*, los registros públicos funcionan como nexo entre los ciudadanos y los agentes de un Estado, bajo regulación y control de este. A través de los registros públicos, el ciudadano puede presentar solicitudes, escritos y comunicaciones a las administraciones públicas. Además, mediante estos, se registran los documentos que remite al ciudadano, a entidades privadas o a la propia administración. La actualización constante de los documentos del ciudadano, reflejando los cambios correspondientes y su trazabilidad, dan origen al concepto de “Documento vivo” (Preisegger, Muñoz, Pasini, y Pesado, 2019). Un ejemplo de documento vivo es la “Identidad digital soberana”. Los sistemas de identidad en línea se crean con la finalidad de asociar datos con los individuos. El usuario tiene el control de sus datos, es decir, que pasa a ser el verdadero dueño de sus datos y puede elegir qué facilitar y a quién facilitárselos, como así también, a quién revocarle el permiso para acceder a ellos. Existen escasos ejemplos de provincias argentinas que lo aplican, una de ellas es Mendoza, en su Administración Tributaria.

Para el sector educativo, la Blockchain Federal Argentina (BFA) es la primera plataforma multiservicios sólida, transparente, confiable, abierta y participativa de Argentina, desarrollada para integrar servicios y aplicaciones sobre la Blockchain de Ethereum. Uno de los objetivos del proyecto de investigación es desarrollar e implementar una Aplicación Distribuida (DApp) que esté disponible para toda la comunidad académica (Eterovic, Uran, Rusticcini y Gigante, 2021). Esta DApp está siendo desarrollada para las emisiones seguras de actas de examen, certificados de materias aprobadas y títulos académicos, entre otros documentos. Actualmente, el nivel de adhesión al proyecto es muy bajo, incluso entre las universidades públicas.

Volviendo al sector financiero, los bancos argentinos ofrecen servicios usando tecnología Blockchain, pero no pueden comercializar criptoactivos (Banco Central de la República Argentina [BCRA], 2022). El Banco Central

Argentino no habilita a los bancos comerciales la compraventa de criptoactivos.

El sector jurídico, tampoco está excluido de este potencial. Aquí es posible identificar múltiples y complejos desafíos jurídico-políticos a la hora de construir archivos. Entre otros, los vinculados a los derechos intelectuales (derecho de autor y derecho de copia), la identidad, las firmas digitales, los timestamping, las pruebas de trabajo / existencia / autoridad, el uso de criptografía/hashes (funciones de resumen o funciones criptográficas de una sola vía), el uso de contratos inteligentes (como los que se utilizan en Ethereum) o cuestiones sobre confiabilidad e inalterabilidad de los documentos (Vercelli, 2020). En el relevamiento, no se han identificado políticas públicas sobre gestión de archivos de la informática, que den cuenta de las dinámicas de problemas y soluciones que plantean la incorporación de estas tecnologías.

## **Conclusiones**

### **Resumen del análisis**

El criptoturismo como forma de turismo relacionada al mundo “cripto” muestra oferta y demanda.

Se trata de un nicho ya que posee características de nicho; bajo volumen, alta rentabilidad y ofrece una marcada divergencia de propuestas en función a los mercados turísticos establecidos.

En Argentina, el uso de la cadena de bloques está lo suficientemente activo como para considerar que el criptoturismo existe. Esto se ve reflejado en las mediciones de transacciones, así como también en la cantidad de servicios ofrecidos.

No obstante, existe una marcada incertidumbre. Las cuestiones gubernamentales, las propias del turismo y las particularidades que tienen

las herramientas de diagnóstico (todas marcadas previamente), hacen dudar sobre la permanencia del nicho en el largo plazo.

## Perspectivas

Los intermediarios turísticos cumplen una función en la cadena comercial. La cadena de bloques es probable que termine de sustituir varios intermediarios (por ejemplo, en la cadena de pagos), pero no lo haga del todo en el proceso de venta. Es así como se ve en el mercado turístico el interés por el uso de las tecnologías cripto (incluso hasta sobrepasando el nivel de nicho). Queda pendiente, entonces, ver cómo reaccionarán los gobiernos ante el comportamiento de esta oferta y demanda genuina ya que, hasta ahora, en los otros sectores no hay grandes avances. El resto del mundo y sus respectivos gobiernos abrazan de manera dispar la tecnología y esto hace que el ciclo del nicho sea probablemente corto.

## Bibliografía y referencias

Anderson, C. (2007). *The Long Tail /Der lange Schwanz - Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft*. Hanser. ISBN 978-3-446-40990-3, S. 287.

Ámbito Financiero (10 de enero, 2022). Turismo: cómo pagar pasajes y alojamiento con criptomonedas. Recuperado de: <https://www.ambito.com/finanzas/criptomonedas/turismo-como-pagar-pasajes-y-alojamiento-n5349362>

Ámbito Financiero (22 de octubre, 2021). Ya podés pagar con Bitcoin en más de 130 negocios de Argentina. Recuperado de: <https://www.ambito.com/informacion-general/criptomonedas/ya-podes-pagar-bitcoin-mas-130-negocios-argentina-n5303379>

Baglietto, M. (2020). Invertir en experiencias: un análisis sobre el consumo turístico en Argentina. *Red Sociales, Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 07(06), 237-258.

Banco Central de la República Argentina [BCRA] (5 de mayo, 2022). *El BCRA desalienta la oferta de cryptoactivos a través del sistema financiero*. <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/BCRA-desalienta-oferta-cryptoactivos-sistema-financiero.asp>

Bee Token (s.f.). <https://www.beetoken.com/#what-is-beetoken>

Bitcoin (2022). Markets. [www.bitcoinity.org](http://www.bitcoinity.org). Recuperado el: 03/10/2022.

Blockchain (2022). Bitcoin explorer. Blockchain Inc. <https://www.blockchain.com/btc/unconfirmed-transactions>, recuperado el: 03/10/2022.

Bowman, K. (2015). Policy Choice, Social Structure, and International Tourism in Buenos Aires, Havana, and Río de Janeiro. *Latin American Research Review*, 50(3), 135-156. <https://www.jstor.org/stable/43670313>

Chainalysis (14 de octubre, 2021). The 2021 Global Crypto Adoption Index: Worldwide Adoption Jumps Over 880% With P2P Platforms Driving Cryptocurrency Usage in Emerging Markets. <https://blog.chainalysis.com/reports/2021-global-crypto-adoption-index/>

Cheng, N.T.Y., Fong, L.H.N., Law, R. (2021). Mobile payment technology in hospitality and tourism: a critical review through the lens of demand, supply and policy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33 (10), 3636-3660. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2021-0261>

Clarín (28 de julio, 2021). La ciudad cripto: por qué San Martín de los Andes se convirtió en el Silicon Valley de la Patagonia. Recuperado de: [https://www.clarin.com/tecnologia/silicon-valley-patagonia-san-martin-andes-ciudad-cripto\\_0\\_15tGjck1-.html](https://www.clarin.com/tecnologia/silicon-valley-patagonia-san-martin-andes-ciudad-cripto_0_15tGjck1-.html)

Coinmap (2022). Map: Argentina. <https://coinmap.org/view/#/world/-36.22655015/-67.54394531/5>, recuperado el: 03/10/2022.

Coinmarketcap (2022). Holders Statistics. <https://coinmarketcap.com/currencies/bitcoin/holders/>, recuperado el: 03/10/2022.

Cronista (17 de febrero, 2022). *Bitcoin gratis: cómo se piden y cuánto dan las tarjetas que regalan cripto solo por usarlas*. Recuperado de: <https://www.cronista.com/infotecnology/criptomonedas/tarjetas-de-criptomonedas-reintegran-el-21-por-cada-compra/>

Eterovic, J., Uran, A., Rusticcini, A. y Gigante, N. (2021). Desarrollo de una DApp académica en la red Blockchain Federal Argentina. *XXIII Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación (WICC 2021)*. Chilecito, La Rioja, 15 y 16 abril. ISBN: 978-987-24611-3-3; 978-987-24611-4-0. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/120517>

Etherscan (2022). *Ethereum network*. [www.etherscan.io](http://www.etherscan.io), recuperado el: 03/10/2022.

Giacomini, D., 2022, "Economía al cuadrado", [https://www.diegogiacomini.com.ar/?page\\_id=601](https://www.diegogiacomini.com.ar/?page_id=601), recuperado el: 04/10/2022

Goldberg, D. (2005). Famous Myths of "Fiat Money". *Journal of Money, Credit and Banking*. Ohio State University Press. 37 (5), 957–967. DOI: <https://doi.org/10.1353/mcb.2005.0052>

Google Trends (2022) <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=AR&q=crypto%20argentina>, recuperado el: 03/10/2022

Griffin, C. E. (2005). The Imperatives of Regional Governance: Securing the tourism sector and enhancing human security. *Social and Economic Studies*, 54 (4), 13-41.

Hernández Sampieri, R., 2014. *Metodología de la Investigación* (6°. ed.). Mc Graw Hill.

IKIWI (2021). Billeteras virtuales. IKIWI Argentina. <https://ikiwi.net.ar/>, recuperado el: 01/10/2022

Huberman, G., Leshno, J. D., Moallemi, C. (2019). An Economist's Perspective on the Bitcoin Payment System. *AEA Papers and Proceedings*, 109, 93–96. <https://www.jstor.org/stable/26723920>

Kotler, P., Keller, K. y Chernev (2021). *Marketing Management* (16°. ed.). Pearson.

- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación* (1°. ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: OMP.
- Locktrip Ltd (s.f.) <https://help.locktrip.com/portal/en/home>
- Montgomery, C. (1991). *Strategy. Seeking and Securing Competitive Advantage*. Harvard Business Press.
- Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
- Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., Goldfeder, S. (2016). *Bitcoin and cryptocurrency technologies: a comprehensive introduction*. Princeton: Princeton University Press, ISBN 978-0-691-17169-2.
- Narosky, S. (10 de febrero, 2022). Siete de cada 10 argentinos cambiaron su forma de hacer pagos en los últimos 12 meses. *Diario Infobae*. Recuperado de: [https://www.infobae.com/economia/2022/02/10/siete-de-cada-10-argentinos-cambiaron-su-forma-de-hacer-pagos-en-los-ultimos-12-meses/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20relevamiento,las%20tarjetas%20prepagas%20\(12%25\)](https://www.infobae.com/economia/2022/02/10/siete-de-cada-10-argentinos-cambiaron-su-forma-de-hacer-pagos-en-los-ultimos-12-meses/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20relevamiento,las%20tarjetas%20prepagas%20(12%25))
- Novelli, M. (2004). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* (1°. ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080492926>
- Schuschny, A. (2017). La blockchain y sus posibles aplicaciones en el ámbito de la energía. *ENERLAC (Revista de Energía de Latinoamérica y el Caribe)*, 1 (2), 60-78. ISSN: 2602-8042. <https://enerlac.olade.org/index.php/ENERLAC/article/view/24/20>
- Parrish, E.D., Cassill, N.L., Oxenham, W. (2006). Niche market strategy for a mature Marketplace. *Marketing Intelligence & Planning*, 24 (7), 694-707. <https://doi.org/10.1108/02634500610711860>
- PIXEL (21 de enero, 2020). Así son los usuarios de criptomonedas en Europa. *Diario El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/tecnologia/innovacion/2020/01/21/5e26db5cfd9dfcc088b4602.html>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Free Press.
- Preisegger, J., Muñoz, R., Pasini, A. y Pesado, P. (2019). Blockchain y gobierno digital. *Congreso Argentino de Ciencias de la Computación (CACIC)*. Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, 14 al 18 de octubre de 2019. ISBN: 978-987-688-377-1. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/91367>
- Ramdoe, I., (2019). Key Emerging Technology Trends. En I. Ramdoe, *New Tech, New Deal: Technology Impacts Review* (pp. 7–23). International Institute for Sustainable Development (IISD). <http://www.jstor.org/stable/resrep21976.5>
- Rashideh, W. (2020). Blockchain technology framework: Current and future perspectives for the tourism industry. *Tourism Management*, 80. ISSN 0261-5177. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104125>
- Revfine (2019). Blockchain Technology Within The Travel Industry. <https://www.revfine.com/es/blockchain-tecnologia-viajes-industria/>
- Seth, S. (2022). *Cripto-Turismo*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/tech/what-cryptotourism/#:~:text=Using%20bitcoin%20and%20other%20cryptocurrencies,investors%2C%20and%20often%2C%20both>
- Specht, D. y Möhrle, M. G. (2002). *Gabler Lexikon Technologie Management*. Gabler Verlag Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-82367-0>

- Thivierge (2021). *Digital Niche Marketing: Definition and How to Make Money out of your Hobby*. Digital HEC Montréal.
- Treiblmaier, H. (2020). Blockchain and Tourism. En Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, W. Höpken (eds) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6\\_28-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_28-1)
- TripleA (2022). *Cryptocurrency information about Argentina*. <https://triple-a.io/crypto-ownership-argentina/>
- TUI Group (s.f.). TUI to use Blockchain opportunities. <https://www.tuigroup.com/en-en/media/stories/special-themed-section/digitalisation-and-innovation/2017-06-22-tui-to-use-blockchain-opportunities>
- Vercelli, A. (2020). Los archivos de la informática argentina y el uso de blockchain: aspectos jurídicos y tecnológicos a considerar. *XX Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID 2020) - JAIIO 49 (Modalidad virtual)*, 19 al 23 y 26 al 30 de octubre. ISSN: 2451-7526. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/116759>
- Volo, S. y Irimiás, A. (2022). Consumer Behavior in e-Tourism. En Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, W. Höpken, *Handbook of e-Tourism*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6\\_8-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_8-1)
- Wilson, T. D. (2008). The Impact of Tourism in Latin America. *Latin American Perspectives*, 35 (3), 3-20, Sage. <https://www.jstor.org/stable/27648094>
- Winding Tree (s.f.). <https://windingtree.com/>
- Winkler, H. (2009). *Onlinehandel mit Erfolg, Band 1: Schritt für Schritt zur eigenen Marktnische. Crashkurs zur Spezialisierung von kleinen und mittleren Webshops*. Radolfzell: hww.MEDIA. ISBN 978-3-942121-00-2.
- Wöhe, G. y Döring, U. (2013). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. (25° ed.). Vahlen.