

Unidad Iztapalapa  
División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Posgrado en Estudios Organizacionales

**“Análisis de la confianza y el poder de convencimiento  
en sistemas piramidales determinados por el uso del Bitcoin”**

Tesis  
Que para obtener el grado de  
**Maestro en Estudios Organizacionales**

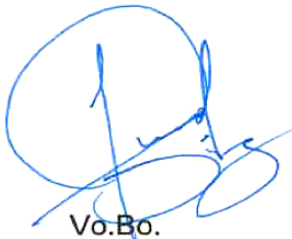
Presenta:  
**Jesús Alexis García Piña**

**Matrícula:**  
2193801377

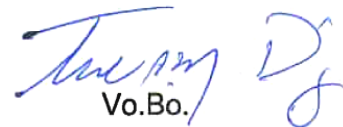
**Correo electrónico:**  
helana\_ap@hotmail.com

**Director de tesis:**  
Dr. Alfredo Garibay Suárez

**Jurado:**  
Presidente:  
Dr. Alfredo Garibay Suárez  
Secretario:  
Dr. Jesús Manuel Ramos García  
Vocal:  
Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

  
Vo.Bo.

**Director de tesis:**  
Dr. Alfredo Garibay Suárez

  
Vo.Bo.

**Coordinadora del Posgrado  
en Estudios Organizacionales**  
Dra. María Teresa Magallón Diez

## AGRADECIMIENTOS

A mi alma mater por entregarme el conocimiento y aprendizaje necesario con cada profesor que tuve en las asignaturas, así como a todos mis compañeros que de forma indirecta me apoyaron no solo en un aspecto social-profesional sino en cada aporte que tuve trabajando en equipo siguiendo el mismo fin. A mi director de tesis por su inalcanzable trabajo aportando en cada momento formas de mejorar mi redacción, mi lógica de investigación y conducir mi nuevo perfil profesional por una mejor vía mostrándome que trabajando constantemente se puede alcanzar el éxito en términos profesionales.

## DEDICATORIA

Sin duda alguna a mi madre por su labor inalcanzable de estar presente en toda mi formación académica ya que gracias a su esfuerzo infinito logro apoyarme en todo este tiempo, por otro lado, a toda mi familia materna ya que su ejemplo como personas amables, trabajadoras y honestas dieron pauta al término “un buen ser humano” enseñándome el corazón enorme que tienen y esto fue decisivo para siempre tener una buena imagen de cómo ser en la vida. Finalmente, a mi hija que se ha convertido en esa luz infinita que produce felicidad en mi ser.



# INDICE

<b>CAPITULO 1 CONTEXTUALIZACIÓN Y METODOLOGÍA .....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes .....	2
1.1.1 Innovación social .....	2
1.1.2 Vida simbólica .....	4
1.1.3 Sistemas piramidales.....	6
1.1.4 Criptomonedas.....	7
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.2.1 Justificación del estudio.....	8
1.3. Objetivos .....	8
1.3.1 Objetivo General .....	8
1.3.2 Objetivos Particulares .....	8
1.4 Hipótesis.....	9
1.5 Aportación del trabajo a los Estudios Organizacionales (EO).....	9
1.6 Tipo de investigación.....	10
1.7 Palabras clave.....	10
1.8 Resumen.....	10
1.9 Introducción .....	12
<b>CAPÍTULO 2. SISTEMAS PIRAMIDALES Y BITCOIN.....</b>	<b>17</b>
2.1 Definición sistemas piramidales.....	17
2.2 Forma organizativa.....	18
2.2.1 Individuos, características personales.....	20
2.2.2 Riesgos de la estructura piramidal .....	21
2.3 Estrategia empresarial y modelo replicable .....	29
2.4 Cultura piramidal.....	31
2.5 Historia y definición del <i>bitcoin</i> .....	34
2.5.1 Primer dato minado .....	36
2.5.2 Precio .....	38
2.5.3 Trading y FOREX .....	42
2.6 Blockchain .....	45
2.6.1 Criptografía y minería de datos.....	48
2.6.2 Hash .....	50
2.6.3 Cartera- eWallet.....	51
<b>CAPITULO 3 Confianza y Poder de convencimiento.....</b>	<b>52</b>
3.1 Confianza .....	53
3.1.1 Elementos que generan confianza .....	61
3.1.2 Tipos de confianza.....	63

3.2 Vida simbólica y confianza organizacional .....	65
3.2.1 Ética y valores .....	67
3.3 <i>Poder en los sistemas piramidales</i> .....	69
3.3.1 El poder del convencimiento .....	71
3.4 El éxito personal .....	73
3.5 Coaching .....	75
3.6 Lealtad organizacional.....	78
<b>CAPITULO 4 INNOVACIÓN SOCIAL .....</b>	<b>83</b>
4.1 El bitcoin y la organización moderna.....	83
4.2 <i>Impacto de la integración tecnológica en la búsqueda de la innovación social</i> .....	86
4.3 Repercusiones organizacionales por el uso de <i>bitcoin</i> .....	90
4.4 <i>Nuevos valores digitales</i> .....	91
4.5 <i>Legitimización organizacional</i> .....	94
<b>CAPITULO 5 CASO DE ESTUDIO.....</b>	<b>96</b>
5.1 Diseño Organizacional de Smart Business Corp .....	96
5.2 Estructura Organizacional Smart Business Corp.....	97
<b>CAPITULO 6 CONCLUSIONES.....</b>	<b>101</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>103</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.-Búsqueda del termino bitcoin en todo el mundo del año 2004 al 2020 15

## CAPITULO 1 CONTEXTUALIZACIÓN Y METODOLOGÍA

Las tecnologías de la información y comunicación han permitido que en la actualidad podamos referirnos a una cuarta Revolución Industrial caracterizada por el uso del Internet de las Cosas (IoT), la robótica y el cómputo en la nube por citar solo algunos ejemplos. En este contexto, fue en el año 2009 que se creó el software denominado *bitcoin* que permitió el uso de la primera llamada “moneda virtual”, es decir se pudieron “descifrar los algoritmos que generan un *bitcoin* ...” (Gómez, 2016, p. 266).

Los *bitcoins* han resultado ser atractivos para las personas pues se publicitaron como la moneda del futuro y han sido adquiridas por millones de personas a lo largo del mundo, ya sea como una inversión o como una forma de pago en el entorno digital. Un rasgo que hace sumamente conveniente el uso de las criptomonedas, como también son conocidas, es que evitan los cargos generados por realizar transacciones digitales, como suele suceder al utilizar formas de pagos tradicionales como pudiera ser el uso de tarjetas de crédito o bien realizando los pagos o directamente a través de sucursales bancarias o por medio de transacciones usando la banca electrónica.

Sin embargo, no todo en torno a las criptomonedas es positivo ya que por sus características no tienen un sustento o respaldo de alguna institución o Estado, son volátiles y han sido utilizadas en prácticas inclusive ilegales como es adquirir productos o servicios al margen de la ley en la llamada *Deep web*. En este entendido en esta investigación se hará una aproximación sobre la manera en que esta tecnología detrás del *bitcoin* ha permitido que estas “monedas virtuales” sean utilizadas como forma de pago para adquirir bienes o contratar servicios por internet, así como incentivar a las personas a que inviertan en este tipo de tecnología. En particular se analiza el uso de estas criptomonedas como “inversión” llevada a cabo por empresas conocidas como pirámides que prestan servicios financieros, todo con los respectivos riesgos que esto conlleva como se explicará a lo largo de este trabajo.

## 1.1 Antecedentes

A continuación, se exponen antecedentes y conceptos básicos para la comprensión del tema de estudio referente a la confianza y poder de convicción que son empleados por las empresas financieras de tipo piramidal las cuales han incorporado el uso de criptomonedas como medio de aportaciones entre sus “inversionistas”. Con este marco conceptual se pretende que los temas expuestos con mayor detalle en los siguientes capítulos resulten ser más comprensibles al tener este marco de referencia.

### 1.1.1. Innovación social

Tanto las organizaciones públicas como las empresas han incorporado el uso de diversas tecnologías para optimizar la forma en cómo se organizan y asignan funciones y responsabilidades. Con la incorporación de las tecnologías correctas dentro de la organización se pueden lograr los objetivos planteados más rápidamente, con eficacia y eficiencia.

Las múltiples formas que presentan las organizacionales digitales, sin duda alguna, han permitido la creación e implementación del uso tecnológico, desde las bases de la interconexión hasta la aplicación de procesos internos, externos o lógicos, la tecnología no solo es el artefacto sino el acto, lo que conduce el imaginario social, y que aventura la posibilidad y que además determina la realidad o hiperrealidad. La síntesis de Hernanz (2011) es líricamente contundente.

Resumiendo: considero a las nuevas tecnologías como el conjunto heterogéneo o conglomerado de fragmentos confundidos en dos sentidos. El primero está constituido por los aparatos, las instituciones y los discursos. Hablar de conjunto significa que entre los diferentes componentes existe una relación que no se puede explicar por la sola funcionalidad. Se trata de un sistema complejo de partes que se requieren mutuamente para existir en razón de su institución social. La existencia de aparatos técnico-informáticos o comunicacionales es inconcebible, al menos tal como se los conoce en la actualidad, sin su relación con unas instituciones y discursos concretos. Esta mutua referencia e implicación de

las diferentes dimensiones de las nuevas tecnologías conduce hacia las significaciones imaginarias sociales. (Hernanz, 2011, p. 86)

Estas implementaciones tecnológicas y digitales afectan directamente a los individuos y por ende a la sociedad, pues las innovaciones tecnológicas van modificando diversos procesos así como sus aplicaciones con fines sociales.

Esta repercusión directa del uso de tecnologías en las organizaciones es un foco de atención de suma importancia para la sociedad ya que actualmente es imposible pensar que un individuo esté aislado de la tecnología pues vemos que participa de ellas en sus hábitos, rutinas y estilo de vida, eliminado el imaginar la vida actual sin esta interacción digital.

La digitalidad como tal, fue creada por los individuos y son estos los mismos que han buscado enfocarla para diversos fines en pro de la sociedad, “Weber (1944), [consideró que] la perspectiva de la acción social sería un elemento a tener en cuenta junto con las acciones individuales, teniendo ambas repercusiones en las condiciones de vida de los sujetos. (Ascanio, 2016, p. 171). Bajo este supuesto estos sujetos digitales ahora tienen esa capacidad de accionar todo lo que desarrollaron con este fin social.

En este orden de ideas, las “monedas digitales” se han abierto camino contra las limitaciones que existen con el uso de la moneda tradicional. Esto significa que dado a sus características, las criptomonedas, no sólo han subsistido como medida de pago sino que le han dotado de capacidad a los individuos que no cuentan con la posibilidad de obtener otros medios de pago digitales, (como pudieran ser tarjetas de crédito), monetizarse. Este aspecto en específico, transforma el mismo principio del curso de efectivo de las monedas tradicionales y permite enfocar esta tecnología con otros fines.

La tecnología existente detrás de las “monedas digitales” no sólo cumple con el requerimiento de innovación necesario desglosado de este concepto sino que al afectar a los individuos y a su entorno crean oportunidades que pueden ser desarrolladas en un sin fin de procesos que redunden en la mejora de la interacción social entre los mismos.

En un tema organizacional, Asciano, Tirado Valencia y Ariza Montes, (2016) señalan que “Desde este enfoque los usuarios serían fuentes de innovación social al emplear las innovaciones introducidas en su vida cotidiana” (p. 188) y justamente no existe una organización sin individuos, por eso la importancia que tienen estas implementaciones tecnológicas las cuales ya no están enfocadas solamente al tema de producir más con menos, pues este pensamiento sobre la función de la tecnología y su uso ha quedado obsoleto.

Esta innovación social que se está desarrollando cumple no sólo con las necesidades o requisitos que se plantean originalmente, tal es el caso de las criptomonedas ideadas originalmente como un medio de pago adicional a los ya existentes, sino que adicionan valores o virtudes al permitir resolver carencias a nivel social. Así, la importancia de esta mezcla innovaciones e individuo como innovación social deja al descubierto la necesidad de atender carencias sociales o problemáticas que afectan directamente al individuo y a su entorno social siendo la digitalidad y la tecnología los medios y forma necesaria para poder impactar a los individuos que ya se encuentran inmersos en este entorno digital.

### *1.1.2 Vida simbólica*

Actualmente la existencia de valores a nivel organizacional ha sufrido un cambio drástico debido a los nuevos criterios que tiene un individuo y por toda la información que existe disponible para poder formarlo. Esto ha creado una exigencia para satisfacer las dudas o incertidumbre que existe en este umbral por tratar de saber o descubrir este sentido de pertenencia del individuo mismo. La importancia que tiene esta información está directamente ligada al individuo y al cómo procesa toda aquella información en decisiones mismas que tienen un impacto en su entorno social u organizacional.

De igual manera las organizaciones deben de tener herramientas de comunicación hacia los individuos, no sólo para transmitir dicha información sino también o para generar un pensamiento sustentado sobre todos aquellos valores o creencias que una organización muestra como parte del core organizacional.

Todos estos valores subjetivos se vuelven parte de un simbolismo y de una vida simbólica dentro de una organización, ello le permite al individuo satisfacer esa necesidad de pertenencia ligada a todas las creencias que se busca difundir para que aún existan más motivos que ligen al individuo con la organización.

Vásquez Rivera (2016) citando a Schultlz y Hatch, señala que “La cultura organizacional se considera una visión del mundo llena de redes de significados y se define por medio de interpretaciones de las expresiones simbólicas y las representaciones de los planos más profundos de significado, también se considera un universo lleno de relaciones circulares entre interpretaciones y significados que se construyen a través de la interacción entre las personas tanto adentro como por fuera de la organización (Schultz, 1996, p. 540).

En el caso de esta investigación, el simbolismo dentro de la organización piramidal se vuelve una cultura donde no sólo el modelo de negocio permea y se transmite entre los individuos que pertenecen a estas organizaciones como todas estas creencias definidas por aquellas características que el mismo entorno interno va proyectando de manera externa en el ecosistema donde el individuo está acostumbrado. La importancia de este nivel de simbolismo está ligado a esta proyección y a como el mismo individuo buscará transmitirla a nuevas personas.

Para que este proceso se complete tiene que existir una mezcla de factores que ya están integrados en la personalidad del individuo los cuales le facilitarán no sólo comunicar sino reafirmar esta idea para transmitir el modelo de negocio. Estos factores en los sistemas piramidales son la confianza y el poder del convencimiento.

De qué forma se crea un simbolismo de la organización hacia el individuo, esta cuestión tiene sus raíces en las herramientas que utiliza esta para transmitir esa confianza hacia la persona teniendo en cuenta que el poder de convencimiento que debe de llegar a tener debe ser el mismo que indirectamente este último utilizará hacia otros.

### *1.1.3 Sistemas piramidales*

“Las pirámides financieras, tal como se las conoce en el siglo XX, fueron creadas por el italiano Chales Ponzi nacido en Parma en 1877, quien muy joven emigró a Estados Unidos. Al comenzar la década de los años 20 este personaje recibía de su país correspondencia con portes pagados. Ante la necesidad de cambiarlas en dólares observó que existía una diferencia en el arbitraje, que le representaba unos centavos por cada estampilla. El italiano comenzó a divulgar su descubrimiento en el círculo donde se desenvolvía, lo que llevó a que amigos y allegados le solicitaran participar en el negocio aportando sus ahorros con la posibilidad de obtener grandes ganancias en poco tiempo”. (Córdoba, 2008, pp. 88 - 89).

Los sistemas piramidales han permitido insertarse en la economía mundial a través de diferentes empresas utilizando un sistema sencillo para poder conformarse como “empresas” y generar ganancias en el corto plazo por su forma organizacional y por los recursos que se ocupan, los cuales son muy simples pero que les ha permitido mantenerse para poder generar una cantidad de personas interesadas en los servicios o productos que se manejen.

De igual manera este sistema de inserción empresarial permite tener facilidades organizativas en materia de regulación, mismas que se aprovechan en caso de que se cierre o simplemente desaparezca la “empresa”. Esto no impide que se tengan ganancias altas y flujos de efectivo rápidos para el pago de comisiones o rendimientos de las personas que se encuentran integradas a ellos lo que fomenta que se desarrolle una idea de liquidez empresarial que se usa como imagen del éxito de esta.

Este flujo de efectivo le permite motivar a sus líderes y dar diferentes reconocimientos a las personas que se integran y que permiten seguir atrayendo más personas al sistema generando ganancias al corto plazo.

#### *1.1.4 Criptomonedas*

Las criptomonedas parten de la innovación digital que se vive actualmente, sus antecesores más cercanos son las tarjetas de crédito que simbolizan dinero que no es tangible pero que existe de una forma y que permite el poder adquirir bienes o servicios así como tener disposiciones de efectivo una vez que se convierten a una moneda nacional y se depositan a una cuenta corriente bancaria. Lo mismo sucede con las aplicaciones de pago que están cargadas en los móviles que permiten hacer pagos en el momento en diferentes establecimientos sin la necesidad de tener la tarjeta físicamente en la cartera o el dinero mismo.

Las criptomonedas están valuadas en dólares, y su movimiento en cuanto a valor igual que el dólar depende de “n” factores monetarios, sociales o de expectativa en un sinfín de factores internacionales. A diferencia del dólar no están respaldadas por algún banco o institución gubernamental lo cual permite dar respaldo gubernamental e incluso valor para poder acoplarlo a una forma monetaria oficial, esto hasta el momento.

Es común pensar que por este tipo de razón las criptomonedas no generen confianza en su uso como una moneda corriente de pago, mas, la popularidad y valor que han alcanzado en los últimos 10 años ha sido sumamente interesante tanto que ya hay empresas internacionales que invierten en la bolsa con criptoactivos no solo por lo redituables que son sino por este manejo corriente que están alcanzando en diferentes rubros sociales e internacionales. Inclusive en septiembre de este año 2021 el presidente de El Salvador, Bukulele, afirmó que el bitcoin sería moneda de curso legal en la economía salvadoreña.

#### 1.2 Planteamiento del problema

La confianza y el poder del convencimiento son elementos que permean la posibilidad de un modelo organizacional de base piramidal, no obstante su desarrollo es estrictamente proporcional al desarrollo de una cultura organizacional que, con sus expresiones y naturaleza simbólica intercede en la consecución de objetivos y metas organizativos; donde además el papel del

liderazgo es un elemento transversal del proceso que lo complejiza desde la práctica del coaching.

### *1.2.1 Justificación del estudio*

La investigación permitirá conocer las características del sistema piramidal pero con un enfoque organizacional analizando la implementación de criptomonedas lo cual permea el impacto que tiene en su forma organizativa, analizando las ventajas de su uso a nivel organizacional,

Las criptomonedas marcan una nueva era monetaria dado que su implementación en otras formas organizacionales, esto da la pauta para una nueva era organizacional ya que no solo se modifica el uso corriente de la moneda nacional que se utilice sino implica que la organización esté conectada directamente a la fluctuación del valor de las criptomonedas las cuales han mostrado una volatilidad impresionante que no se había visto en la última década. Esta fluctuación permite analizar las futuras formas organizacionales y la relación que tiene con los individuos que la conforman y que generaran nuevas líneas de estudio.

## 1.3. Objetivos

El trabajo tiene un objetivo general y seis específicos a saber:

### *1.3.1 Objetivo General*

Conocer los elementos simbólicos aportados por la confianza y el poder del convencimiento a partir del impacto organizacional que tienen éstos sobre los sistemas piramidales, con base en el estudio de la implementación de criptomonedas en la organización como modelo de creación de valor y de permanencia.

### *1.3.2 Objetivos Particulares*

-Sintetizar conocimiento desde el estudio de la confianza dentro del comportamiento organizacional.

- Estudiar las repercusiones del uso común de criptomonedas en la organización.
- Analizar el valor que agrega la confianza y como ello se relaciona con el poder de convencimiento en la consecución de lealtad organizacional.
- Analizar los procesos de lealtad como resultados de la tecnología y la forma organizativa piramidal.
- Conocer el simbolismo organizacional que se deriva de la estructura piramidal y los modelos de negocio.
- Analizar los procesos de legitimización organizacional a partir de la incorporación de criptomonedas.

#### 1.4 Hipótesis

Los sistemas piramidales y su vida simbólica organizacional dependen de la confianza, el poder de convencimiento y el liderazgo de los individuos que los integran, siendo dichos elementos condicionantes para la institucionalización de nuevos modelos de innovación disruptiva a partir del uso de mecanismos digitales.

#### 1.5 Aportación del trabajo a los Estudios Organizacionales (EO)

La aportación que se busca resulte de la investigación en los Estudios Organizacionales es:

Crear las aproximaciones pertinentes para sintetizar el valor que puede generar esta investigación donde se visualice las repercusiones que tendrá el uso común de criptomonedas (bitcoin) en las organizaciones, demostrando que se generarán nuevas líneas de conocimiento organizacional ya que el impacto que tendrán las monedas digitales (criptomonedas) en un futuro a nivel organizacional e individual conllevará a nuevas interacciones y paradigmas organizacionales.

Por lo que cuando se regularice económicamente este uso, las formas organizacionales también abrirán nuevas líneas de conocimiento por esta interconexión puesto que, el tema de la volatilidad ligada a los mercados

financieros desarrollará nuevas razones para evitar crisis económicas que repercutirán en las organizaciones y en los individuos.

#### 1.6 Tipo de investigación

La investigación se define por un carácter cualitativo que analiza los fundamentos teóricos del sistema piramidal y el simbolismo organizacional por factores integradores como son la confianza y el poder de convencimiento aunado a la implementación del uso de criptomonedas como forma de pago, se expone con énfasis el análisis de un estudio de caso que describe las características de una organización que adopta los procesos y mecanismos señalados.

#### 1.7 Palabras clave

Confianza, Poder del convencimiento, Sistemas piramidales, Criptomonedas, *Blockchain, Bitcoin.*

#### 1.8 Resumen

El objeto de estudio, es un modelo económico que surgió gracias a la globalización y a la participación activa de actores que buscaban una moneda descentralizada, dicho modelo fue definido a partir de la creación de las criptomonedas, las cuales no tenían el valor que se encuentra en estos tiempos en una moneda de uso común ni habían tantas empresas que permitieran adquirirlas pero eso fue cambiando cuando se vio el valor que se les podía adjudicar ya que permitían hacer con ellas trading y de esta manera generar valor por medio de la compra/ventas de estas. Una de las ventajas que tiene el uso de estas criptomonedas es que cualquier persona puede hacer uso de ellas sin importar cuanto gane, ni su estatus económico, ni si está en algún problema fiscal etcétera.

De esta manera se fue introduciendo este tipo de moneda digital en empresas “reales” las cuales hacían que los diferentes individuos que quisieran formar parte de un nuevo modelo de negocio las necesitasen, entraran en el modelo del negocio y tuvieran que adquirirlas para poder entrar a una comunidad o volverse socio de algún tipo. Específicamente este uso de las monedas digitales se vuelve

una herramienta que al incorporarse en el sistema piramidal lo potencializa adjuntando una nueva forma de capitalizar a los individuos los cuales en su gran mayoría tienen diferentes restricciones monetarias por su perfil y por su capacidad de pago.

Este tipo de organización tiene una vasta historia con fraudes que se han realizado alrededor del mundo su misma estructura tiene características totalmente diferentes a la de una organización formal, sin embargo, este modelo de negocio sigue teniendo una expansión de gran impacto y atrayendo a muchas personas que desean poder generar un ingreso de manera rápida. La informalidad mostrada en casi todas sus características le ha permitido no sólo está sobrevivencia organizacional sino también poder maximizar todas estas deficiencias que se muestran en su ciclo de vida por las excepciones que tiene en contra de una organización formal.

El valor como tal no está desglosado por el uso de las monedas digitales sino la existencia de los valores que se van desarrollando de la organización hacia los individuos en el sentido de pertenencia a este tipo de grupos u organizaciones lo que hace que los individuos sigan queriendo formar parte de ellos. El valor más importante requerido por el individuo para poder pertenecer a una “empresa” de este tipo es la confianza misma que se inicia una vez hecho contacto con algún representante o bien una presentación de negocio. Este valor en específico es el detonante para que la persona se interese y esté dispuesto a realizar una inversión monetaria la cual en la mayoría de los casos siempre genera un rendimiento positivo a favor de esta persona. Normalmente este rendimiento no es posible generarlo en una organización formal o bien en una inversión tradicional a través del sistema financiero bancario.

Así, este interés señalado, pasa a ser segundo término por todos los valores agregados que se van construyendo dentro de la organización por esta confianza que se va transmitiendo y por el mismo estatus que le genera a la persona.

Este umbral que está desarrollando la confianza en las organizaciones de este tipo es el punto fundamental del por qué siguen expandiéndose y teniendo el éxito

financiero, ya que siguen ocultando su informalidad organizacional bajo un éxito aparente. Esta mezcla les ha permitido que sean un sistema replicable de gran escala sin importar el país o el sistema financiero debajo del cual se estén realizando.

## 1.9 Introducción

En un mercado de divisas internacionales bajo su régimen jurídico y por la conexión directa que todas las monedas tienen con el dólar y el euro así como con los diferentes mercados internacionales o productos (petróleo, minerales) que están de igual forma pendientes del movimiento de la bolsa de valores, era necesario una alternativa la cual tuviera ciertas bondades en cuanto a su uso y sus limitaciones.

Esto en un principio debido a que no todos los individuos saben ni tienen el conocimiento para poder operar en las bolsas de valores, utilizando el Internet y la globalización para poder generar un activo o ingreso que le permitiera tener un adicional en sus finanzas personales.

Esta brecha enorme de capacidad adquisitiva ponía en juego que todos estos actores como tal estuvieran limitados justamente a lo mínimo como podría ser el tener que acudir a una casa de cambio y hacer compra venta de alguna moneda en especificado lo que hace que haya muchos problemas no solo de logística sino que conlleva salir de un lugar en específico y tener en la bolsa dicho cambio.

Por su parte las finanzas personales-empresariales se modifican por el uso de la globalización y las diferentes aplicaciones digitales que permiten mover dinero desde cualquier lugar, pero sigue existiendo una brecha la cual no hace que los individuos puedan hacer inversiones de otra forma que no sea esta compraventa de monedas. Actualmente no existe ninguna institución que permita adquirir diferentes divisas en una aplicación y tener la opción de ponerlas en venta y comprarlas ligando alguna cuenta bancaria.

Es importante reconocer que bajo cualquier limitación que exista en diferentes ámbitos esto proporcionara una apertura u oportunidad de negocio para alguien

que pueda satisfacer esta necesidad. En este caso, el primer producto-servicio es la creación de criptomonedas las cuales en primera instancia rompían este esquema de monedas como lo conocemos. La primer moneda de esta naturaleza ya se anunciaba anteriormente, es el *bitcoin*, el cual estaba creado y codificado justamente en servidores lo que hacía que utilizara el Internet, mismo que le permitía estar en cualquier parte del mundo.

La primera barrera para la criptomoneda es justamente cómo hacer que algo de este tipo esté valuado, cómo se le da valor a algo que no es tangible, siguiendo la naturaleza de las acciones como tal que nunca se les podrá tocar pero que tienen un valor que depende de diferentes características, influenciado por países, mercados, incertidumbre, entre otros. El conocimiento como tal para poder insertar esta moneda en una plataforma o en portales no regulados, o en la *deep web*.

Una vez que se ubicó al *bitcoin* en la web y se le asignó un valor de 0<sup>1</sup> como tal se podía ir asignándole un valor base, mismo que se modificaría poco a poco como cualquier tipo de acción bursátil. Solo fue cuestión de tiempo para que ese valor aumentara y no se necesita aun en este punto ninguna intervención de una compañía, un mercado en específico o la intervención política para que esto suceda, aunque si es importante como tal crear un “tráfico” a nivel web para que se vaya dando a conocer el producto por diferentes canales los cuales permitan generar una demanda de un bien digital.

Una vez asignado el valor en 2009 como tal, la existencia de una compra de criptomonedas sería la nueva barrera. En ese momento la existencia de empresas que facilitaran la compra era nula, lo que permitía que existiesen una gran gama de personas o empresas falsas las cuales recibían el dinero, pero eran una estafa. A pesar de este riesgo, de cierta forma era, se tomaba el riesgo por la persona que decidiera absorberlo.

---

<sup>1</sup> En 2009 no se cambiaba en ningún exchanger en 2009 su primer precio registrado fue en 2010 con el valor de .06 USD dólar.

<https://www.buybitcoinworldwide.com/es/precio/>

Ya establecido los intermediarios que permitían crear una cuenta para recibirlos solo siguió siendo cuestión de tiempo para que se generara una pequeña demanda esto conlleva a que su valor aunque eran centésimas de centavos de dólar fueran agregando el valor de cada *bitcoin*. Con esto se fue dando no solo tráfico en la red de *Blockchain*<sup>2</sup> sino que también esto hizo que se diera a conocer más esta carga de datos por las transacciones y por los diferentes lugares en donde se sabía de la existencia de bitcoins.

Así el valor como tal del *bitcoin* que está valuado en dólares en el momento en que es incorporado a algún *exchange* permite que haya una ganancia para quienes tengan la capacidad de poder venderlos y comprarlos. Hecho que fue agregando valor al mismo de una manera natural para que se globalizara, con estas características que tenía y le permitía justamente adaptarse sin ningún problema y seguir aumentando su valor sin ningún tipo de problema.

Esto porque la misma capacidad de la *Blockchain* le permitía tener un sinfín de transacciones, esta última como tal es la plataforma que sigue soportando las transacciones y que permite tener una *cartera-wallet* (cartera para manejar criptomonedas) de esta forma se van formando más *exchange*'s que soportaban el *bitcoin* y generaban ganancia que va aumentando por la demanda que va surgiendo con los usuarios que los quisieran manejar.

Aquí se rompe nuevamente la barrera que existía para llegar a más usuarios. Al haber esta demanda se crean más empresas las cuales buscaran llegar a más usuarios, de esta forma la brecha que existía se fue rompiendo y más usuarios fueron capaces de adquirirlos lo que fue determinando como tal un aumento exponencial del valor del *bitcoin*. Es aquí cuando la apertura se da en más países lo que generó expectativa en adquirirlos traducido en más valor y ganancia para quien los adquiría y se dedicaba al trading.

Se puede ver reflejado que en la búsqueda que hacían las personas alrededor del mundo en 2004 era aún nulas, pero a finales del año 2007 y principios de 2008 se

---

<sup>2</sup> Red donde se efectúan todas las transacciones de criptomonedas

dio una búsqueda altísima en *google* de *bitcoins* lo cual muestra cómo se vuelve un *rending topic* en el buscador más grande del mundo.

Es importante recordar que es justamente en este año cuando se da la mayor crisis financiera en la bolsa inmobiliaria y de diferentes factores de la bolsa que llevó a una burbuja financiera y como consecuencia de esto a una crisis económica que afecto a todo el mundo, impactando no solo la liquidez de muchas instituciones sino llevando a la quiebra a otras más.

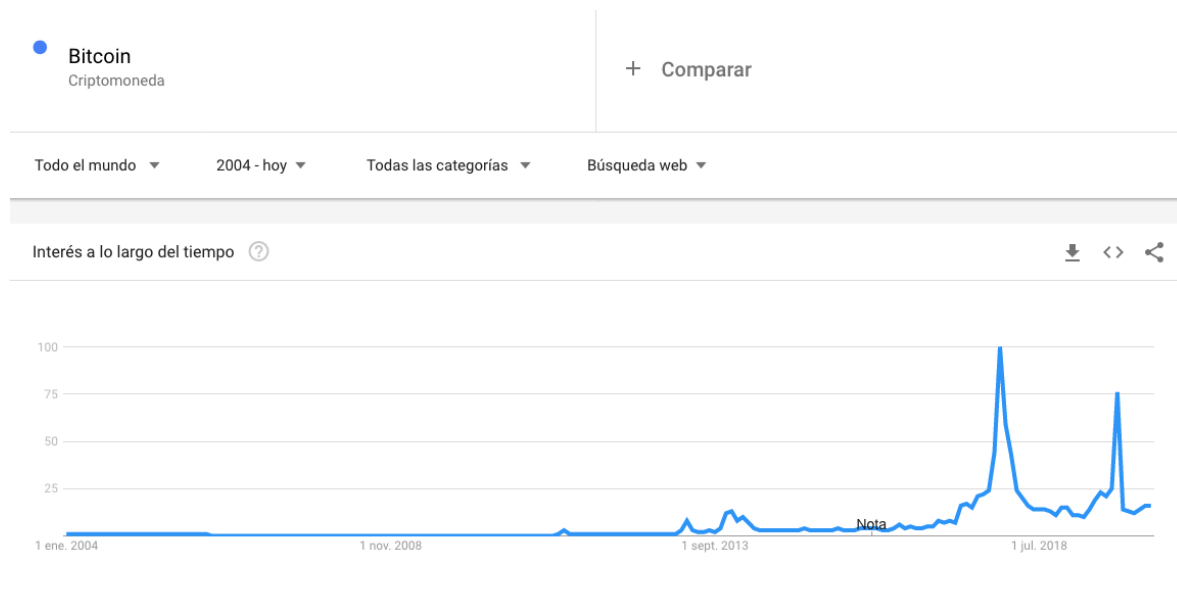


Ilustración 1.-Búsqueda del termino bitcoin en todo el mundo del año 2004 al 2020

Fuente: Google Trends,  
<https://trends.google.com.mx/trends/explore?date=all&q=%2Fm%2F05p0rrx>

Debido a todos estos factores es cuando se empiezan a generar oportunidades de negocio más grandes y ambiciosas, no solo a nivel país sino en medianas y pequeñas empresas las cuales observan la incorporación de criptomonedas a sus negocios para en primera instancia estar a la vanguardia en cuanto a esta incorporación, así como en segundo término otra característica única de este tipo de transacciones es que estas desreguladas en un inicio a nivel mundial y son de cierta forma irrastreable.

En su comienzo como tal para su adquisición solo era necesario el depositar o transferir el dinero a una cuenta y esto se tomaba para la compra de ellas lo cual hacia sencillo su manejo y adquisición. Con el transcurso del tiempo las exchange siguen con ese sistema y hasta que se va necesitando tener de cierta forma identificado a los usuarios que los adquieren, esto en el caso de las empresas más formales y claras con sus usuarios, así como con la importancia que les da un gobierno o institución en un territorio en específico lo que conlleva a una relación más formal en esta compra venta.

Ya con este crecimiento se acopló sin ningún tipo de problema a las necesidades de diferentes negocios pero en este caso se adaptó perfectamente a los sistemas piramidales por diferentes razones lo que les permitía utilizar la parte que era ya más fácil lograr pagos de forma rápida, transacciones que no serían rastreadas así como poder mover volúmenes de dinero muy significativos sin que tuvieran que ser identificados. Esto motivó a que con mucha facilidad se transmitiera este método no solo para que los usuarios pagaran cuando es el caso su membresía o afiliación sino también ellos pagarles bonos o premios por pertenecer a la red. De esta forma esas características que tenía el bitcoin permitieron la apertura de sistemas piramidales que generan una ganancia neta por su uso y permitió que se convirtiera en un sistema duplicable muy sencillo.

El problema como tal no fue solamente que se pudiera copiar fácilmente sino la capacidad que tuvieron los individuos “líderes” de estas compañías ya que al no estar regulados por ninguna institución o banco hizo que se empezara a propagar una serie de empresas que en su mayoría estaban destinadas al corto plazo debido a que los sistemas piramidales funcionan en mayor parte cuando hay un flujo constante en los ingresos los cuales son destinados a la parte superior de la pirámide, pero el cierre se lleva a cabo cuando este flujo de ingreso se rompe al no tener una estructura financiera sólida y a que el interés está en tratar de seguir integrando personas ilimitadamente.

## CAPÍTULO 2. SISTEMAS PIRAMIDALES Y *BITCOIN*

### 2.1 Definición sistemas piramidales

El esquema piramidal es una forma de negocio en el cual los participantes recomiendan y captan (refieren) a más clientes con el objetivo de que los nuevos participantes produzcan beneficios a los participantes originales o los que están en la punta superior de la pirámide.

Como se puede deducir de la definición, una empresa piramidal basa su función en un esquema de negocios que se basa en la captación de nuevos participantes quienes a su vez tienen que captar a más inversionistas ya que de los nuevos integrantes se van a nutrir las ganancias de los anteriores participantes. También es lógico que se le denomine pirámide ya que para que la empresa funcione, cada que ingresan nuevos participantes también se necesitan más clientes para poder pagar los beneficios a cada uno de los integrantes de la estructura piramidal.

La experiencia dicta que si llega un momento en el que ya no hay suficientes inversores entonces el sistema colapsará porque no se podrán pagar los beneficios que se han prometido. Hay que decir que, pese a que este modelo de negocio suele ser claramente una estafa, no es ilegal en muchos países. En algunos sólo es una situación ilegal no tipificada.

Pese a que este sistema piramidal se ha desarrollado en un inicio con empresas gigantescas como *Herbalife*, *Mary Kay* las cuales se han consolidado con su sistema de ventas por catálogo y el sistema estructural de “recompensas”. En las empresas financieras, como la que se estudiará más adelante, aplica el sistema por referencias por marketing, como se usa coloquialmente, pero en este esquema se incluyen las ventas que los individuos tienen dentro de su “red” por lo que es fundamental conseguir vender más cada mes para generar un estatus, el cual va subiendo dependiendo del volumen de personas y de venta que genere la red. Esto según Rojas López, Londoño Vázquez y Valencia Corrales (2015) genera “la confianza, se incrementa entre compañeros mediante requisitos de las partes a

invertir en activos especializados y promueve la interdependencia en las relaciones” (p. 14).

## 2.2 Forma organizativa

Un sistema piramidal tiene una forma organizativa muy parecida a la organización formal. En lo señalado por Jones (2013), resulta conveniente destacar que, la organización reestructura sus transacciones con el ambiente para elevar su capacidad de valor; este apartado justifica no sólo la variable tecnológica de influencia digital para el uso de una moneda, sino además exhibe la necesidad de la estructura y coordinación de procesos internos, desde el concepto “piramidal”.

Si se pone como un ejemplo un organigrama, la cúspide estará ocupada por el director general o bien por el CEO, de esta forma se van creando sub departamentos, departamentos, áreas etcétera, los cuales van generando una línea hacia la parte inferior. Todas estas líneas tienen una conexión directa con la parte más alta y la alimentan es decir con base a todo el trabajo que éstas desarrollen se puede alcanzar cualquier meta deseada.

La particularidad de esta forma organizativa es que se requiere ir añadiendo personas a cada uno de los eslabones hacia la parte inferior pero esto sólo se pueden conseguir de forma directa de persona a persona o bien de grupo a grupo. Esto se menciona porque estos sistemas se construyen con el trabajo que tiene cada individuo para lograr atraer a otros individuos. Como sostiene Lockward (2011) las organizaciones ya no se construyen a partir de la fuerza sino de la confianza. La existencia de confianza entre las personas no necesariamente implica que se agraden mutuamente. Significa que se comprenden. Por lo tanto, asumir responsabilidad en las relaciones es una necesidad fundamental” (p. 487).

Esto implica que para la existencia de esta forma organizativa se requiere de un lazo directo con la construcción de la misma, por eso la dependencia y necesidad con los individuos que la conforman este crecimiento. Éste solamente se puede dar cuando ellos trabajan para que siga creciendo. En una organización formal, por ejemplo, esto no sucede ya que los trabajadores son los encargados de esta

función el rol que tiene un individuo en un sistema piramidal no se puede catalogar como trabajador ya que no está contratado por la empresa y normalmente se vende esta categorización como socio o colaborador atribuyendo características de un empleo formal como lo es el pago porque la misma organización del individuo siga generando nuevos ingresos a las empresas.

Sin duda en cuanto se viralizó el uso de monedas digitales para el uso de sistemas piramidales quedó demostrado cómo solo con tener una plataforma activa y algún representante, el cual se encargará de reunir y captar la gente para que este sistema, la organización crecería. Por su parte aunque el representante hubiese estado en otra red que haya fracasado solo sería necesario mostrar lo redituable del nuevo sistema para que este pudiese ser lanzado y que empezara a generar el suficiente flujo de dinero para que se pudiese convertir en un sistema exitoso. Este modelo logró ir atrayendo a este tipo de “visionarios” los cuales podían tener una entrada de dinero rápida y concreta para que tuvieran disposición absoluta de lo recaudado.

La viralización y la estrategia para poder duplicar sistemas piramidales con esta estructura es sencilla de cierta forma y de ello deriva su éxito. Esto se plantea como un sistema de tipo ambiental (Mintzberg, 2010) el cual se encuentra presente en cualquier ámbito o territorio (dejaremos de lado a EUA por su sistema) ya que logró tener una capacidad adaptativa entre los diferentes actores que utilizan las ventajas de su implementación como es “el trabajo en equipo, las negociaciones, las relaciones organizacionales a largo plazo, entre otras”. (Rojas, 2015, p. 14). Este trabajo plantea las metas a nivel equipo u organización pensando en un grupo de individuos los cuales se juntan para alcanzar diferentes metas en cuanto a la integración de personas que resultarán en el pago de incentivos monetarios. Ligados a esto se encuentra el estatus o rangos que pueden alcanzar los individuos derivado de su trabajo.

### *2.2.1 Individuos, características personales*

El factor humano en este tipo de organizaciones trabaja en diferentes etapas en las cuales va desarrollando diferentes características personales lo cual impacta no sólo en su rol en la organización como promotor o asociado. En un principio igual que en cualquier otra organización, un individuo que recién se incorpora a una empresa presenta, desconocimiento, e incluso en ocasiones, desconfianza respecto a las actividades a realizar. Normalmente en esta primera etapa, en las empresas piramidales los individuos no desarrollan ninguna actividad respecto a la promotoría o ventas porque la misma organización debe dotar de estas habilidades a sus adeptos.

La “empresa” logra la “capacitación” y desarrollo de habilidades específicas entre sus nuevos integrantes a través de otros individuos que al igual que ellos fueron instruidos por sus antecesores quienes generalmente van a mostrar frente al grupo éxito económico y social. Se presentan con habilidades mucho más avanzadas que las de todos los individuos nuevos que no tienen experiencia en la rama y que con base a esta la imagen triunfadora y la confianza que pueden proyectar logran tener un acercamiento indirecto con estos nuevos individuos. (Lockward, 2011).

Por último, la confianza juega un rol importante en los individuos, como parte de los atributos o valores de las personas. De acuerdo con Stephen Robbins, citado por Lockward, (2011) la confianza es “la esperanza positiva de que otra persona no se conducirá de forma oportunista, por medio de palabras, obras o decisiones” (p. 466.)

Aquí se da una nueva etapa en la cual estos nuevos individuos sienten la necesidad de formar parte de estos grupos internos con un estatus diferente al que ellos tienen derivado de la imagen e impacto que les causaron los individuos que ya cuentan con experiencia. Estas características personales de los más versados en la organización infunden una sensación de motivación para poder alcanzar cualquier meta impregnando, entre los nuevos integrantes, está ganas de adquirir la misma confianza que tienen esos individuos. La confianza, según

Bromiley y Cummings citados por Lockward (2011) “incrementa la eficiencia de los intercambios al reducir las expectativas de las conductas oportunistas y consecuentemente bajando los costos asociados a estas transacciones” (p. 466).

Generar la confianza personal entre estos nuevos integrantes de la organización es importante porque justamente de ella depende la eficiencia para que ellos a su vez puedan acercarse a nuevas personas quienes se convertirán en los nuevos individuos dentro de la organización en el entendido que esto conlleva escalar los niveles estipulados y poder alcanzar recompensas monetarias o premios establecidos como parte de la motivación.

Un individuo que no logre desarrollar esta capacidad o que no tenga la intención de adquirirla y mucho menos implementarla sin duda alguna fomentaría un estancamiento en este tipo de organización lo cual afecta directamente estas recompensas monetarias ofrecidas. De ahí la importancia de todos estos actores que influyen el comportamiento de los nuevos individuos.

En el mejor de los escenarios esta motivación alcanzada por el exceso de confianza que se atribuye a las personalidades logrará generar una imagen e incluso una persona totalmente diferente. En este punto ya no se habla de un individuo dentro de la organización sino de un líder transformacional. Lockward (2011) sostiene que “Los líderes transformacionales se esfuerzan por ser éticos en sus relaciones con los demás y son percibidos como personas dignas de confianza”. (p. 492). Una de las vertientes de todos estos líderes es la sub rama profesional conocida como coaching. Este tema en particular está ligado a la manera en la que un líder puede proyectar toda esa experiencia y compartirla para poder dar un análisis a cualquier situación de otro individuo ligándolo a la propia misma, es decir toda esta experiencia o anécdotas logran influenciar a los individuos generando otro nivel de confianza.

### *2.2.2 Riesgos de la estructura piramidal*

Esta estructura está diseñada como tal se menciona en su nombre como una pirámide, es decir, desde la cúspide hacia abajo se van desarrollando los

diferentes niveles y la amplitud de cada uno de ellos de una forma horizontal y con cada ingreso se va modificando el ancho o la profundidad de la misma.

Las principales características de este modelo van permitiendo generar un sistema de bonificaciones o comisiones de una forma inversa, esto significa que dichas bonificaciones o premios para los individuos menos experimentados se obtiene de los individuos que se encuentran en la cúspide hacia aquellos que se encuentran en la base de la misma. Pero, el ingreso de las comisiones de los que se encuentran en la parte baja de la pirámide, nutre desde abajo hacia arriba. ¿Qué es lo que sucede en este tipo de organización? Sucede que cualquier ingreso que se tiene en la parte inferior o base desglosa o desencadena comisiones a todas las personas que están arriba. En su gran mayoría este modelo como tal permite rentabilizar a las personas que se encuentran en la cúspide siempre con las comisiones más grandes.

Esta forma de generar ingresos a partir de comisiones permite obtener las ganancias y un flujo continuo hacia las personas que se encuentran en la punta de la pirámide proporcionando un ingreso indefinido, conseguido por todas aquellas nuevas captaciones de personas que existan o inversiones que hagan cada una de ellas. Este esquema permite que no exista un trabajo posterior, no se requieren otras habilidades a desarrollar, ni crecimiento dentro de la organización pues este flujo de comisiones no cesará de llegar a las personas en la cúspide mientras sigan habiendo nuevos ingresos.

Por el contrario cuando la base es basta pero deja de trabajar en el ingreso de nuevas personas o inversiones se para totalmente este flujo de comisiones y al ser un flujo que normalmente no está diseñado para proveer de un respaldo financiero es cuando todos los sistemas piramidales quiebran y por ende no son capaces de subsanar o pagar todas aquellas inversiones que se prometieron.

Cada inversión creada en estos sistemas está sostenida por este flujo directo de ingresos los cuales de cierta forma generan una burbuja que sigue prometiendo estados de cuenta con rendimientos muy grandes. Estos ingresos se exhiben para

permitir al individuo creer que ese dinero inversión existe como tal y que en el momento en el que lo requiera podrá hacer uso de él.

El trabajo que se tiene que hacer para que el sistema no deje de atraer nuevos individuos está focalizado en poder instruir a los mismos para que repliquen no solamente el modelo de negocio sino la forma en que dicen y comunican toda la información respecto al mismo, es por eso que en un sistema con carencias en la comunicación afectará directamente el flujo de nuevos individuos.

Por su parte todos aquellos sistemas que se enfocan en trabajar este tipo de comunicación manejándola con campañas, promotorías, capacitaciones y promociones permite generar este flujo de nuevos integrantes continuo, esencial para su ciclo de vida. Es por eso que todos aquellos participantes que se dedican a formar sistemas de este tipo buscan dar un énfasis especial a estos aspectos ya que usualmente estos flujos de dinero y de individuos se presentan en forma de olas los cuales tienen que ser atendidos de manera eficaz para que el ingreso llegue a donde tenga que llegar y de esta forma se puedan seguir pagando todos aquellos bonos o comisiones derivados del sistema.

En el momento en el que se dejan de pagar los bonos y comisiones dentro de la organización se detiene totalmente el movimiento que realizan los individuos y el flujo económico desaparece. Esto por supuesto genera desconfianza entre los participantes y dependiendo de cómo se trabaje esta situación cada participante afectado seguramente retirará su inversión y será seguido por otros que al igual que él intentarán recuperar su dinero. Estos retiros masivos de inversiones ocasionan una desestabilización aún mayor en la organización y es aquí es donde los actores principales que crearon la “empresa” simplemente desaparecen con los fondos recaudados.

Precisamente por esta razón se ha entrecomillado la palabra “empresa” a lo largo de este trabajo ya que estas organizaciones piramidales no pueden ser consideradas empresas propiamente pues la característica de la informalidad de la organización permite que esta pueda desaparecer de la noche a la mañana y cuya desaparición sea de manera ágil y con repercusiones mínimas para estos actores.

Esta informalidad está ligada directamente a la conformación de la organización donde no están bajo un rubro legal, por ello se señalaba arriba que el esquema no es de contratación de empleados que realicen ventas sino de asociados o inversionistas, en consecuencia una denuncia como tal se ve limitada por todas estas inexistentes formalidades organizativas pues quienes participan en estas estructuras asumen directamente los riesgos de una mala inversión.

Bajo este mismo esquema que se maneja en la desaparición de la organización se vuelve a crear una nueva estructura con las mismas características las cuales nuevamente están bajo una informalidad que les permite la rápida creación y modificación del lenguaje y la nueva forma en que presentarán el nuevo sistema.

La base de la organización normalmente es la misma lo único que cambia son todas estas campañas publicitarias y de marketing que permiten de nueva cuenta atraer a todos aquellos que formaron parte y que se capitalizaron de una manera rápida o express en ocasiones anteriores pero que al seguir la misma fórmula que les permitió capitalizarse ponen el juicio la confianza en un nuevo sistema.

#### *2.2.2.1 Regulación Fiscal*

Como se expuso en la primera aparte de este trabajo existen diferencias muy marcadas entre las formas tradicionales de pagos por servicios y bienes y el uso de criptomonedas para el mismo fin. Entre las bondades que se derivan de las transacciones con monedas digitales se encuentra el resguardo de la identidad de las personas que utilizan este medio electrónico ya que dicha identidad está protegida de cierta forma, pues la Blockchain solo muestra información respecto de la fecha de la transacción, el día en que se realizó y el monto del envío. Esto es porque la misma minería de la información está ubicada solo con el *hash* y lleva los datos necesarios para que la cadena de bloques se conforme y permita ubicarla.

La identidad de las personas pasa a un segundo término en las transacciones conocidas como *peer to peer* (P2P) que son de conexiones entre personas para el intercambio de archivos entre computadoras sin que medie un tercero. Es un

modelo de negocio que permite que los productores y prestadores de servicios se comuniquen directamente, es decir que el cliente y el comprador usando la tecnología se contactan por una plataforma y pueden realizar sus transacciones directamente de igual a igual sin ningún intermediario. Una forma de comercio que ha impactado y revolucionado la manera en la que se realizaba el comercio tradicional.

Esta modalidad P2P elimina la entidad terciaria que justamente juegan las instituciones bancarias en el comercio tradicional. Así el banco quien se encarga de validar la identidad de los involucrados en una transacción debe de reportar las transacciones de sus clientes, obviamente este esquema permite hacer frente a el lavado de dinero u otras actividades ilícitas. Según Tolj (2018), la valoración de la red P2P se encuentra en el significado de la dualidad del servidor y el cliente al mismo tiempo, además de que la criptomoneda trabaje al revés de un servidor tradicional, la operación es instantánea y en el crecimiento se mejora la calidad de servicio, cada usuario es un nodo y también un origen de datos.

Otra de las ventajas de las transacciones con criptomonedas frente a las transacciones tradicionales en entidades bancarias por ejemplo es que no existen “límites de transacción”, lo cual significa que el número de movimientos son ilimitados en las transacciones de criptos (forma corta de llamar a las criptomonedas). Así lo más importante en el comercio electrónico es tener fondos suficientes en la cartera- *e-wallet* donde se almacenan las monedas digitales y se poden mover sin ningún problema, con una rapidez antes no vista.

Normalmente una institución bancaria cuando realiza una transacción interbancaria internacional puede tardar días en que la operación se apruebe. En el caso del comercio electrónico las transacciones pueden pasar en unos minutos o si la *Blockchain* está muy cargada por el tráfico de transacciones en menos de una hora se garantiza el movimiento de flujos de dinero inclusive si son realmente grandes. La facilidad de transacciones llama la atención pues no se requiere pasar por entidades terceras. Estas características del uso de criptomonedas en el comercio digital llamaron no solo la atención de muchas personas, sino también

de muchas compañías que ya manejan activos digitales. Pero, también han proliferado negocios ilícitos por la facilidad que representa esta modalidad de transacciones digitales de las cuales seguramente más de uno han aprovechado.

A fin de evitar los paraísos fiscales con el uso de activos digitales, en materia de fiscalización actualmente existe un sistema de rastreo de transacciones con criptomonedas de personas físicas y morales en Estados Unidos pues su bolsa de valores repercute significativamente a nivel mundial y por ello era necesario generar un impuesto sobre los montos que se manejen en estas nuevas modalidades de negocios digitales. Esto se logró ya que para poder depositar el dinero y poder comprar *cryptos* es necesario que del banco del interesado en adquirir criptomonedas haga una transferencia. Es allí donde ya se puede saber la identidad de las personas que están utilizando transacciones comerciales o manejando activos digitales a través de la comprobación de aquellos movimientos bancarios.

#### *2.2.2.2 La estafa*

Como se ha mencionado, la informalidad en las organizaciones piramidales permiten brincar diferentes aspectos que dan la legalidad a una organización. Esta parte en específico ha permitido agregar valor derivado de poder ofrecer cantidades mucho más interesantes en cuanto a sus rendimientos o intereses en las diferentes inversiones, justamente porque la regulación fiscal no aplica para este tipo de organizaciones.

Dentro de los requisitos básicos para la operación de una empresa se requiere un registro público, una acta constitutiva y un representante legal entre otros, elementos que en el caso del sistema piramidal no aplica para su funcionamiento. De igual forma, la inexistencia en muchos casos de lugares físicos o domicilios registrados permite que se puedan formar estas organizaciones prácticamente en cualquier lugar o simplemente de manera digital a través de portales. Este tipo de atributos hacen que cualquier persona que conozca el modelo de negocio pueda crear uno en cualquier parte del mundo y a cualquier hora ya que el trabajo más

importante que se tiene que hacer saber convencer a los individuos para generar ventas y atraer nuevas personas a la organización.

Las relaciones que se crean entre los individuos en este tipo de organizaciones facilita que puedan ser defraudados pues al no estar regidas dentro de un marco jurídico permiten su desaparición con facilidad. Condición que no tiene una empresa constituida legalmente y establecida formalmente en un espacio en específico.

En una organización piramidal hay individuos que confían en la estructura y por ello están ciertos de que pueden obtener un beneficio monetario e invertir más capital. Cuando la organización falla y la estructura colapsa como se mencionó antes, las personas que intentan realizar acciones legales se encuentran con que es muy difícil tener un margen de acción ya que por ejemplo existen sitios en los cuales con un clic simplemente se cierran y dejan de mostrar la información perteneciente de cada cuenta, así una persona puede perder todo su capital pues no hay una forma de contacto directa o en términos más sencillos ni siquiera la existencia de un contrato que estipule quién es el responsable de dicha organización.

Este tipo de sistemas que utilizan las monedas digitales tienen la facilidad de desaparecer con un *clic* y mover todos los recursos concentrados en las cuentas y sin deducción de impuestos pues al no estar regidas por una autoridad central hace que las monedas digitales sean aprovechadas específicamente por esta no centralidad.

Para que las organizaciones piramidales sigan existiendo es necesario que haya una buena relación entre los líderes y las personas que se incorporan a la empresa entendiendo que hay riesgos que asumir entre ambas partes como son: “ financieros, funcionales, sociales, físicos, emocionales y de identidad que se deben evaluar y controlar por ambas partes para generar confianza. (Rojas, 2015, p. 14).

Cuando se esfuma la organización y defrauda a sus “socios” el daño perpetuo es claro y no solamente de tipo económico sino también emocional pues el impacto

ligado a nivel social también se verá afectado ya que como se sabe estas organizaciones basan su funcionamiento en la concepción de la confianza hacia otro individuo. Por esto, en cuanto se rompe esta confianza con cualquier individuo o incluso con un núcleo más cercano en la estructura afectará emocionalmente a las personas que en un principio se dedicaron a promover o vender dicho producto o servicio, actividad en la que incluso se pudo haber involucrado a seres cercanos e incluso familiares con quienes se debió crear un nivel de confianza al nivel de convencerlos de que era una buena inversión, afectando con la desaparición de la organización sus recursos económicos y la de sus contactos, desquebrajando la confianza entre este núcleo social.

Es por este marco de ilegalidad e informalidad en el que se manejan las organizaciones piramidales lo que ha permitido la existencia de cientos de estafas a nivel mundial las cuales, solamente en muy pocos casos, se ha logrado remitir a los responsables por todo este tipo de fraudes ante las autoridades. Los sistemas piramidales trabajan y reclutan adeptos nuevamente bajo este supuesto ligado a la bondad la cual le permite que se vuelva a formar e incluso se vuelva a tratar de contactar e integrar a individuos que ya pertenecieron a organizaciones similares o anteriores las cuales terminaron siendo estafas. Este ciclo de constitución y desaparición es muy constante en estas organizaciones. Este ciclo de vida organizacional es totalmente diferente al de una organización formal por supuesto y la cantidad de sistemas piramidales irregulares sigue en aumento ya que no hay un voto de acción en contra de todas las organizaciones que se forman bajo esta estructura. El resumen de Márquez (2016) es conciso para el cierre temático y el rescate de los principales conceptos vertidos con anterioridad.

Por resumirlo muchísimo: una estafa piramidal consiste en prometer unas rentabilidades superiores a lo que el sentido común dicta, y basan su potencia en su capacidad para captar capital de los incautos que se suman a ella. Lo que se hace es pagar los desorbitados intereses que prometen usando las aportaciones iniciales de las últimas personas que se han sumado a la iniciativa. Es habitual, que cuando nos incorporamos a una de estas estafas, se nos aliente a que propongamos a nuestros contactos que

hagan lo mismo. Cuanto antes te das de alta en el sistema, y más crece la base de usuarios por debajo de ti, más posibilidades hay de que obtengas los rendimientos prometidos. Obviamente el sistema acaba colapsando y nadie (o muy pocos, tal vez los primeros que se incorporan) cobra ni un céntimo de lo prometido, salvo el incitador del sistema (Márquez, 2016, p. 274).

### 2.3 Estrategia empresarial y modelo replicable

Una vez que se dio a conocer el éxito que tuvieron este tipo de organizaciones causó interés e impacto en el sector empresarial hasta que su presencia se normalizó e incluso se incorporaron transacciones de este tipo de organizaciones en la bolsa de valores.

“El crecimiento en los últimos años del trading online y el crecimiento de la negociación del mercado de divisas tienen una relación directa. Estos son, de manera resumida, los principales motivos por los que el mercado de divisas y el trading online van de la mano.

- Liquidez. El volumen de activos negociados cada día en el mercado de divisas asciende a cinco trillones de dólares. Esta cifra es mayor que la suma del volumen negociado en todas las bolsas del mundo.
- Menor volatilidad que otros mercados como las bolsas de valores, ya que lo que se negocia es el tipo de cambio entre dos monedas, cuya variación está sujeta a menos variables que la cotización de una acción, y es relativamente más fácil de predecir.
- Mayor apalancamiento. Dada la menor volatilidad del FOREX respecto a otros mercados, los brokers que operan en el mercado de divisas ofrecen, por lo general, siempre un mayor apalancamiento.
- Cotización en continuo las 24 horas del día durante los siete días a la semana.

Es posible operar en el mercado de divisas con diferentes instrumentos financieros como fondos, *ETFs* o *CFDs*, siendo con diferencia el *trading* con *CFDs* el más

extendido entre los brokers que operan en el Mercado de divisas *FOREX*". (Forbes Advertorial, 2018).

Los sistemas piramidales logran crearse de una forma rápida y eficaz lo que permite que se creen nuevas formas de captación de personas por medio de campañas de marketing atractivas, que tendrán repercusiones económicas para quienes decidieran integrarse y a su vez atraer a nuevas personas. Este tipo de organizaciones se muestran atractivas e innovadoras ante sus "nuevos adeptos", operan en espacios físicos que sirven para diferentes reuniones masivas en donde se muestra el concepto innovador del uso de monedas digitales lo cual promete traer una aportación económica importante para las personas. Dentro de las características relevantes de incorporar el uso de las monedas digitales en este tipo de organizaciones era justamente la versatilidad, innovación, y desinformación en su momento lo cual permitió que las personas no sólo pudieran adquirirlas sino utilizarlas en cuanto recibían algún tipo de pago. Estas condiciones permitieron que las personas se interesaran en las criptomonedas no sólo por las repercusiones económicas que tendrían sino también por la creencia de que el uso de ellas los sacaba del margen de personas que utilizaban dinero común y corriente.

De esta forma la expectativa por pertenecer esta forma organizativa iba agregando valor en la mente de las personas lo que permitió generar confianza no solamente en la organización sino mayormente con el líder de esta. Este líder debía ser carismático y lucir como profesional del negocio, es decir, una persona exitosa por la utilización de este tipo de organización y por crear diferentes redes de personas que permitían en algunos casos ganancias exorbitantes.

El fenómeno piramidal se popularizó con este tipo de ganancias a corto plazo ya que entre más personas se agregaban a ella las ganancias y diferentes reglas de multiplicación de ganancias iban permitiendo generar un estatus social en la organización, lo que creaba un sentido de ambición por seguir creciendo y desarrollándose en la misma.

Lamentablemente un sistema que se replica tan fácilmente sin una estructura organizacional fundamentada en términos institucionales corregidos por un régimen fiscal empresarial hacen que se vuelva un sistema con la misma capacidad para desaparecer, característica que fue utilizada por muchas personas, quienes conocían no sólo este factor informal de las monedas digitales sino lo que se tenía que hacer tan pronto el sistema piramidal dejará de funcionar, es decir, que cuando el modelo se estancara y ya no entrarán más personas a la red, el dinero acumulado tenía que ser enviado sin ningún problema a una e-wallet.

Esta característica no regida por una institución un gobierno permitió una cantidad gigantesca de fraudes así como una nula obtención de información respecto a las identidades reales de las personas que manejaban este tipo de organización al no estar reguladas. Por ello las personas se podían crear nombres o nacionalidades diferentes y de esta forma crear un alto grado de impunidad ya que si se tratase de hacer una queja formal ante una institución pública o privada para una investigación por este tipo de fraudes era prácticamente imposible de rastrear.

Replicar una organización piramidal resultaba sencilla pues sólo era cuestión de tener en un portal, página web, que permitiera crear una cuenta para los usuarios de esta página, y así poder mostrar el nivel en que se encontraba la persona en la pirámide, su acumulado en cualquier tipo de moneda en el que hubiese invertido y los diferentes planes para seguir invirtiendo dinero.

Estos planes de igual forma podrían ser adquiridos por monedas digitales lo que hacía que la mayor parte de los inversionistas tuvieran qué invertir directamente con las mismas personas de la organización para que ellos facilitaran la adquisición de las monedas digitales, esto resultaba en un mayor apalancamiento económico y liquidez para los líderes de las organizaciones.

#### 2.4 Cultura piramidal

El tipo de organización que es un sistema piramidal facilita que se cree una red de sistemas piramidales pues detrás de la desaparición de algunas se crean nuevas.

En este sentido hay un constante movimiento de diferentes organizaciones e incluso se llegan a presentar interacciones entre distintas organizaciones piramidales a través de los líderes quienes tienen las habilidades y capacidades de crear ya no solo un sistema piramidal sino una red de ellas lo cual facilita posicionar nuevamente a las personas de una organización a otra cuando alguno de los sistemas cierra o desaparece.

Toda la experiencia y conocimiento sobre este tipo de organización se va acumulando lo que permite que se comparta entre los individuos más fieles al grupo para permitir que incremente el número de personas que están asociados a estos temas y conozcan el ciclo de vida de los mismos.

De esta manera al existir esta dinámica de pertenencia a una organización piramidal por parte de los asociados se va generando un proceso de cultura en el que todos los individuos conocen las repercusiones y beneficios que se denota de los sistemas piramidales. Es por eso que se ha dado un incremento de nuevas organizaciones piramidales a nivel mundial, y con ello se derivan diferentes interacciones entre diversos modelos de negocio que están formados sobre la misma base y eje organizacional lo que al final crea las características dentro de la cultura piramidal.

Algunas características de las organizaciones en general las presenta Vásquez – Rivera, (2016):

1. Comunicación oral: Es la forma como los gerentes pueden explicar y analizar las causas y los efectos de los acontecimientos y así influir, convencer y manejar. Ellos pueden legitimar y justificar sus actividades, haciendo énfasis en el pragmatismo, la necesidad o los objetivos a largo plazo, según el caso.
2. Saber organizacional: La palabra contiene y transmite la cultura de una empresa, le presta una forma tangible. La cultura corporativa es el resultado de un proceso de experimentación y de descubrimiento y permite la transmisión de una generación de gerentes a otra, con la ayuda de prácticas diferentes.
3. Ideología organizacional: Las organizaciones no se pueden expandir sin una identidad organizacional bien definida, ni confiar en un sistema equívoco de creencias. Ellas deben tomar medidas precisas y hacer declaraciones que puedan justificarse frente a diversos grupos y en diferentes contextos. Cuando está integrado a un sistema de creencias, el conocimiento se transforma en ideología, y es ésta la que sirve para crear, justificar y explotar las empresas.
4. Gerencia simbólica. Retórica de la autoridad gerencial: Los gerentes son una fuente importante de información para los subordinados que desean conocer las

reglas del juego que llevan al éxito. Ellos esfuerzan y estimulan el comportamiento y tienen un interés personal en difundir los conocimientos básicos sobre la jerarquía, el cumplimiento, la responsabilidad y la adhesión.

5. Las historias, los relatos, las leyendas y los mitos se hacen de símbolos y de códigos: Las historias sirven para presentar los hechos bajo una forma concreta y viviente, que las haga más fáciles de retener. Ellas ejercen autoridad en las organizaciones definiendo o influyendo en las premisas decisorias y las percepciones comunes. Las historias incitan a los individuos a adherir a valores y acciones.
6. Funciones simbólicas no verbales: El apoyo de los valores, de las ideologías y de los éxitos individuales y organizacionales es muy importante. Los métodos formales de afirmaciones no verbales se reúnen bajo el nombre de operaciones simbólicas. Estas operaciones comprenden la participación colectiva y la comunicación no verbal. Consiste en todo lo que pasa, más que en todo lo que se dice, cuando se reúne la colectividad.
7. Ritos organizacionales: Las actividades rituales casi siempre tienen lugar con la participación de algunos individuos solamente, pero se dirigen a la colectividad.
8. Ceremonias organizacionales: Las ceremonias son acontecimientos colectivos que, con ayuda de las costumbres, tradiciones y convenciones, facilitan la expresión emotiva. Son actitudes primitivas que concentran la emoción en el instante presente. Las ceremonias establecen y mantienen la lealtad para con el grupo o la organización y fortifican el sentimiento colectivo de pertenencia.
9. Totemismos corporativos: Es el símbolo racional universal alrededor del cual se desarrolla un sistema de valores y de significados que establece una relación entre naturaleza y cultura. (pp. 71 - 72).

Todas estas características de la cultura organizacional presentan rasgos distintos dependiendo de las actividades de cada organización así como las aproximaciones que tienen hacia el interior y exterior, con sus diferentes integrantes y con otras organizaciones, todo esto determina los diferentes rasgos derivados del ciclo mismo de vida de cualquier organización y en particular de los sistemas piramidales. Los sistemas piramidales pueden compartir varias de estas características mencionadas como las tienen también las empresas tradicionales, sin embargo, debido a la estructura de estas organizaciones piramidales presentan diversas informalidades como ya se ha mencionado dentro de su conformación.

A pesar de no constituir propiamente una empresa formal respecto a la cultura organizacional presentan una comunicación oral, una ideología organizacional, historias, relatos, leyendas y mitos, una gerencia y funciones simbólicas, así como ceremonias, ritos y totemismos que tienen un impacto muy diferente en el individuo a que si perteneciese a una organización formal.

Como tal, todos estos ritos de pertenencia se enriquecen muchas de las características que se tienen de manera interna en la organización piramidal lo cual tiene una repercusión directa en el individuo y en la forma que se desenvuelve dentro de la organización e inclusive en su vida personal. Asimismo la interacción que existe entre grupos ya que se convierten en grupos de trabajo y está muy ligado al liderazgo que pasa de ser personal a grupal.

Allaire y Firsirotu citados por Vázquez Rivera (2016) refieren “a la cultura como un sistema de ideas”, Geertz citado también por Vázquez señala que “especialmente desde la escuela simbólica o semiótica, que propone una óptica interpretativa sobre un sistema de significados y símbolos colectivos.” (Geertz, 2000, p. 67).

En este punto la cultura que inicialmente se desarrolló a nivel individual por un simbolismo de pertenencia pasa a una cultura mucho más general la cual está definida por estos significados derivados de los símbolos colectivos.

Es importante hacer énfasis acerca del rol que juegan los diferentes grupos que desarrollan el liderazgo pues permiten multiplicar con mucha mayor facilidad el número de integrantes a los grupos donde el trabajo. El trabajo conjunto beneficia a cada uno de los integrantes. De aquí deriva la importancia del trabajo de los grupos en los sistemas piramidales y la manera en cómo van permeando estas características grupales a cada uno de los individuos propagando desde pensamientos, habilidades, formas de comunicación las cuales son proyectados en cada nuevo miembro.

## 2.5 Historia y definición del *bitcoin*

La historia del *bitcoin* tiene poco más de una década de vida desde el 3 de enero de 2009 (fecha en la que se minó el primer bloque de esta criptomoneda), un parteaguas a un nivel micro en un principio pero que muy pronto impactaría el sistema financiero global, no solo por los individuos que lo empezarían a utilizar sino también por la gran cantidad de empresas que se verían envueltas en su desarrollo, su uso y también en la manera en que los flujos que se pueden manejar.

La identidad del autor del *bitcoin* jamás pudo ser comprobada. Es decir no se sabe si *Satoshi Nakamoto* es solo es un *nickname* que usó algún(os) programador(es) o institución, o país, por lo que existen diferentes suposiciones acerca de este tema. Se puede asegurar, sin embargo, que este misterioso hombre es el creador de las criptomonedas o al menos es la versión más popular hasta el día de hoy. Por esta razón en el intercambio o venta de pequeñas partes de un bitcoin se le dio el nombre de “*satoshis*”<sup>3</sup>.

Una vez que se desarrollaron los algoritmos que dieran origen al *bitcoin* fue necesario crear la tecnología de red que tendría que soportar las transacciones que conllevarían en este uso de datos por la web, debido a ello se creó la *Blockchain*<sup>4</sup> por donde pasarían todos los millones de datos y bloques que se minan permitiendo la transacciones, así como la validez de cada una. Es decir, los nodos que hacen esta validez pueden descartar los que no tengan los requerimientos del bloque anterior lo cual apoya a que sean descartados y que eliminen amenazas en la cadena misma así como en transacciones posteriores.

De esta forma se logró crear un mecanismo por medio del cual se permitía que la identidad de los usuarios de esta tecnología fuera “irrastreable” y se podían mover volúmenes de millones de dólares con un solo clic y sin tener que hacer algún tipo de identificación de fondos o de dónde venían los mismos.

Esto agregó demasiado valor en las transacciones con esta nueva tecnología ya que se evitaba tener que involucrar a una entidad bancaria al mover grandes flujos de dinero y en algún punto ser monitoreado por alguna institución financiera o de otra índole en el país en el que se efectuara dicha transacción. Esto también permitía evitar un tema de impuestos y para algunos resultó atractiva para realizar una actividad delictiva como es el lavado de dinero o cualquier transacción de esta categoría.

---

<sup>3</sup> Porción decimal o centesimal de un bitcoin.

<sup>4</sup> Tecnología de red que soportaría las transacciones que son validadas por los nodos los cuales validan la cadena más larga así dándole validez a la cadena de bloques.

Derivado de estas bondades se fue generando un crecimiento en la especulación que se dio sobre su valor y lo que fue generando expectativa de compraventa. Cabe destacar que existe una cantidad limitada de Bitcoin lo cual agrega valor al mismo, y aunque no está respaldado por ninguna institución financiera o país, tiene un valor ligado al dólar que de esa la moneda más utilizada en transacciones comerciales alrededor del mundo lo que también le da cierta credibilidad a su valor el cual como cualquier activo digital tiende a fluctuar de una manera muy rápida y agresiva.

El bitcoin, dinero digital, o moneda digital desarrollado por *Satoshi*, tomaría por nombre popular criptomoneda. En la actualidad coexisten a lado del *bitcoin* criptomonedas como *etherum*, *litecoin*, *bitcoinCash*, *ripple*, entre otras pero su valor se encuentra siempre por debajo del Bitcoin encontrándose este siempre como puntero en los indicadores en cuanto al valor de las diferentes criptos, como también se conoce a las criptomonedas.

Esta diversificación actualmente ya tiene un impacto en los países que han puesto interés en la regulación de este tipo de tecnología en el tema fiscal ya que por los flujos que se pueden manejar sin duda presentó una ventaja muy interesante para los interesados en mover dinero a diferentes partes con una facilidad nunca vista.

#### 2.5.1 Primer dato minado

El 11 de febrero de 2009 se minó el primer lote de *bitcoins*. el minado es el proceso en el que se crean nuevos bitcoins, el cual se realiza mediante computadoras que resuelven problemas matemáticos complejos que no pueden resolverse a mano por lo que se requiere de grandes cantidades de poder computacional y de energía". (CNN, 2021) Es por esto por lo que muchas de las denominadas granjas de minería de criptomonedas que son centros de datos, requieren de constituirse cerca de centrales eléctricas.

Como se mencionó previamente existen ya diversas criptomonedas, se dice que hasta más de cien, conocidas como *altcoins* y, cada una de ellas utiliza una minería (proceso de creación) distinta.

Minar no quiere decir crear nuevas criptomonedas como suele decirse. Éstas ya están creadas y para poder poner en circulación nuevas criptomonedas se tienen que realizar operaciones, mismas que deben de validarse y registrarse en una cadena de bloques por medio de los nodos de la red. Al resolverse el problema y validarse se arroja un resultado conocido como *hash*. Un *hash* es un algoritmo que permite asegurara que las transacciones son seguras y evita que se añada un bloque falso.

Una vez que el problema matemático es resuelto, la búsqueda del “bloque o lote” se dice que se minó. Si bien cada criptomoneda tiene una forma diferente de funcionar, la dinámica es más o menos la misma. Se depende de un sistema de cadena de bloques. En el caso de bitcoin, cuando un “minero” obtiene un bloque válido se le paga una cantidad de bitcoins que entran en circulación, en algún momento recibían 12 bitcoins aproximadamente, hoy por cada bloque minado reciben 6.25 bitcoins pero se espera que la cantidad disminuirá para los próximos años. Es decir que se agregan cada vez menos hash a la cadena de bloques de bitcoin con ello las nuevas monedas.

Así aunque popularmente se considera que se “cran” nuevas criptomonedas, en realidad solo se agregan las disponibles tras la resolución de un acertijo que permite validar y registrar las transacciones en la cadena de bloques.

Luego de 12 años del primer minado de *bitcoin*, hasta el 13 de diciembre de 2021, el 90% de los *bitcoins* disponibles han sido minados de acuerdo con datos de *blockcchain.com*. Aunque esto significa que 18.9 millones de moneadas dan suministro máximo de 21 millones se encuentra en el mercado abierto no se espera que la extracción del 10% restante ocurra hasta por lo menos dentro de 100 años, específicamente para el 2140 según las estimaciones y los cronogramas de reducción del *bitcoin*, de acuerdo con *CoinDesk*” (Hernández, 2021)

Lo anterior no significa que los bitcoins tenderán a desaparecer sino que se hará difícil obtener esas bitcoin restantes. Lo que beneficiará a la adquisición de otro

tipo de criptomonedas como *ethereum* que es la segunda criptomoneda más utilizada luego de bitcoin.

### 2.5.2 Precio

El uso de este tipo de “monedas” electrónicas se viralizó en diferentes esquemas organizativos y sin importar el modelo de negocio, la industria, o el país en el que se estuviera implementando. Básicamente este medio de pago vino a cubrir la necesidad de mover grandes flujos de dinero a través de transacciones realizadas por medio de la tecnología Blockchain.

La utilización de criptomonedas generó en muchos casos una ventaja competitiva, tal como la define Michael Porter, citado por Puig (2014) “una empresa tiene ventajas competitivas si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad media del sector industrial en el que se desempeña”. Ventaja que sin duda no solamente facilitó las transacciones monetarias valuadas en dólares, sino que hizo que las criptomonedas se insertaran en diferentes empresas, así como gobiernos y organizaciones como las piramidales que estamos estudiando, por lo que su uso se hizo común para que se llevaran a cabo diferentes transacciones monetarias.

Conforme el mercado de monedas digitales se fue expandiendo al incluirse como forma de pago en empresas, gobiernos y organizaciones fue ganando un valor mayor. El *bitcoin* en un inicio, 2009, básicamente no tenía ningún precio. Es hasta mayo de 2010 que su costo reporto \$0.01 dólares. En febrero de 2011 alcanzó la paridad con el dólar y en julio de ese año alcanzó el primer máximo de \$31.00 dólares, el segundo máximo de \$266.00 dólares se dio para el 11 de abril de 2013, llegando a su máximo histórico de \$66,000.00 dólares en octubre de 2021. Actualmente a 19 de diciembre de 2021 su precio se ubica en \$47,362.80 dólares, lo que equivale a \$985,779.53 pesos mexicanos. (Investing.com, 2021)

El valor de los *bitcoin* es incierto, predecir si su precio para el año 2022 seguirá en aumento o por el contrario volverá a desplomarse, depende de la metodología que se siga para tal predicción. Más pese a su popularidad, los inversores prevén una tendencia al declive.

No obstante, los *bitcoins* son muy volátiles en cuanto a su valor, su popularidad ha avanzado y se han roto barreras a su uso en diversos países, un ejemplo es Japón que ha permitido el uso de las criptomonedas para hacer diferentes pagos de servicios así como adquirir bienes materiales por medio de las mismas. Estados Unidos es otro país muy activo del uso de las criptomonedas pero debido a su estructura de gobierno, económica y a su régimen fiscal hace que tenga una ventaja sobre el uso de estas monedas ya que Coinbase\* normalmente cobra un 30% del valor que se esté manejando o que se desee vender.

Estados Unidos tiene una reforma del uso de este tipo de activos digitales y cualquier ciudadano norteamericano al realizar una compra o venta de este activo digital automáticamente tiene que pagar un impuesto por el uso de estas lo que hace que sea el primer país que genere un impuesto directo sobre el uso de activos digitales y de esta forma pueda empezar a tener el control sobre todo este tipo de transacciones.

A continuación se señalarán las características de: liderazgo de costes, diferenciación y estrategia de enfoque, que les permite a las empresas u organizaciones que utilizan las criptomonedas obtener una ventaja competitiva retomando nuevamente los aportes de Porter:

-Liderazgo costes: El activo fijo que deben considerar las empresas y organizaciones que incorporen el uso de criptomonedas dentro de sus transacciones es en realidad muy bajo en cuanto a inventarios físicos pues se puede crear desde una oficina pequeña en donde se equipe con computadoras y servidores que soporten las transacciones

Del coste que genera una moneda digital en teoría sólo se debe de asignar un valor inicial a esta y ponerla en una plataforma la cual permitirá que los usuarios la adquieran. Como se puede ver no hay un alto costo por este tipo de asignación debido a que las empresas que utilizan y que programan este tipo de monedas normalmente ya tienen un equipo definido de programadores y de mineros. En éstos últimos recae mucha importancia y trabajo, pues como ya se explicó ellos serán pieza clave para que las criptomonedas entren en circulación.

Con esta característica se puede plantear un liderazgo en costes a un nivel empresa u organización, misma que no se equipara con una empresa formal constituida en un lugar físico pues como se ha explicado anteriormente, el valor de las criptomonedas es muy volátil y, en cuanto los individuos empiecen a adquirir las monedas digitales se comenzará a generar una ventaja entre sus competidores pues tendrán un valor extra debido a su comportamiento en el mercado.

Lo anterior genera una ventaja de costo para las organizaciones que utilizan criptomonedas pues si se compara con cualquier otro activo que se pudiese manejar en una bolsa de valores, estos mercados de capitales realizan transacciones en tiempos muy específicos y se necesitan intermediarios autorizados para poner en contacto a demandantes y oferentes, es decir, que se requiere de personas con conocimiento específico sobre ese tipo de transacciones en las bolsas, a diferencia las monedas digitales que permiten adquirir y transferir criptomonedas prácticamente a cualquier individuo sin tener ninguna capacitación previa para el uso de las mismas.

Normalmente las plataformas digitales en donde se pueden adquirir criptomonedas están diseñadas para que prácticamente cualquiera pueda usarlas al tener una interfaz gráfica muy sencilla la cual hace que las personas interesadas en la moneda digital las pueda “conservar” en su wallet\* (monedero electrónico, software para almacenar criptomonedas) sin ningún problema.

-Diferenciación: Para Porter (2020) la diferenciación se basa en dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores.

Esta diferenciación, puede apoyarse en todo tipo de características como puede ser: el diseño, atributos técnicos, el desempeño, la atención al cliente, la rapidez de entrega, la oferta de servicios complementarios, etcétera. En este caso la diferenciación del uso de criptomonedas son sus atributos técnicos que permiten ir creando valor por su sofisticado concepto de encriptación y por los diferentes usos que se le ha seguido creando en diferentes empresas.

La tecnología *Blockchain* ha sido un tema de interés a nivel mundial ya que por su estructura permite que se acople a diferentes algoritmos aplicados a empresas de diferentes ramas. Se sigue invirtiendo y explotando esta tecnología no solo por su grado de seguridad sino también por las características que tiene como la cantidad de transacciones que se pueden generar por segundo.

Normalmente una transferencia monetaria tradicional de un banco a otro, a nivel internacional, por más rápida que sea, puede tardar un mínimo de siete días en reflejarse en la otra cuenta.

Una transferencia bancaria se puede complicar si esa transacción está ligada a algún banco nacional, como puede ser algún banco de Estados Unidos, lo que hace que la transacción se realice en un tiempo mayor ya que este tipo de entidades analiza a quién envía y a donde va como medida de seguridad para evitar cualquier uso de dinero ilegal como es el lavado de dinero o narcotráfico etcétera.

Pero usando transacciones de monedas digitales existen plataformas que pueden generar el envío de este recurso electrónico en minutos y sin que se haga ningún tipo de verificación de la persona o el monto involucrado, es decir; hay plataformas que permiten tener en la cuenta “n” cantidad de bitcoins como tal sin que haya una búsqueda del por qué un individuo los tiene y permite el libre manejo de estos en la mayoría de los casos.

-Estrategia de enfoque: Esta se basa en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a las necesidades y preferencias del consumidor, que es lo que creó la *Blockchain*. Justamente una inmensa gama de oportunidades, esto lo hizo sin buscar esa meta en específico pero el punto real es la diversificación de mercados que se fueron creando con la misma base que soporta las monedas digitales.

De esta forma se crearon diferentes segmentos sin que se pensara como tal en uno en específico. Actualmente ya se pueden pagar comidas o un café por medio de monedas digitales. En países desarrollados la gama de negocios que permiten el uso de estos pagos es más amplia y variada. Lo que se plantea es como se

crearon todos estos segmentos sin haberlos pensado como una estrategia como tal, para diversificar la naturaleza del movimiento digital de criptomonedas. Esto creó una ola macro económica ya que hasta países en crisis económica como Venezuela tiene su propia moneda digital (*el petro*), la cual aún no está en un mercado internacional pero esto habla del tipo de producto que es una moneda digital y el valor que se le puede dar para estarlo tomando como referencia en un marco nacional/institucional.

### 2.5.3 *Trading y FOREX*

Una de las actividades primarias que radica en la naturaleza de las monedas digitales es justamente el poder generar ganancias de ellas haciendo compra venta de estas, obviamente igual que en cualquier actividad que genera una ganancia económica se necesita un cierto *expertise* para poder hacerlo. Esta característica en todo el universo del multinivel pasa a segundo plano ya que de una manera paralela al tema de la confianza hace que una gran mayoría de los individuos se sientan capaces de poder llevar a cabo este tipo de transacciones. El *trading* tiene muchas herramientas en todas las plataformas existentes para que los usuarios con nulo conocimiento se atrevan a efectuarlas. Estas plataformas no le convienen al usuario con nula conciencia pues puede existir de la pérdida de una transacción. El número de transacciones que se realicen está muy ligada a la ambición del individuo de por poder generar una ganancia significativa lo que lleva a que estas personas lo intenten en más de una ocasión y todas las pérdidas se traduce en un beneficio económico para todas estas plataformas.

Sin embargo, como se mencionó el factor confianza que se transmite en los individuos que forman parte de este tipo de organización se repliega en muchas actividades de la vida cotidiana de las personas permitiendo que las actividades que están inmersas en el trading los vuelva un “experto” en este tema.

Es curioso como este pensamiento refuerza la mentalidad de los individuos, los cuales en su gran mayoría han sufrido una pérdida monetaria importante por una cantidad de fraudes que existen en la industria. Sin embargo, este mismo factor hace un acercamiento a la tecnología ya que todos los individuos tienen un perfil

totalmente diferente y un alto porcentaje de ellos no cuentan con experiencia profesional que les permita tomar decisiones con un criterio amplio de las repercusiones que se desencadenan por este tipo de decisiones.

Nuevamente esta decisión aunada al factor confianza provee al individuo de una nueva habilidad para poder seguir realizando transacciones, mismas que no serían posibles si no hubiera tomando la decisión de unirse a la organización. Esto es importante ya que ésta pertenencia abre no solamente oportunidades del nivel social sino también de carácter personal impactando el nuevo conocimiento que se adquiere por la confianza que se despliega de la organización.

En un porcentaje de seis de cada diez personas que forman parte de la organización utilizan el *trading* de una manera no profesional sin embargo el factor de satisfacción a nivel personal que se despliega por esta actividad es lo que más les retribuye por el riesgo de cada transacción solamente una de esas seis tomó algún tipo de curso capacitación para hacer trading. Ésto tampoco es un resultado de que el riesgo disminuya pero la posibilidad de poder generar una ganancia aumenta simbólicamente ya que está ligado a este factor de éxito por transacción qué se puede hacer de una forma ordenada o bien a una transacción que lleva inmersa lo que se denomina cómo suerte para que sea exitosa y la compra o venta del activo digital genere una ganancia.

A nivel organización el *trading* tiene un papel de suma importancia esto porque todos los activos digitales que se reciben por los servicios que ofrece o capitalizan no solamente sirven a la misma persona sino también sirven para generar ganancias cuando los índices de valor aumentan drásticamente la existencia de un tercero el cual suministra un servicio de trading profesional hace que la misma organización no corra el riesgo de este factor de éxito o suerte por transacciones con todo el volumen que se puede generar por los ingresos de cada persona que se integra.

La importancia del mercado financiero *FOREX* radica justamente en una de las características que tiene el bitcoin qué es la descentralización nuevamente como se ha mencionado todos los usuarios de monedas digitales utilizan sus

características como lo son la facilidad para adquirirlas e incluso el bajo perfil que se puede utilizar en ellas siendo este último parte importante por los flujos monetarios que se pueden mover en una sola transacción.

La descentralización permite no sólo el manejo de las mismas sino también que no exista una forma de que una persona puede ser rastreada, es decir, solamente se puede rastrear el número de cartera o e-wallet de dónde vino pero no quien ostenta el dinero digital esto hace mucho más interesante este tipo de transacción permitiendo a los usuarios no sólo el acercamiento a este tipo de monedas sino a todos aquellos casos que se mencionaron que no tienen un ingreso fijo por pertenecer a una empresa les abren las puertas para el manejo de dinero y les permite usar un flujo de dinero mayor que si pertenecieran a una empresa.

Esta característica aporta a la confianza que el portador de monedas digitales tiene hacia la organización conllevando nuevamente un proceso que le permitirá seguir confiando no en la moneda digital sino en la organización que sostiene el uso de la misma y que bajo un modelo que se plantea como "disruptivo" va acortando la brecha que existe entre la persona y la desconfianza en este tipo de inversiones.

Es por eso de la misma naturaleza del *bitcoin* permite a los usuarios ir agregando valor a través de ella que se convierte en valores de confianza hacia la organización. Cosa muy diferente qué sucede por ejemplo en un banco tradicional en el cual las limitaciones financieras que existen en todos estos casos que no tienen un ingreso fijo por pertenecer a una empresa limitan radicalmente el uso de transacciones monetarias y afecta en gran medida cualquier prestación o servicio que exista en este tipo de regulación bancaria.

De una forma general se puede decir que el *bitcoin* es para todos y las empresas que se dedican a crear cuentas y permitir la compra venta de las mismas se ven sumamente beneficiadas por el costo no sólo de las transacciones que hacen sino por la gran cantidad de personas que se van afiliando para poder manejar estas transacciones aunque las regulaciones fiscales y de impuestos van avanzando

aún existe un gran umbral de oportunidad para todas estas personas facilitando no sólo la creación de cuentas sino el mover grandes flujos de dinero.

Es por eso que *FOREX* es el mercado más grande donde circulan todas las transacciones de compra venta a nivel mundial y este impacto se puede y es midiendo no sólo por los usuarios que se mencionan en este trabajo sino también por todo el apalancamiento que ya existe en todas las empresas y organizaciones que utilizan inversiones en monedas digitales lo cual hace que este mercado de monedas digitales tenga un impacto casi igual y tal vez en algún punto supere los mercados financieros tradicionales la importancia de este tipo de transacciones se ve implícita en el impacto mundial que puede llegar a tener así como todas las fluctuaciones que sufren de manera inesperada por cualquier comentario o movimiento de cualquier otra naturaleza poniendo sobre el juego financiero un nuevo jugador que sigue avanzando no solo a nivel tecnológico sino de interés mundial.

## 2.6 Blockchain

La base o principio por el cual se buscó dar una nueva solución a las transacciones monetarias se realizó pensando en eliminar su paso por un tercero. Es decir normalmente para que se haga una transferencia electrónica entre dos usuarios es necesario tener una cuenta de banco misma que conlleva que el usuario cumpla con los requerimientos necesarios para poder crearla. Obviamente cuando no se cumplen con estos el banco no permitirá que se genere y el usuario estaría limitado en cuanto a poder generar transferencias. En el supuesto que el usuario los cumpla esta afiliación normalmente conllevará un cargo por transacción o de tipo afiliación pagando en un periodo de tiempo el monto por pertenencia normalmente puede ser de tipo anual. Mismo caso se ve en el uso de tarjetas de crédito o disposiciones de efectivo en cajeros.

De esta forma este banco funge como el tercero mencionado y que no solamente se encarga de efectuar la transacción sino que además brinda la “confianza” institucional que le da al usuario para que él esté afiliado a la misma y que sus flujos monetarios estén vinculados para tener una cartera de clientes estables.

La tecnología para una nueva modalidad de intercambio de dinero que eliminará al tercer actor en las transacciones y con ello eliminara este costo de uso, y que además fuera confiable para que los usuarios se incluyan y generen transacciones dio como resultado diversos trabajos. Más, el primer trabajo que se publicó dando pie a esta solución fue *bitcoin*: sistema electrónico de efectivo de igual a igual publicado por un autor llamado Satoshi Nakamoto<sup>5</sup>.

Este *bitcoin* se define como una estructura básica el cual para ejecutar las transacciones necesitaba de un sistema de prueba criptográfica sin la necesidad de un tercero de confianza. Dando como resultado que el costo por transacción no se compare con un clásico tercero de confianza.

De igual forma esta prueba criptográfica añadió que todo el sistema o red donde se manejarían las transacciones de este dinero digital tuviera una estructura de índole publica donde se podrían rastrear todas las transacciones pero además, con el servidor de marca de tiempo (timestamp server) se pudiese tener un código criptográfico que sería validado en el mismo sistema por nodos que van haciendo una validez de la transacción, en términos simples, valida de dónde viene la transacción, agrega bloques que van conformando esa cadena.

Esta cadena está constituida por bloques los cuales son minados y es aquí donde se elimina la confianza que se tenía en un tercero que validaba el origen de la transacción y emitía sus propios mecanismos de seguridad, mismos que estaban definidos por otro actor más. Ahora, Blockchain contempla la definición de “hash” la cual lleva todos los bloques necesarios para que sea tomada como una transacción valida o no. De igual forma todo este sistema permite que exista fuera una red pública la cual puede dar datos como lo es la fecha, hora, monto, de dónde viene y a dónde llevo.

En este sistema no está implícita la información de identidad como lo es nombre, país, algún documento que validara la identidad de los involucrados por lo que

---

<sup>5</sup>Autor del artículo publicado en el año 2009 donde muestra como funciona Bitcoin <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>

nuevamente solo está enfocado en ser un sistema de transacciones funcional y muy práctico.

La tecnología que llevo al éxito el desarrollo e implementación de las criptomonedas o monedas digitales fue el desarrollo de la *Blockchain* la cual permitió generar el minado del primer conjunto de bloques que se convirtieron en *bitcoin*. Sin esta tecnología hubiese sido imposible tener un sistema tan seguro y hasta cierto punto sencillo en el razonamiento de esta cadena que da un seguimiento lógico desde la primera cadena hasta los nuevos registros (bloques) que se van agregando y que permite que sean rastreables de manera pública.

Es de manera pública ya que el *Blockchain* permite rastrear las transacciones por su naturaleza abierta, esto no implica que se puedan conocer los datos de las personas que manejan transacciones digitales de criptomonedas.

Sin embargo los diferentes identificadores que se despliegan de una transacción permiten que se conozcan montos, de dónde viene, a dónde se envió la transacción, fecha y hora entre otros.

A esto se refiere una parte del conocimiento general que son “publicas” y se pueden rastrear de alguna forma.

Una descripción formal de *Blockchain* (Raj, 2019):

*-Estructura de datos de bloques que se encadenan para formar una colección de registros, llamada libro mayor con la criptografía como factor clave. La cadena de bloques no tiene un mecanismo de almacenamiento bloque P2P peer to peer cadena que está abierta sin ninguna gobernabilidad*

Todos estos registros están encadenados los unos con los otros al primer registro génesis\* el cual proporciona el inicio de todos estos bloques y de una forma simple por mencionarlo se van acoplando unos con otros en esta cadena, lo que permite que en el supuesto caso se quisieran insertar nuevos bloques sin que tuviesen este seguimiento es fácil de detectar ya que no encajarían con el identificador anterior y resaltará su entrada (amenaza) siendo corregida o eliminada en cuanto se tratara de insertar. Esto detalle que pareciera simple,

refuerza una de las partes más importantes de seguridad que tiene la Blockchain. Permitiendo que no solo una persona verifique esta entrada a la cadena de bloques como en un sistema centralizado o una institución gubernamental.

Por lo anterior la *Blockchain* es descentralizada, esto va de la mano de la razón de ser o naturaleza de la misma que es básicamente una tecnología que fuera descentralizada es decir que no existiera un regidor único, institución gubernamental, empresa, partido político o religioso el cual tuviera el poder de manejar como tal la tecnología o la red misma de los bloques.

Esto sin duda alguna es un valor agregado de las criptomonedas ya que aunque estas son características por una volatilidad en el mercado alta no están regidas por un actor en específico, sino más que cualquier otro activo a la especulación de diferentes situaciones que llevan al alza del valor de las misma como en el petróleo, el oro o cualquier empresa. Fortaleciendo este atributo que les permite no solo en términos legales haberse desempeñado como se hizo sin que tuviera afectaciones en la asignación de bloques o la manipulación directa de los mismos.

Es importante resaltar que toda esta tecnología es una de las que más utilizan energía, a diferencia de una empresa de tecnología normal o incluso una de los grandes monopolios, el uso de la Blockchain y la amplitud que está teniendo por los nuevos algoritmos que se pueden anexar a la misma permiten que se sigan necesitando muchos nodos, servidores capaces de estar alimentado la *Blockchain* el simple minado de datos lo convierte en una fuente extractora de energía muy amplia este tema sin duda conlleva a la adecuación en un futuro de los procesos que se desprenden de uso común y a su reducción por temas ecológicos sostenibles.

### *2.6.1 Criptografía y minería de datos*

Para que esta tecnología funcione como una red pública es necesario generar un sistema de seguridad que permita que todas las transacciones estén protegidas por los mismos participantes de ella, sin embargo esto podría deducirse como un riesgo mayor ya que normalmente en una red tecnológica siempre existe un

usuario, compañía la cual es contratada con el único fin de proteger cualquier activo digital , identidades o información que se esté manejando para así poder seguir funcionando con la confianza de que no se perderá ningún dato importante o que se infiltre un usuario no deseado y haga mal uso de la mismas.

En palabras simples, “La criptografía moderna es el estudio de privar o asegurar la comunicación sobre un medio inseguro”. (Raj, 2019, p. 23). Es de suma importancia que exista este tipo de codificación aplicada a la tecnología por la cantidad de transacciones que se ejecutan y que cada una de ellas aunque no maneja como tal identidades o documentos de un usuario si está ligada a una transacción monetaria la cual la perdida o desvió de ella significaría una cantidad considerable.

*-La criptografía es crucial para los servicios de seguridad de la información como autenticación, confidencialidad e integridad. En el siglo XIX, Auguste Kerckhoffs describió lo que ha llegado a conocerse como Kerckhoffs principio: Un criptosistema debe ser seguro incluso si todo lo relacionado con el sistema, excepto la clave, es de conocimiento público. La clave es el único activo en criptografía que debe mantenerse en secreto y protegida contra intrusos Ataques*

La asignación de una cadena de bloques fue la respuesta concreta en el uso de la criptografía con la tecnología de Blockchain la cual permite que bajo ese principio se pueda generar el mismo y se pueda tener una referencia que sirve para el rastreo de transacciones y genere una huella misma del movimiento.

*-El hash se utiliza en la mayoría de las aplicaciones de blockchain para crear enlaces entre bloques. También es utilizado en algoritmos de consenso como prueba de trabajo, que básicamente explota el poder de los sistemas informáticos que forman la red blockchain.*

El cual jamás se dará por perdido o mucho menos será eliminado de alguna forma, es decir quedara grabado hasta el fin de Blockchain (si es que ese momento llegase) ya que este hash no solo sirve para rastrear sino que agrega valor y estructura a la misma cadena de bloques de futuras transacciones ya que justamente permite que estas estén ligadas una con otro desde el primer bloque de datos que se minó y que permitió dar fe de la transacción.

*-Las firmas digitales se utilizan para firmar y verificar eventos como transacciones. La criptografía de clave asimétrica es fundamental concepto en aplicaciones blockchain que da identidad a los participantes de la red o puede probar la propiedad de los activos.*

*-la criptografía es una excelente herramienta para realizar algunas de las tareas necesarias para Reemplazar a terceros confiables y crear un entorno sin confianza en una red descentralizada*

### 2.6.2 Hash

Como ya se ha señalado la circulación de criptomonedas requiere se realicen determinadas operaciones matemáticas y sean resueltas de forma válida para que puedan registrarse en una cadena de bloques. Este resultado que derivado de la solución a un problema, o acertijo como suelte también llamarse, es conocido como hash. Un hash es una función criptográfica, un algoritmo. Este algoritmo es el que permite que todas las transacciones realizadas con *bitcoins* en particular, pero de cualquier criptomoneda en general, den certeza y seguridad ya que con este se evita que se añada un bloque falso a la cadena de bloques.

Los *hash* no son exclusivos de las criptomonedas, tienen un sinnúmero de usos, por ejemplo, las empresas discográficas los utilizan para evitar un uso inadecuado de su música, como el no pagar regalías. También suelen utilizarlo las empresa cinematográficas para identificar la reproducción de materiales sin autorización. Las empresas de seguridad informática como *Kaspersky*, utilizan los *hash* para sus antivirus y así impedir el *malware* y cada vez más se utilizan por ejemplo en los contratos inteligentes o *Smart Contracts* para dejar a salvo información que es privada o sensible.

“Los *hash* o funciones *hash* son funciones de resumen que utilizan un algoritmo con el que a partir de una entrada de datos (infinita, cualquier mensaje) producen una salida alfanumérica de longitud fija que resume la entrada, de tal forma que el resultado o valor hash solo puede ser obtenido con los mismos valores del *input*. Cualquier mínimo cambio en la entrada de datos dará lugar a un *output* diferente”. (Martínez, 2014, p. 7).

Básicamente la función criptográfica de un *hash* sirve para transformar una serie de datos en una serie de caracteres con una longitud fija o variable dependiendo del tipo de *hash*, (por ejemplo 40 caracteres) que permite validar la información. En palabras corrientes puede entenderse como una contraseña alfanumérica que abre o cierra la puerta al introducirla correctamente y tras haberla comparado con una base de datos. Con ello se evita utilizar contraseñas en texto plano como puede ser “12345” y en su lugar utilizar una cadena de caracteres alfanumérica.

Esta tecnología no es de reciente creación ya desde la década de los años sesenta se utilizó para comprobar los datos transmitidos en redes y evidentemente tampoco es al cien por ciento segura pues hay programas para intentar romper la seguridad de los *hash*. En el caso de las criptomonedas el uso de las funciones hash se da en la creación de las carteras o *Wallets*, en el proceso de minería y para asegurar las transacciones que utilizan criptomonedas.

### 2.6.3 Cartera- *eWallet*

El uso común de transacciones con criptomonedas tal como uno normal de transferencias electrónicas bancarias requiere que se cuente con una forma de poder recibirlas. Esto es el principio de una cartera electrónica (*e-wallet*) esta sirve para poder tener almacenadas los activos digitales y de esta forma el usuario pueda hacer uso de estas.

Para poder obtener una solo, es necesario conocer alguna empresa y crear una cuenta el proceso es tan simple como la creación de un correo electrónico y se utilizan los mismos datos entre las más populares están *Coinbase*, *Xapo*, *Blockchain*, etcétera.

Esta cartera-*e wallet* contendrá las criptos disponibles que se pueden adquirir o vender de esta forma los usuarios depositan por medio de una transferencia de su banco local “n” cantidad de dinero y es recibida en la cartera. Una vez allí el usuario tiene la opción de adquirir las criptos disponibles por esa empresa, es decir dependiendo la empresa donde se creó la cuenta será la cantidad de opciones disponibles que maneje la misma. Una vez seleccionada la cripto con el

saldo solamente se adquiere la cantidad que se desee comprar al terminar la transacción la moneda local que se tenía desaparecerá y el saldo será en cripto es en este momento donde el usuario puede enviar transacciones por la cantidad que desee a cualquier otra cartera- e *wallet*.

Cabe destacar que la transacción que se envié solo podrá ser enviada si la cartera a donde se enviara es de la mismo cripto es decir no puedes enviar BTC (*bitcoin*) a una cartera de *Litecoin*, ya que la cartera- e *wallet* de *Litecoin* será diferente y no permitirá la recepción de la transacción. Por lo que es siempre una transacción de igual a igual, esto estará identificado desde que se trate hacer el envío y marcara algún tipo de error por no ser igual. Al igual que cualquier transacción electrónica que se realiza de forma tradicional este tipo de transacciones que se realicen desde una e-wallet conllevaran un costo por cada una que es calculada por la misma empresa y varía totalmente una de otra.

### CAPITULO 3 Confianza y Poder de convencimiento

Como se ha venido exponiendo en los capítulos que preceden, las organizaciones piramidales no son un modelo de reciente creación, más ellas han proliferado debido a la facilidad con la que se crean al no constituirse como una empresa formal y poder incorporar a su organización a “asociados” que inviertan en el “negocio” de que se trate, quienes a su vez deben captar a otros “inversores” hasta que el modelo se fracture y deje de servir.

También ya se ha explicado que en este tipo de modelo organizacional es común que se den ilícitos como la defraudación e incluso el lavado de dinero, situación que se ha fomentado también con el uso de los activos digitales, ya que las personas que participan de las pirámides, en ocasiones no son identificables al no utilizar instituciones respaldadas por un banco central que los identifique, por ejemplo, ni tampoco las personas “asociadas” generan derechos laborales por no existir ningún tipo de contratación o bien que en caso de defraudación no puedan recuperar su inversión pues el propio modelo los obliga a asumir esos riesgos.

Así, se hace relevante conocer y explicar cómo el tema de la confianza entre los participantes de la organización y el poder de convencimiento son factores claves

para el éxito del negocio, si bien ya se adelantaba un poco al respecto en los dos apartados previos, en este tercer capítulo se analiza con mayor detalle sobre estos dos elementos y sus distintos tipos y elementos que son fundamentales en las organizaciones piramidales.

### 3.1 Confianza

Como se expuso con anterioridad las organizaciones piramidales funcionan siempre y cuando constantemente se incorporen nuevas personas a dicha organización para que inviertan su dinero en el “negocio” pero que a su vez logren incorporar a otras personas sucesivamente con el mismo fin. Por ello la característica de la confianza, es la más importante que deben desarrollar los involucrados dentro de este tipo de modelos organizacionales ya que de ésta se desprende poder alcanzar el éxito y su desarrollo dentro del negocio. En atención a Vives (2015), la acepción del termino confianza se sintetiza en la cohesión social, en la colectividad derivado de que surge de la propia relación para la colaboración, la asistencia y consecución de objetivos, se instituye no solo la legitimidad del otro sino además un riesgo compartido.

La confianza se debe entender tanto como una habilidad, como una creencia. Como habilidad se desarrolla mediante un proceso en el cual se trabaja constantemente en la interacción con otros individuos a quienes se debe demostrar seguridad en sí mismo, actuar de forma apropiada e idónea ante una situación específica. Mostrarse confiable en el ser y en el hablar no es una cualidad nata que se pueda tener sino que para alcanzarse se necesita generar un sentimiento de empatía con el receptor.

Por el otro lado la confianza como creencia responde a la esperanza o expectativa que se genera en otra persona o grupo de personas sobre una conducta o situación que se realizará conforme a lo esperado. “La confianza, es la expectativa que surge dentro de la comunidad de comportamiento normal, honesto y cooperativo basado en normas comunes compartido por todos los miembros de una comunidad”, (Alcántara, 2004, p. 312).

De aquí el grado de complejidad para poder vislumbrar esta cualidad que puede impactar a un solo individuo o bien se puede desarrollar en grupos, pero; solamente en aquellos en los que se puede transmitir un sentimiento de confianza lo podrán replicar tanto dentro como fuera de la organización. Curiosamente esta cualidad, que se basa el comportamiento honesto, se contrapone con el sistema piramidal pues este se basa en parte en su deshonestidad, en la informalidad que existe como forma organizativa, más la confianza es fundamental para que cualquier individuo se interese y quiera formar parte de la organización al tiempo que convenza a otros de formar parte de la misma.

Los niveles de confianza son también parte de este proceso de reclutamiento en el cual el individuo tiene que esperar a formar un lazo directo con la otra persona que ingresa a la organización para que ésta obtenga un parámetro positivo sobre los resultados esperados. Cualquier acción que genere duda o desconocimiento de algo respecto a la organización fomentará que se pierda el interés de la otra persona o se genere desconfianza no sólo en el negocio que se está planteando sino también en la persona misma.

Por su parte el factor tiempo, que anteriormente era relevante para generar confianza entre los adeptos, ya no es tan importante debido a las nuevas técnicas, cursos y pláticas motivacionales las cuales dan ciertas instrucciones para poder impactar a la persona y poder alcanzar este nivel de empatía en un menor tiempo. Alcántara (2004) señala que “La confianza se va reforzando con el paso del tiempo al ir obteniendo resultados satisfactorios, los cuales alimentan la experiencia de los individuos y fomentan la familiaridad y camaradería”, (p. 310).

En este tipo de organizaciones piramidales existe otro método para poder alcanzar la confianza de las personas que va ligado a la expectativa monetaria, es decir a las ganancias que se pretenden percibir. En algún punto debe de poderse cobrar y gastar el recurso prometido, con esto se genera la confianza en las personas y el negocio ya no requiere de mucho tiempo para convencer a las personas pues al convertir las palabras en recursos económicos se cumple este pacto del modelo de negocio y con ello el individuo mostrará su confianza ciegamente.

Es muy fácil decir que entre más grande fue la expectativa y existe un equilibrio entre la recompensa se brindará un mayor lazo de seguridad entre individuos. Aquí se observa que la confianza se genera al cumplirse la expectativa al cien por ciento, un claro ejemplo de que “el medio para alcanzar la confianza es la comunicación” (Alcántara, 2004, p. 310). Y no solo se logra la confianza sino que se afianza el grupo pues “[l]a confianza surge cuando una comunidad comparte una serie de valores morales de modo tal que se espera un comportamiento regular y honesto”, (Alcántara, 2004, p. 311).

Esto también aporta una validación moral y ética de las personas que están involucradas en este tipo de sistemas piramidales pues ese primer pensamiento o incluso cultura que se encuentra en el aire por estafas y malos usos en los negocios de este tipo se va minimizando a causa de este nuevo voto de confianza que se logra al recibir el recurso económico. Aquí en el proceso de la confianza se vuelve “confianza emotiva (desaparece ante el rompimiento unilateral de las relaciones de los sujetos , es un estado psicológico) y confianza racional (basada en argumentos es decir por razones válidas está ligada a la racionalidad comunicativa se pierde cuando se agotan los argumentos)”, (Alcántara, 2004, p. 311), ya que la nueva existencia de este sentimiento va a ligarse de manera emotiva y en futuras transacciones o expectativas se buscará dar el todo para poder seguir esperando una nueva meta pensando en las recompensas económicas o incluso en nuevos sistemas de inversión porque se ha mencionado muy claramente cómo es que han existido muchas cadenas de fraudes y sin embargo las mismas personas que formaron parte de se vuelven a insertar en nuevas cadenas un juegos entre el tiempo, el individuo y la organización.

Qué tan ligada está la confianza con el poder del discurso y todas estas nuevas herramientas que son diluidos a través de la palabra, la imagen y el estatus que se desglosa en los diferentes niveles organizacionales sirviendo de motivación para que las personas sigan trabajando permitiendo la organización subsistir pese a todas sus carencias estructurales. Alcántara (2004) explica el “poder transformador del lenguaje, que estructura la coordinación de acciones con otros es ahora vista como un conjunto de competencias conversacionales que es

imperativo para analizar y adquirir para poder entender el carácter del trabajo no manual, base y sustento de las organizaciones actuales”. (p. 314).

Este es un ejemplo de cómo el lenguaje va a generar la confianza que a su vez va a aportar un proceso de institucionalización de comportamiento, el cual está inmerso en el lenguaje de su discurso aportando nuevas características a la individuo y con un discurso que se va trabajando en miras de tener un mayor alcance y profundidad aporta valores a la persona. Alcántara (2004) se refiere a los subdominios que tiene todo lenguaje efectivo en la “autonomía responsable-competencias, conversacionales-marco ético interior de toda conversación que son, el lenguaje (escuchar y hablar), la emocionalidad y la corporalidad”. (p. 315).

Estos tres subdominios, lenguaje, emocionalidad y corporalidad, están mezclados en una serie de eventos de las organizaciones piramidales, los cuales permiten alcanzar las masas inmersas que producirán gran valor a la organización con el simple hecho de estar presentes. Esta corporalidad se reblandece por todas las historias y experiencias que se escuchan dando como resultado una emoción de pertenencia el cual es otro valor arraigado a la confianza que transmiten estos líderes motivacionales.

En cada paso dentro de la organización se trabaja sobre el convencimiento de las personas, poniendo especial énfasis en las sospechas de todas aquellas irregularidades organizacionales que van siendo mitigadas por todos estos momentos en los cuales están inmersas las personas, mostrando que el término o cultura de informalidad e inestabilidad organizacional sólo fue un decir que se escuchó sin que fuera cierto. Aquí Alcántra (2004) atinadamente señala al “lenguaje como poder transformador de la palabra”, (p. 315), pues permite entender a la informalidad de las organizaciones piramidales, en una organización fiable gracias a la “confianza como sistema social”. Finalmente también señala que “[l]a confianza disuelve el miedo, genera optimismo, reduce la incertidumbre y disminuye la complejidad”, (p. 319).

En estos sistemas uno de los factores primordiales para que la estructura no se debilite y de esta forma su ciclo de vida continúe, es fundamental la entrada de

nuevos participantes ya que no solamente proporciona las ganancias de flujo diario necesarias para pagar cualquier tipo de retroactivo derivado por las diferentes integraciones sino que de igual forma esto funciona con la venta de productos.

Entre las características más comunes es justamente el multinivel por recomendación, es decir, dónde por invitar a personas a que se integren o a que vendan los productos se generan diferentes comisiones las cuales van escalando la estructura organizacional permitiendo que la cima de esta obtenga ganancias indirectas por el trabajo de todas estas ventas que se realizan en la base de la estructura.

Esto se pensaría que es lo mismo en otras empresas pero otras organizaciones lo que justamente tienen es esta capacidad de mantenerse por más tiempo por diferentes características formales en su estructura. Justamente este factor es uno que aún no logra legitimar una estructura piramidal. Normalmente esta informalidad fiscal y empresarial la pone en desventajas cuando se habla de la legitimidad que puede tener contra empresas formales que venden productos o servicios.

El hecho de que en la mayoría de los casos no se registre la empresa y solo se desarrollen nombres comerciales, logo, marketing, pagina web, limita que una persona que este acostumbrada a una forma organizativa formal constituida y regida bajo estándares fiscales genera un sentimiento de desconfianza y barreras de entrada para nuevos participantes. Siendo este factor una ventaja para las empresas que si lo hacen y que justamente deben de ser tratados para buscar formas de mitigar este tipo de características que deslegitimizan a la misma.

Para esto es necesario conocer no solo el target de las personas a las que se busque integrar en la organización, sino que incluso con la capacidad limitada en cuanto a temas de capacitación se logre crear una cultura de éxito. Para esto los integrantes actuales deben tener un diferenciador en cuanto a su participación activa. Este diferenciador debe ser como cuando se compra un televisor que es

más grande que el de otra persona pues ese tamaño denotará desde poder adquisitivo hasta el simple pensamiento del ego por tener algo nuevo.

Aquí se puede ir constatando cómo es que hasta que el individuo logra alcanzar este nivel de éxito podrá tener el valor y la confianza para hacer una recomendación con otra persona a fin de formar parte, es decir, si este primer individuo no lo siente no sería capaz de reflejarlo en su persona y esto afectaría esta capacidad para mostrar confianza y poder enganchar a otra persona.

Cosa muy diferente con un agente de ventas común, quien en primer punto normalmente se pensaría que ellos recibirían una capacitación formal incluso en empresas grandes se contratan otras empresas especialistas en estos temas para que el impacto de ventas en los vendedores sea alto y se les da estas herramientas que les permiten formarse como vendedores. Pero en este caso en específico, en el vendedor, no está tan claro este sentimiento de éxito aunque puede que esté en un esquema de ventas versus bonos pues para él no genera esa satisfacción de la que se está abordando.

En su contraparte en los sistemas piramidales el simbolismo de pertenencia se desarrolla con un proceso muy particular ya que después de integrarse a un sistema piramidal el mismo entorno de “éxito” se va adhiriendo indistintamente por los beneficios económicos que existen y que normalmente es por lo que quienes participan empiezan a integrarse. A esto se le suman los eventos públicos donde se van sumando los “líderes” más activos ya que como se comentó sin individuos nuevos no se puede alcanzar a seguir subiendo en la pirámide.

Esto conlleva a pensar cómo es que ese voto de confianza es tan importante para esta forma organizativa ya que no solo es un tema de comunicación sino de poder expresar en la personalidad ese éxito derivado de la participación el cual se va procesando con el tiempo en que se van alcanzando logros, niveles, rangos o bien derivado de esto premios simbólicos como son playeras, anillos, pines lo cual aporta a que estas nuevas personas logren tener algo simbólico por su participación activa.

Esta desconfianza que existe en el primer acercamiento se va desvaneciendo y la magnitud impacta, en más, aspectos de la vida personal lo que conlleva a plantear como es que este modelo organizativo pasa de ser informal a legitimado por el individuo, al final no perderá sus características informales de empresa y sí genera un nuevo pensamiento en cómo es que lo mira el individuo.

Como producto ésta legitimación por el individuo reflejará la confianza necesaria para volverse un elemento que capte más personas, esta cualidad normalmente no desarrollada en los individuos pero es parte del proceso por el cual las personas sienten la confianza para ahora seguir buscando nuevas personas por lo que el sistema piramidal indirectamente reafirma una característica subjetiva no desarrollada por los participantes.

No cabe duda que este motivador que es la confianza no está implícito más si detona esa capacidad que se vuelve replicable entre los individuos, característica que no se ve en otras formas organizacionales de esta manera. Esta confianza se transmite por los canales con los que normalmente cuenta un multinivel a través de un "líder".

El trabajo primordial del líder es justamente fomentar que esta sensación de éxito se encuentre presente en todos los lugares de la organización y como una fragancia fuerte se vaya impregnando. Las herramientas que tienen este tipo de personajes son justamente el carisma, habilidades de comunicación, buena imagen personal, son creadores de contenido motivacional, difunden una buena imagen de la compañía, una vida plena por el éxito económico que se desglosa de ser parte de la organización y una mezcla de factores que captan la atención de las personas para poder crear la idea de que cualquier individuo puede estar en su posición si trabaja atrayendo más personas y adquiriendo el producto o servicio.

¿Qué tanto influye este personaje en la organización? Sin duda demasiado ya que sin éste, el éxito y vida de la empresa se pueden acortar. Entonces su papel fundamental es promover su éxito personal y propagar el éxito organizacional a través de su propia experiencia y permitiendo que todos se acerquen a él y las

historias de éxito que cautiven a los participantes. Sin este tipo de función las mismas personas tardarían más en asimilar la oportunidad que se les presenta.

El líder no solo es el encargado de abrir el telón de la función sino que su influencia permitirá que el modelo se replique, es decir, el mismo fenómeno piramidal puede constituirse en otras organizaciones derivado de la influencia que se puede tener para propagar la confianza incluso para que se abran nuevos multiniveles. Es decir existe un porcentaje de cómo se crean nuevos líderes que ven esta visión de crear su propio multinivel el cual les permitiría estar en lo más alto de la organización permitiéndoles crear su propio sistema. En la mayoría de los casos se crea un propio nivel piramidal cuando para el líder la cantidad de personas que integran su “comunidad” sean suficientes y quienes por la confianza generada lo sigan.

Para Rojas et al. (2015) “La confianza se presenta de forma continua en las relaciones sociales por lo que constituye la base en la cual se sustenta la seguridad de las comunidades y de la sociedad. Generalmente existente dos entes en el proceso de confianza, estos pueden ser organizaciones, personas o sistemas tecnológicos que mediante interacciones continuas buscan un beneficio común”, (p. 13).

Este efecto también se ve cuando los multiniveles fracasan o bien resultan fraudes, cuando incluso los mismos contactos con los que se trabajó en un pasado son nuevamente buscados para que se integren nuevamente. Aquí nace una nueva variante de confianza ya que justamente en estos casos que son los más recurrentes el término confianza fue roto de alguna manera. Uno pensaría que por esta mala experiencia no se volvería a confiar en la persona y es justo cuando las personas que han sido defraudadas por el mismo recuerdo o sensación de éxito que se vivió vuelven a confiar y se integran nuevamente a otro multinivel.

Entonces se observa un fenómeno de la confianza en donde se crea y al momento donde se destruye la misma forma organizativa le permite reconstruirla ya que la misma experiencia o vivencia del éxito que se fomenta hace que pese a la pérdida

económica que haya existido se vuelva a tener la fe en volver a invertir y por ende a atraer participantes para que se vuelvan miembros o socios.

Resulta curioso saber si las personas que constituyen un sistema piramidal que ha fracasado o se ha disuelto y que vuelven a integrarse en una nueva organización de la misma especie lo hacen por un sentimiento, es una necesidad de pertenencia o bien solo es por el clásico estímulo económico que se deriva ya que justamente estos modelos permiten un flujo de efectivo rápido es decir en cuanto se vende o se integra a una nueva persona los pagos tienden a fluir de manera rápida y no burocratizada lo que permite que las personas reafirmen la confianza por la organización.

### *3.1.1 Elementos que generan confianza*

La organización piramidal genera diferentes valores no solo a nivel comercial sino también valores con un significado que pueda influir en los individuos que conforman la organización. La confianza se genera con base a las experiencias que tiene un individuo con otra persona la cual influyó justamente para que se cree este pensamiento/sentimiento de lo que se conoce como confianza.

La aproximación que existe entre un integrante líder de la organización y un nuevo “socio” está basada en las percepciones donde se integran diferentes factores en el entorno, en el cual el individuo recién integrado con este proceso carece de “modos y emociones, los cuales captan como las personas sienten sus actividades diarias, incluyendo la interacción con las personas”. (Jones, 1998). La interacción de las diferentes percepciones complementa este proceso existente, que pasa de ser organizacional a individual. Cuando se llegue a este punto es plausible gestionarlo hacia otros individuos externos. “Son estados afectivos o sentimientos que provén a las personas con información acerca de las experiencias actuales y su estado general del ser [externos]”. Jones (1998), citando a Jacobsen (1957), (p. 533). Las organizaciones, están formadas por individuos y todas estas aplicaciones afectivas son importantes para un entorno grupal mismo que está planteado en la estructura de los sistemas piramidales.

En la medida en que se crean todos estos estados afectivos la confianza entre grupos y entre personas se refuerza permitiendo una acción grupal que impacta directamente a este tipo de organización, en los escenarios donde no se fomenta este tipo de lazos es mucho más difícil que se pueda generar un liderazgo grupal y este proceso de la confianza se complica o incluso puede llegar a ser nulo.

Rojas et al. (2015) plantean dos elementos para poder efectuar el proceso de confianza el cual es “El fideicomitente es la parte que se dispone a confiar en los demás y el fideicomisario o también llamado fiduciario es quien reacciona ante la buena voluntad del fideicomitente”, (p. 13) ante esta buena voluntad es donde se puede visualizar o proyectar parte fundamental de la confianza ya que por obvias razones el plantear de manera deliberada en la oportunidad no existiría una razón por la cual el fideicomisario logre ceder.

Para poder influenciar este proceso en la toma de decisiones es necesario conocer los diferentes perfiles y tratar de hacer un estándar de ellos lo que permite tener un margen de acción y un discurso preparado llevado a la práctica y fundamentado con hechos es decir monetarizado. Aunque es el individuo el que logra tomar la decisión son todos aquellos juicios de valor, confianza y circunstancias las que aportarán el peso necesario para que se tome una decisión.

De igual forma existen elementos que pueden afectar este proceso, por ejemplo, Lockward (2011) señala que “se observan las relaciones del tomador de decisiones (por ejemplo el riesgo y la incertidumbre, entre otras) que afectan la confianza también se presentan circunstancias (como los valores y las alternativas) y los juicios representados en sentimientos y emociones”, (p. 16). Aquí surge nuevamente el valor que tienen los sentimientos y las emociones ligados a este proceso justo como la enfatizaba Jones (1998).

En este marco se ubican en su mayoría escenarios de incertidumbre, antecedentes negativos de la implementación de estos sistemas así como una inmensa variedad de comentarios que refuerzan el por qué no invertir en este tipo de organizaciones donde de nuevo entra en acción la confianza existente que mitiga todo este tipo de información y se vuelve el elemento más importante para

la toma de decisiones, incluso, se puede descartar el papel que juega el líder motivacional inmerso en este valor subjetivo que empezará a destacar donde “valores, estándares generales o principios que son considerados intrínsecamente como finales que tiene un fin como lo es la lealtad, honestidad y responsabilidad”. (Jones, 1998, p. 532)

Estos últimos valores se vuelven elementos finales cuando se logra procesar y proyectar de manera positiva el proceso de la confianza. Sin duda alguna este escenario es el más complejo de alcanzar no sólo por el entorno que de cierta forma tiene que ser un entorno ideal el cual dote de las herramientas que se lleguen a implementar para que existan estos elementos los cuales tengan un espacio para que se desarrollen.

Ese entorno está guiado para poder generar un “sistema de valor, el cual funciona como una guía del comportamiento y la interpretación de la experiencia por criterios de equipamiento donde una persona puede utilizar para evaluar y dar sentido a los eventos y acciones en el mundo que lo rodea” (Jones, 1998, p. 532). Siendo este sistema una representación que se buscará proyectar en nuevos individuos de esta forma la búsqueda de un sistema de confianza replicable se puede dar en toda la organización. Conllevando (Jones & George, 1998)- “actitudes, las estructuras de conocimiento que contienen específicos pensamientos y sentimientos que se tiene acerca de otras personas, grupos, organizaciones y que significa que a través de ellos se define sus interacciones con otros”. Jones (1998), cita a Anderson y Armstrong, 1989, p. 532).

### *3.1.2 Tipos de confianza*

Como se mencionó al inicio la confianza se genera como una habilidad pero también como una expectativa. Como expectativa la confianza tiene tres dimensiones, la conductual, la cognitiva y la afectiva. “La experiencia de la confianza, [tiene] tres factores que la desarrollan, afecto, modos positivos o emociones (percepciones positivas), expectativas (emocionales)”. (Jones, 1998)

Las características de la confianza de acuerdo a Mínguez (2011) son las siguientes:

- Nace de la autoconfianza. Sin un nivel aceptable de autoestima, no podremos inspirar confianza en los demás. Nadie es capaz de transmitir lo que no tiene.
- Se basa en creencias y prejuicios.
- Es un sentimiento mezcla de emoción (confianza primaria) y razonamiento (confianza secundaria).
- Es muy frágil, se puede romper con rapidez.
- Precisa de tiempo e interacción (comunicación) entre las partes.
- Nos hace vulnerables, al manifestar nuestras preferencias.
- A quien se le otorga nuestra confianza, se le exige una respuesta acorde con las expectativas.
- Implica reciprocidad o confianza mutua.
- Es intangible y subjetiva, por lo que carece de un sistema de medida.
- En ocasiones, resulta más importante conocer su ausencia que su presencia.
- Forma parte de la condición humana.
- Está asociada a las experiencias personales.
- Lleva asociado el riesgo de decepción, que puede mermar la autoconfianza de cara a volver a confiar en quien nos ha decepcionado.

En la organización piramidal se requiere de la confianza en los demás, la autoconfianza, la confianza conductual (entendida como la capacidad de adecuarse a los cambios y poder superar las barreras que pudieran presentarse), la confianza emocional (capacidad de dominar emociones ante los demás a fin de alcanzar un objetivo específico) y la confianza alimentada (el grupo o red dentro de la organización generan esta confianza alimentada) principalmente.

### 3.2 Vida simbólica y confianza organizacional

El proceso por el cual está definida la vida organizacional de los individuos en los sistemas piramidales comienza por la desconfianza que existe en este tipo de modelos de negocio, la existencia de dudas no sólo por la veracidad que puede tener la invitación a la pertenencia sino que existe una duda mucho más grave en cuanto a la vida de la organización ya que al no ser una organización formal el individuo tiene conocimiento acerca de todos los antecedentes negativos que existen acerca de estos negocios.

Este proceso inicial es totalmente diferente a que si la organización estuviera constituida o fuese reconocida a un nivel organizacional formal el cual le permitiera de entrada eliminar todos estos pensamientos negativos. Esta barrera de entrada hacia el individuo marca un proceso mucho más complejo que todas aquellas organizaciones que no están bajo este rubro. La interacción que tiene el individuo en este inicio alcanza una complejidad y un umbral de desconocimiento sobre cómo el individuo maneja y lucha para tratar de bloquearlos lo que le permite tomar la decisión de pertenecer.

Las personas que participarán de la organización basan su decisión en dos aspectos, lo que para ellos significa un buen negocio y por la otra parte lo que los involucrados en la organización les hacen creer sobre el mismo. Esto se conoce como “[s]imbolismo interaccionalista, está basado en dos asunciones, la primera que las personas actúan en situaciones sociales basadas en el significado que ellos han aprendido para asociarlos con ellos, estos significados son adquiridos por interacciones con otras personas así que esa definición de situación social es creada sobre el tiempo”. (Jones, 1989, p. 535).

Sí se agregan el factor tiempo a todo este proceso el papel que juega esta desconfianza se maximiza, lo cual se traduce en el reforzamiento de esta barrera en el reclutamiento, aunque al final la decisión de incorporarse en el modelo está fundamentado en hechos el razonamiento simbólico que se tiene acerca de la organización. Todas aquellas herramientas que se usan de manera física como son las presentaciones o talleres como tal no eliminan las creencias negativas

sobre los negocios piramidales, esta información que ya tienen las personas perdura, pero todos estos recursos le permiten al individuo modificar ese pensamiento, mismo que estará presente en todo su proceso y vida con respecto al ciclo de vida de la organización.

Este proceso de confianza toma un papel mucho más simbólico que no está definido sobre algún proceso formal existente pensado en modificar la acción directa que tiene el individuo sobre su decisión de pertenencia. La mayoría de los investigadores están de acuerdo en que la confianza se desarrolla y construye con el tiempo (Rojas, 2015, p. 13). La confianza interpersonal es la base para la confianza organizacional. (Rojas, 2015, p. 16).

Gracias a esto el tiempo que jugaba un papel en contra por las dudas de cuánto tiempo una organización del sistema piramidal puede permanecer activa se vuelve a modificar y este pensamiento o sentimiento está latente en todo el proceso tal como se ha mencionado en este tipo de sistemas que permiten obtener dinero en un corto plazo y sólo en muy pocos casos se han mantenido a lo largo del tiempo. Obviamente estos últimos son casos contados los cuales han tenido que modificar su estructura organizacional para dejar de lado todas sus características informales permitiéndoles una base en su estructura que se incorpora a un tipo de organización formal.

Es posible que este tipo de desconfianza se vislumbre como una adrenalina que siente el individuo que se mezcla con la necesidad de ganar dinero de manera rápida es por eso que todo este pensamiento solo sea parte de esta capacidad de mantener un equilibrio entre esta existencia de la desaparición de la organización y el poder o saber que este futuro es la única realidad que le espera a la organización. “La confianza conduce a poner en marcha acciones, la mayoría de las cuales constituye comportamientos riesgosos” (Rojas, 2015, p. 14).

Entonces el comportamiento que existe actualmente en todos estos individuos involucrados está fundamentado en el riesgo existente por cada inversión o integración y una vez más la confianza se transformó en un comportamiento que

tal vez el individuo no está consciente de lo que está sucediendo por todo el ambiente que se mencionaba existe.

Este ambiente son todos aquellos premios o recompensas en especie o monetarias las cuales disfrazan este tipo de comportamientos minimizando todas aquellas realidades acerca de los sistemas piramidales. ¿En qué porcentaje se puede dar esta situación y poderla corroborar? De cierta forma no se puede cuantificar este proceso en específico, no sólo por la complejidad que existe, sino porque al tratar de mapear hay una amplia posibilidad de que el individuo no está asimilando este comportamiento riesgoso y por ende no de una validez acerca de lo mismo.

Adicionalmente el exponer como tal un proceso que tiene la organización hacia el individuo y tratar de fundamentar todo este proceso distractor que existe generaría una negación total ya que la misma dota de incentivos a la persona repercutiendo nuevamente en un criterio para que puedan aceptar esta realidad.

Aunque no se está dando por hecho esta existencia si se maneja como una suposición en este umbral donde la confianza y el simbolismo que genera el sistema piramidal en el individuo existen suficientes motivos para creer que esta suposición es correcta.

De la misma manera la confianza que está proyectada en cada individuo es totalmente diferente y un tanto inexacta incluso para tratar de hablar de la confianza organizacional, la mejor forma de conocer esto es sólo por las actitudes que tienen dentro de su ciclo de vida organizacional y esta proyección es simbólica en cada uno de ellos ya que este proceso donde la desarrollaron tampoco está definido con base a un proceso interno.

### *3.2.1 Ética y valores*

Hablar de ética y valores en este tipo de sistemas piramidales juega una doble moral ya que está fundamentada en un riesgo el cual la persona decide tomar a sabiendas de que este riesgo es latente y el capital o la misma confianza que está poniendo dentro de ella es superflua.

Al contrario cuando existen valores fundamentados desde la base de la organización y están comunicados en un entorno social y público permite a la misma hablar de ellos y que esta comunicación que existe hacia el exterior tenga un impacto positivo delimitar un pensamiento que apoyará la decisión de que una persona forme parte de una organización.

Estos dos conceptos están muy ligados no al inicio sino al proceso en el cual cada individuo ya forma parte de la organización y va permeando todos aquellos pensamientos existentes ligados al riesgo. Es en este momento cuando la ética y los valores propuestos por la organización empiezan a tomar forma en el camino que tiene el individuo quien va absorbiendo todos los valores estipulados que impactan directamente en cómo él empezará a mostrar a la organización frente a otras personas. Este es un comportamiento condicional, es un estado de confianza en donde ambas partes esperan tramitar con cada una siempre y cuando cada comportamiento sea apropiado esperando que cada uno tome el rol del otro. (Jones, 1998, p. 536).

Una vez que el individuo adquiere cierto nivel de confianza se le permite participar en otros niveles de la organización en los que se vuelve encargado de mitigar la desconfianza que pueda existir en las personas a las cuales desea incorporar en la organización. Este es un proceso que se va replicado en los individuos para ir moldeando nuevamente la desconfianza y convertirla en una confianza provisional pues los valores e incluso códigos de ética van tomando forma en la mente de las personas.

El cambio de desconfianza en la organización a la confianza en la misma está ligado a todas aquellas recompensas monetarias o en especie que reciben los involucrados y las cuales pretenden mostrar que la empresa está cumpliendo con los objetivos y metas, además de que tiene una base honesta.

La organización busca sin duda alcanzar la confianza incondicional, la cual se caracteriza por una experiencia de confianza que empieza cuando los individuos abandonan la “pretensión” de suspender la creencia por que los valores compartidos que ahora es estructura de la situación social y se convierte en el

vehículo primario por el cual esos individuos experimentan la confianza. (Jones, 1998, p. 536). Como tal, la confianza incondicional, es la parte utópica de la confianza que se pretende alcanzar y pese a que existen aproximaciones o una proyección de alcanzarla el individuo por sí mismo sigue pensando en el factor riesgo que existe en estos sistemas y que está asociado a todos los antecedentes históricos de fraudes y desaparición de empresas.

Bajo esta misma línea existirán actitudes del individuo que muestran totalmente lo contrario, es decir que siguen pensando en el riesgo de perder su inversión, sin embargo; este umbral de dudas no se pueden eliminar por completo y todos los valores que se estén adquiriendo dentro de las capacitaciones brindadas por la organización van a tener una influencia distinta entre una persona y otra pues son sólo una proyección de sus pensamientos y valores ya que no están fundamentados en la creencia de lo que se pudiese llegar a tener dentro de la organización.

Todos los valores promocionados por la organización están marcados como un proceso de entrada y salida, que aunque la entrada siempre es la más tumultuosa, le permiten al individuo adherirse a ellos, utilizarlos y proyectarlos para que llegado el momento pueda aportar en el proceso de modificar el pensamiento del nuevo individuo.

El papel que juega la ética bajo este supuesto es justamente doble, por un lado donde tiene fundamentos para creer que no funcionan y que perderá su dinero ya que existe una alta probabilidad de que todo sea un fraude sin embargo cuando empieza este proceso de proyección la organización puede mostrarse con ética y valores buscando el fin común ligado a la confianza que se está tratando de desarrollar para un bien personal que aportará a la meta de la organización.

### *3.3 Poder en los sistemas piramidales*

El poder en los sistemas piramidales tiene la misma estructura en la que se desarrolla el negocio y su crecimiento que es de forma vertical y hacia la base en

la cual las decisiones se toman hasta este direccionamiento de cómo fluye la información siempre de la cúspide hacia la base.

Esta estructura básica permite conocer cómo se maneja este tipo de organizaciones. El impacto que tienen las decisiones siempre afectará a toda la organización que existe debajo de ella, lo que deja claro qué es un poder centralizado y que solamente la cúspide es capaz de tomar decisiones y aunque la base tenga una cantidad “n” veces mayor que la cúspide no hay forma alguna de que exista una oportunidad para que se modifique este direccionamiento del poder.

La misma naturaleza de los sistemas piramidales están enfocados en atraer flujos de personas que le permite funcionar desde la pequeña cúspide que comunica cualquier decisión a la parte inferior. Tal como se mencionó anteriormente el sistema de remuneración es lo único que funciona a la inversa es decir toda la parte inferior o base de la organización que es la que crece continuamente genera un flujo fijo y de mayor ingreso hacia la parte superior. Este flujo como tal es totalmente diferente al ingreso que se tiene por la posición o por pertenecer a la cúspide ya que todas estas remuneraciones están plasmadas como bonos comisiones que de alguna forma u otra se activan sin importar la profundidad donde se ingresaron.

Para muchos de los individuos esto representa una disconformidad ya que justamente este sistema siempre provee de un flujo directo sin que exista un trabajo de por medio, es decir, la parte inferior o base puede pasar toda en la vida trabajando y los niveles superiores sólo se encargarán de recibir todas las bonificaciones.

Para cambiar este tipo de pensamiento en los individuos lo único que tiene que hacer la parte superior de la organización es plantear un posicionamiento en la mente de las personas donde suponen que ellos también son una parte superior de una organización a la cual deben de trabajar haciendo que ese ingreso esté reflejado en sus cuentas. Esto como tal, no es falso, ya que normalmente los sistemas de comisiones fluyen de esa manera pero el volumen que existe hacia la

cúspide no se compara con el ejemplo mencionado. De esta forma se pueden visualizar cómo fluye el poder en los sistemas piramidales mostrando características muy antiguas de las primeras organizaciones donde la inexistencia de una apertura hacia la organización con los canales que permitan esta vía donde se puedan desde dar opiniones hasta censar la toma de decisiones que repercute en las redes que conforman la organización.

Si a todos estos cuestionamientos se agrega la tecnología y el que muchas de estas organizaciones ya no tienen un espacio físico y solamente existen páginas en internet las cuales interactúan de manera digital con los individuos se vuelve mucho más utópico el poder tener un contacto con la organización. Es por eso que las mismas desapariciones o fraudes de empresas completas se ve con una simple toma de decisión de desaparecer lo que hace que estos sistemas tengan esa capacidad y la usen como un principio del poder que tiene sobre la organización y aún más sobre cada individuo que pertenece a la misma. En otro tipo de organización la existencia de una comunicación directa y objetiva hacia las personas puede dar opciones y oportunidades para todas aquellas organizaciones que están por desaparecer ya que el censo en la toma de decisiones se puede plantear de una forma totalmente diferente.

### *3.3.1 El poder del convencimiento*

El poder de convencimiento se desarrolla desde el momento en que una persona utiliza diferentes habilidades que pueden ser aprendidas o bien desarrolladas por un proceso de pertenencia el cual marca un antecedente positivo ligado a un sentimiento de confianza. Este último factor es el que hace que se busque influir en una toma de decisión.

La importancia del poder de convencimiento radica en que aplicarlo correctamente generará no solamente que los miembros confíen en la organización sino que también pueden replicar este poder en la nueva persona. Este modelo funciona de la misma forma en que una organización capacita a su personal y busca hacerlo para todos aquellos nuevos integrantes sin importar el período futuro en el que ingresen a la organización dotándola de un sistema replicable de capacitación el

cual está ligado a proporcionar el mismo conocimiento y los mismos valores que se deseen cimentar en las personas.

El poder del convencimiento debe emplearse en el momento indicado, es decir cuando exista un sentimiento de oportunidad pues puede que este momento no vuelva a suscitarse. Es en ese momento donde se mezcla la confianza y la decisión de tomar esa oportunidad. Lockward (2011) consideraba un enfoque donde esta confianza se podía mirar como oportunismo.. Williamson (1985) considera la confianza como parte esencial de toda transacción y al oportunismo como la búsqueda del interés propio con dolo, (p. 466).

El oportunismo puede ser usado desde una persona hasta una organización para cimentar o crear la confianza. Este proceso de poder, puede llegar a tomar un tiempo en el que la persona genera diferentes procesos internos los cuales mitigan todos aquellos pensamientos negativos existentes sobre la organización y las personas.

En la medida en que la oportunismo se vuelve un hábito no solamente afecta las relaciones intrapersonales sino que también destruye toda base creada gracias a la confianza. La confianza creada mediante el oportunismo nunca se genera de la misma forma e incluso se vuelve inexistente, de ahí la importancia de no solamente fomentarla ya que este lazo es el más importante en cualquier otra acción o decisión en el presente o en un futuro dónde estás interacciones entre dos entes se vuelva un hábito de coexistencia.

Como fundamento de los párrafos anteriores, conviene presentar la visión de Porras (2022).

Construir confianza en los negocios significa que aquellos que podrían ser miembros de algún grupo basado en la confianza deben de tener seguridad en diferentes aspectos. Entre estos encontramos el concepto de negocio en su conjunto; la sinergia del negocio de las compañías participantes; la habilidad de los miembros para formalizar un modelo del negocio para ganar, hacer cosas; la oportunidad del mercado; el producto/servicio y la probada capacidad de los miembros. (p. 210)

Ademas enfatiza el autor

Si no existiera confianza, ninguno de los participantes tomaría el riesgo de mover primero; entonces, la colaboración no podría lograrse y por lo tanto un acercamiento oportunista prevalecería sobre el esfuerzo de colaboración.

(p. 210)

Por tanto, el poder de convencimiento se puede proyectar de diferentes formas ya no solamente en un canal de comunicación de una persona a otra, sino que se puede mostrar a través de campañas o imágenes las cuales normalmente funcionan como un atractivo visual para las personas nuevas dentro de la organización y una vez que se logra captar el interés se puede desplegar la razón y motivante directo para que se concrete este tipo de poder de convencimiento. En este sentido, independientemente del canal de comunicación elegido para convencer se deben considerar los subdominios que según Alcántara (2004) en el interior de toda conversación existen tres subdominios diferentes, el lenguaje la emocionalidad y la corporalidad, (p. 315), para poder convencer efectivamente.

### 3.4 El éxito personal

La gran mayoría de los perfiles de los individuos que se integran a los sistemas piramidales son perfiles no profesionales, carentes de conocimiento en inversiones y en los sistemas financieros tradicionales, a los cuales no pueden acceder por no participar en organizaciones formales. Sin embargo, una de las formas en que las personas pueden invertir sin necesidad de utilizar los sistemas bancarios es justamente con la adopción de monedas digitales ya que el no contar con una cuenta bancaria no es barrera con este tipo de activos lo que genera confianza en la propia organización. Un elemento fundamental para el funcionamiento de la misma pues como señalan Rojas (2015) “La confianza juega un papel importante en todos los ámbitos sociales de las personas y organizaciones, en los logros y en la consecución del éxito”, (p. 14).

Es aquí donde el mismo individuo no solamente modifica sus hábitos al comenzar a usar activos digitales sino que esto también le genera un pensamiento de éxito personal el cual, si hubiese seguido tratando de usar un sistema financiero tradicional, nunca lo hubiera podido alcanzar. Así las monedas virtuales al no encontrarse reguladas por un órgano centralizado y ser emitidas por agentes privados pueden ser adquiridas por cualquier persona, en muchos países que las utilizan aún no es clara la legislación respecto a un umbral fiscal el cual sigue permitiendo que todos los usuarios de monedas digitales las sigan utilizando de manera libre. Esta característica permite que su uso como forma de pago dentro de los sistemas piramidales repercuta directamente en la participación de nuevas personas en la organización.

Este éxito personal, así como todo dentro de la organización se vuelve replicable, es decir, lo que se busca es que cada persona siga alcanzando méritos, los cuales se traducen en bonos y recompensas monetarias e inclusive en recompensas en especie que se vislumbran como motivantes para que se alcancen nuevos rangos dentro de la organización.

Este tipo de herramienta comunicacional dentro de la organización hacia los individuos facilita el reforzamiento y creación de esta idea a nivel personal donde el individuo se pregunta qué es lo que necesita para estar el lugar del líder. Esta imagen del líder exitoso, es reconocida en diferentes eventos y capacitaciones en las cuales se hace ver que a través de un liderazgo personal cualquier persona puede estar en esa posición y en el momento en que se reconoce públicamente a los individuos con recompensas se genera una sensación de validez profesional que no se hubiera alcanzado en otro lugar. Lockward (2011) citando a Frederick Herzberg señala como “Factores Motivadores a aquéllos que tenían que ver con el trabajo en sí o con sus resultados directos, tales como: oportunidades de ascenso, reconocimiento, responsabilidad y confianza en sí mismo”, (p. 482).

Así. en el momento en el que el individuo reconoce en la organización una nueva realidad a la cual tiene oportunidad de acceder, se vuelve un motivante que desencadena su trabajo para este sistema por medio de la persuasión hacia sus

círculos sociales o personales más cercanos. Es en ese momento donde la nueva persona dentro de la organización sabe que todo ese trabajo que está por realizar podrá tener los suficientes beneficios permitiéndole alcanzar esa posición de liderazgo.

Entonces, el éxito personal se desarrolla con base a la mezcla de estos factores y como se mencionó es un reflejo de lo que la organización ofrece hacia cada individuo que participa en ella. Este éxito no se puede alcanzar de otra forma sin la nueva integración de personas o inversiones que estén siendo de forma habitual permitiéndole ir avanzando en cada uno de los rangos existentes.

Adicionalmente a esto, entre cada uno de los rangos o estatus que existen en estos sistemas se van pagando diferentes comisiones las cuales permiten a las personas capitalizarse de una forma expés. Esto por las facilidades que existen para el uso y manejo de las monedas digitales, mismas que pueden ser trasladadas a una cuenta financiera bancaria del sistema tradicional permitiendo a las personas ingresar a este sistema que normalmente no hubieran alcanzado a lo largo de su vida lo cual terminó siendo una resultante de su participación en la organización la cual usa como método de pago una moneda digital descentralizada pero que puede ser introducida en el sistema bancario.

### 3.5 Coaching

El *coaching* surgió como una nueva forma de motivación a gran escala que se empezó a usar dentro de las organizaciones piramidales para que los individuos formalizarán un tipo de capacitación o entrenamiento que era necesaria para tener conocimientos con validez institucional y con ello poder replicar este tipo de capacitación y poder monetizar la misma.

El *coaching* es la mentoría personal enfocada a un sin fin de objetivos el cual se da a través de recomendaciones con base en la experiencia personal y a la situación particular por la cual el individuo que recibe esta mentoría plantea sus limitantes, sus problemas específicos en situaciones personales y las cuales se han convertido en una barrera para alcanzar sus objetivos o metas. El concepto de

rol es particularmente fundamental dentro del coaching, desde el análisis del rol organizacional (ARO) documentado por Acuña y Sanfuentes (2016) se personifica dicha atribución, en el constructo que define un integrante de la organización desde las relaciones que establece con otros, tanto a nivel individual como grupal, en el que además, los autores señalan que su comprensión se basa en la habilidad del individuo por la tarea y en las expectativas de los otros, todo ello inserto en la cultura y en la contingencia que definan al sistema.

Este tipo de “asesoramiento” puede realizarse de una persona a persona otra, (*coaching* personal) o bien en grupos lo cual hace que se formen diferentes talleres donde la gran mayoría están enfocados en la motivación que necesitan todas las personas para poder cumplir objetivos o metas. Este tipo de talleres normalmente son utilizados de modelo de negocio sin embargo no cuentan con la validez de alguna institución educativa o universitaria.

El éxito alcanzado haciendo uso del coaching en las organizaciones se puede medir tras analizar los resultados ante la necesidad de motivar a los empleados por ejemplo. En el caso de las organizaciones piramidales, el éxito se mide en la confianza y compromiso que se puede generar entre los actores o socios ya que esto influye de manera directa y positiva hacia la organización. Es por eso que en el caso de los sistemas piramidales este tipo de talleres motivacionales ha tenido un éxito desde su implementación.

El enfoque que se promueve con el coaching se tiene muy bien definido. Las carencias, el lenguaje y comunicación que existen para poder continuar con el modelo de negocio es la primera fase para que un taller de este tipo sea exitoso. En este tipo de sistemas, los líderes que imparten talleres o pláticas fomentan que todos los asistentes conozcan el término coaching y busquen cómo capacitarse para que ellos puedan convertirse en coach.

El *coaching* a nivel personal se vuelve una herramienta para poder comunicar y acercarse a todos los nuevos individuos a quienes se desea incorporar a la parte de un modelo de negocio en específico. Adicional a esto esta experiencia en “capacitación” se adiciona en el perfil curricular de la persona. Como se ha

mencionado la gran mayoría de los integrantes tienen un perfil no profesional y contar con este tipo de certificación les permite ir minimizar la necesidad de tener un perfil profesional. Las carencias que existen en la vida social o profesional del individuo se van eliminando, acortando la brecha hacia el éxito personal que vislumbran dentro de la organización. Todos estos “aportes” que recibe el individuo durante el proceso, de camino hacia el poder de convencimiento, detona también la confianza hacia la organización y que se ve reflejado en su persona.

Sin embargo, la nula interacción de la organización con este tipo de líderes que se vuelven mentores de grupos limita el campo de acción a nivel personal para las nuevas integraciones de personas. Es por eso que existe una gran inversión en este tipo de capacitaciones motivantes ya que este poder de convencimiento que se transmite a los asistentes estará ligado al éxito organizacional y ciclo de vida de este tipo de sistemas piramidales los cuales tienden a tener un corto ciclo de vida por toda esa informalidad en la que están inmersos, pero también por todo ese flujo económico el cual no está sosteniendo una estructura financiera estable.

Es por eso que este tipo de inversiones motivacionales se da sin una limitante financiera pensando en que el impacto será mucho más redituable en el momento en que los asistentes recuerden su participación. Esta simple acción va ligada al pensamiento que tiene el individuo acerca del éxito personal e incluso el éxito que tiene la misma organización.

Este proceso de poder transmitir mentoría se vuelve un hábito al momento de conectar con otras personas y ello, nos conduce a la importancia del liderazgo en el contexto organizacional, autor (año), lo delimita como “Coaching integrativo” y lo estudia desde el contexto de la innovación, al respecto enuncia:

En primer termino, el líder debe de tener un conocimiento claro del aporte de valor de su cargo y cómo su gestión impacta en este. Bajo ese prisma debe de examinar a los miembros de su equipo y determinar, dada su experiencia laboral, previa con ellos, quiénes de los miembros de su equipo deben de ser evaluados en un assessment tanto para determinar brechas como para potenciar habilidades. Se espera que en esta etapa los

miembros no requieran de procesos de capacitación, sino de coaching, para desarrollar competencias. (Sharon, 2018, p. 110)

El papel del liderazgo señalado y su implicación en el desarrollo de competencias desde un coaching de integración, es una de las bases del poder del convencimiento, el éxito personal y organizacional, lo que favorece y será visto a continuación la lealtad organizacional en sistemas piramidales.

### 3.6 Lealtad organizacional

La cantidad de sistemas piramidales van en aumento y existen desde los más tradicionales que funcionan por la compra venta de productos como aquellos enfocados a la belleza, a la salud o productos del hogar, para que cada persona se identifique con un nicho de mercado en específico, o bien, por la propuesta que la persona reciba.

En esta amplitud de productos y servicios ofertados en las organizaciones piramidales la oportunidad que existe para poder convencer al individuo de formar parte de una nueva forma de generar un ingreso se vuelve un mar de oportunidades. En este supuesto no todas las propuestas que se presenten a las personas de los productos y servicios le será atractiva o se acoplarán a sus intereses y perfil de la persona, por lo que el factor clave para que la persona tome la decisión de incorporarse a las filas de la organización dependerá de toda aquella información que se le ofrezca sobre el producto o servicio para eliminar todas las dudas que existan.

La existencia de dudas o pensamientos negativos sobre la pertenencia a la organización o sobre los servicios o productos ofertados se va disipando cuando se desencadenan una serie de actividades positivas al inició este proceso lo cual está muy ligado a la confianza que se va generando entre la persona y la organización, en esta labor es fundamental la labor del promotor que se encargó de brindar la información indicada por primera vez a la persona.

Durante este proceso de integración y avance en el camino organizacional con respecto al modelo de negocio todas estas inquietudes se transforman en sentimientos, valores y pensamientos positivos ligados a la promotoría del modelo del negocio.

Todos estos valores y factores subjetivos son los mismos que harán que la persona se vuelva un promotor o experto y consoliden su decisión de pertenencia a una organización. Cuando esto sucede, cualquier otra oportunidad de negocio pasan a segundo plano en el foco de atención de la persona y siempre estará enfocadaa en la que sea más redituable o bien en aquella que le genere una sensación de éxito mucho mayor.

En este tipo de sistemas existe una empatía por la pertenencia. La cantidad de grupos que se forman fomentarán un espíritu de trabajo con otro tipo de proceso de confianza grupal. Esta última se trabaja de manera interna en la organización y es totalmente distinta a la de otro grupo ya que las características de los individuos y de sus entornos son totalmente diferentes de cualquier otro.

Es muy perceptible el trabajo de la organización en estos grupos para moldear la mentalidad de los asistentes y poder replicar el conocimiento y la información que les fue proporcionada en los talleres y presentaciones y así poder convencer a más personas y transmitir de la misma forma el interés por el modelo de negocio. El impacto que se busca siempre es a gran escala.

La complejidad de todo este proceso se puede dar desde la parte individual, grupal y organizacional por todas las diferencias que existen entre los individuos desde su sesgo académico hasta las características personales, geográficas o demográficas en las que están inmersos. Sin embargo todo este acercamiento con una nueva realidad proporcionada por la organización les permite generar una lealtad organizacional.

Todo este conocimiento sobre la generación de una cultura organizacional para lograr la lealtad a la organización está fundamentado, por ejemplo Smucker (1988) citado por Vásquez Rivera (2016) señala que el discurso de la “cultura organizacional” en la práctica, para la dirección empresarial, se sitúa en toda una

tradición de medios o de fórmulas ideológicas empleados por los dirigentes para garantizar que las acciones de los miembros de la empresa tienden a servir a sus propios objetivos. Este medio para manipular el comportamiento, y ganar la cooperación de los trabajadores, tiene la ventaja de proporcionar a quienes lo utilizan una apariencia de legitimidad. La cultura se convierte claramente en un elemento en los procesos de demarcación y control que se practican en las organizaciones. Es un elemento de la ideología administrativa, ya que los administradores la emplean conscientemente para obtener el apoyo que permita el logro de sus objetivos”, (p. 70).

Generar lealtad hacia la organización es complejo pues este valor se empaña no sólo por el entorno dinámico en el que se encuentran los individuos que forman parte de la misma sino también porque en un sistema piramidal la base siempre está jugando dentro de las reglas de la informalidad aunado a la existencia de un sinfín de antecedentes negativos acerca de este tipo de organizaciones. Aunque una persona que ingresa a la organización puede tener la confianza en ella y se puede dar desde el inicio, la duda en específico de perder su inversión o que la organización le defraude también está en todo el proceso y vida en la que se encuentra el individuo con su interacción con la organización.

Adicional a esto, también es complejo lograr la lealtad a una organización pues como se mencionó, existen un mar de opciones en este tipo de organizaciones. Dentro de este mercado la oferta que atrae mayores adeptos en su gran mayoría siempre tiene que ver con un valor agregado respecto a la forma en cómo se puede ganar dinero de forma rápida. Por ello las organizaciones tratan de encontrar mejores comunicadores, vendedores, líderes o coaches quienes tengan la capacidad de modificar la decisión de las personas, quienes aún que se encuentren dentro de una organización similar decidan integrese a una nueva empresa, esta actividad es una constante en este tipo de sistemas y es conocida como “robo de prospectos”.

A pesar de que pueda existir empatía entre los grupos de una organización no hay ese valor de lealtad organizacional pues las personas que integran la organización

no tienen una afinidad real a la organización por el producto o servicio que promocionan sino que son movidos por el interés económico que pueden recibir, de allí la debilidad en la lealtad pues será muy sencillo cambiar de organización a aquella que le represente una oferta económica más atractiva.

Para paliar esta situación se han diseñado manuales de ética para minimizar la salida de personas que afectan a los grupos pues en este tipo de sistemas esto puede afectar a gran escala pues como se apuntó con anterioridad los mismos líderes son los responsables de cada grupo que atrajeron y si este líder por alguna razón toma la decisión de salir de algún sistema lo más probable es que todos aquellos que estaban en su grupo lo sigan a cualquier punto que él les indique. En este sentido la confianza existe con base a la experiencia o camino que se construyó con este líder en específico y no con la organización.

Como se puede observar la lealtad organizacional se vuelve una lealtad personal hacia un individuo en específico. Individuo que no forma parte de la organización sino que solamente ostenta una posición con un rango mucho más alto que los seguidores y el estatus que se proyecta cambiar al ingresar en una nueva organización. En consecuencia, las personas que son leales al líder en este proceso de búsqueda y visualización de una nueva realidad pueden convencerse de alcanzar el éxito solamente si se siguen los pasos de este líder en específico.

Ahora bien, esta falta de lealtad a la organización puede generar un resquebrajamiento en la misma pues como apunta Lockward (2011) la Teoría de Agencia muestra una gran necesidad de confianza entre dos participantes de una organización. Cuando la confianza se pierde da paso a la desconfianza y la relación desaparece”, (p. 490).

Es por eso que todo este tipo de sistemas siempre están recompensando a las personas que tengan un rango o estatus alto dentro de la organización ya que aunque fungen como promotores su labor en específico está ligada a todas aquellas personas que lo siguen y a todos esos nuevos prospectos a los cuales puede impactar.

Infortunadamente es muy raro que estas personas, aunque se visualicen como líderes estén integradas a la organización, en realidad no son empleados o socios reales, ya que su función dentro de la misma sólo es considerada como la de un promotor que se beneficia del crecimiento que logre por sí mismo dentro de su red.

## CAPITULO 4 INNOVACIÓN SOCIAL

### 4.1 El bitcoin y la organización moderna

El uso de las criptomonedas ha empezado incursionar en diferentes tipos de organizaciones tanto lucrativas como no lucrativas, es decir, se pueden hacer aportaciones monetarias o realizar compras, lo que permite ir eliminando el tabú de que solamente se utilizan para llevar a cabo transacciones al margen de la ley como fraudes que se cometieron inicialmente en su incursión en los modelos piramidales.

El uso de criptomonedas por las empresas y organizaciones en general, pudo en un inicio generar desconfianza, sin embargo, al utilizar las criptomonedas en acciones positivas que favorecen a la sociedad ha permitido transformar las opiniones que se tienen sobre ellas. Ejemplo de esto puede ser pagar viajes, tarjetas de regalo, e incluso excursiones espaciales ya que es importante resaltar que las empresas que han decidido aceptar el pago con criptomonedas han abierto una oportunidad para aquellas personas que no tenían la facilidad de manejar una cuenta bancaria por ejemplo pero también ha permitido el realizar transacciones evitando cargos extras por las operaciones.

En este sentido las empresas que han comenzado a incorporar el uso de *bitcoins* para hacer uso de sus servicios o vender sus productos deben evaluar las repercusiones que esto tiene sobre la percepción de los individuos respecto a la empresa. Porter (2006) menciona que para incorporar una perspectiva social a los marcos básicos de una empresa se debe de guiar por su estrategia de negocios, los vínculos de adentro hacia afuera, como el impacto que tiene la empresa con la sociedad a través de sus operaciones durante un negocio y los vínculos de afuera hacia adentro, que son las condiciones externas y cómo influyen sobre las corporaciones para bien o para mal. Probablemente el no hacer un balance sobre su estrategia de negocios así como los vínculos internos y externos sobre incorporar o no el uso de criptomonedas puede ocasionar una imagen perjudicial.

Para poder limpiar la imagen en la incertidumbre que se tiene sobre el uso de las monedas digitales a nivel mundial, se requiere trabajar el tema de la responsabilidad social para que los beneficios del uso de criptomonedas no solamente sea posible para algunas personas que sean quienes saquen provecho del uso de las criptomonedas sino que todas las personas puedan beneficiarse de sus bondades y evitar a nivel mundial la desinformación pues aún existen demasiados países que no regulan el uso de las criptomonedas lo que hace que se sigan utilizando con fines lucrativos y fraudulentos en algunos casos.

A pesar de que como se ha mencionado las criptomonedas no requieren de un banco central o de un gobierno que respalde su uso no cabe duda de que la participación de los gobiernos es fundamental en términos de ubicar conscientemente los recursos que son utilizados y que permiten el fondeo de estos activos digitales pues es un hecho que estas criptomonedas se adquieren con dinero real.

Actualmente existen tarjetas de débito que permiten “bajar” monedas digitales y hacer cualquier tipo de compra lo que hace que se puedan utilizar en cualquier parte del mundo y se haga una conversión a la moneda del país donde se esté utilizando. *Xapo*<sup>6</sup> fue una de las primeras empresas que incursionó en este tipo de tarjetas que permitían tener miles de los dólares en una cuenta *wallet* y desde el celular o computadora poder “bajar” solamente la cantidad de criptomonedas a ocupar al momento de efectuar la compra, permitiendo que la persona usara solamente el monto necesario para hacer su compra con la tarjeta de débito sin tener que pagar alguna comisión ya que sólo se pagaba el monto por adquirir la tarjeta esta empresa.

Esto hizo que cualquier persona pudiese pagar cualquier tipo de bien material o servicio sin ningún tipo de restricción, es decir con los fondos necesarios se podía pagar un carro o un viaje a cualquier parte del mundo. Esta tarjeta, aunque se permitió el uso en toda América Latina fue cancelada por el mal uso que se hizo

---

<sup>6</sup> <https://support.xapo.com/es/actualizacion-de-la-tarjeta-de-xapo-en-los-ee-uu-agosto-del-2019/>

de ella, así como diferentes desvíos de fondos ilegales en ésta región del mundo por no tener ningún tipo de restricción ni existencia de la validación de datos de quien lo utilizará.

Aquí estamos frente a una desventaja en cuanto al uso de monedas digitales ya son utilizadas con fines ilícitos, sobre todo en países subdesarrollados en los que abundan los temas como el lavado de dinero, y la delincuencia en general que se beneficia con la “opacidad” del uso de criptomonedas.

Aún existe incertidumbre en cuanto a las bondades y aportaciones sociales que se pueden lograr con el uso de las monedas digitales y el acoplamiento de la *Blockchain* en general, como puede ser la protección de derechos de *copyright* para música y películas, el uso de *Smart contracts* o contratos inteligentes para agilizar procesos, o bien para evitar la propagación de enfermedades como se ha utilizado durante esta pandemia por COVID 19, ya que es una de las tecnologías más seguras que existen en Internet, por el robustecimiento y el tipo de codificación que existe para minar las millones de transacciones que se hacen por esta red. Una vez que se desarrolle más confianza en esta tecnología sin duda la aportación social y el impacto que va a tener entre los individuos será un tema importante que desarrollar en cuanto a repercusiones económicas.

El uso de activos digitales impactará a las organizaciones a nivel global, independientemente de su estructura. A nivel cultural cualquier individuo en cualquier cultura se verá trastocado con su utilización pues como apunta Sallenave (2002) los factores culturales impregnan todos los componentes del esquema organizacional de una empresa, las personas, las tareas, la estructura, y el sistema de información y decisión de esta forma hay una nueva interacción entre la estructura y los factores culturales que están creados dentro de la organización por la interacción que tienen los individuos. Es aquí donde se podría alcanzar una cumbre en la utilización social de las criptomonedas teniendo en cuenta los factores y beneficios que se pueden desplegar de su uso y de la red de *Blockchain*.

#### *4.2 Impacto de la integración tecnológica en la búsqueda de la innovación social*

La integración tecnológica justifica poder hacer más con menos esfuerzo, es decir, una búsqueda donde todas las actividades que se hacen de forma común se hagan de una forma mucho más eficaz dedicando un menor tiempo y el esfuerzo que hace. En este caso se puede referir a que una persona o individuo sea prescindible en alguna parte del proceso. Este concepto satisface la necesidad de la creación y adecuación de las máquinas a los procesos existentes. Es obvio que el impacto que se tiene de emplear a personas disminuye y cada vez son menos los operarios necesarios para que funcione un sistema determinado.

La tecnología también puede tener un fin diferente no sólo el de minimizar la participación de los seres humanos en estas actividades sino también de fomentar el capital social que de acuerdo al Banco Mundial citado por Lockward (2011) es entendido como "... las redes y relaciones que fomentan la confianza y la reciprocidad y conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales en una sociedad", (p. 493).

Pareciera que las actividades de una organización piramidal estarían muy alejadas de poder catalogarse como innovación social al implementar el uso de monedas digitales. Sin embargo, en estas organizaciones la existencia de criptomonedas ha tenido un impacto positivo en las personas que pueden utilizarlas dentro de la organización.

Los individuos logran alcanzar un diferenciador económico que les permite no solo satisfacer sus necesidades diarias sino que se convierte en un detonador para aportar a una sociedad con la creación de ideas de negocio basadas en el valor agregado que sienten por la pertenencia a un nuevo modelo económico por el uso de monedas digitales. Esto conlleva a que exista mayor creatividad en la solución de problemas específicos que pueden ser por ejemplo emprender un negocio familiar, o invertir en un modelo de negocio como son las pirámides.

Morales, citado por Ascanio (2016) señala que "los problemas sociales y medioambientales que caracterizan una sociedad cada vez más vulnerable e interdependiente (algunos nuevos, pero otros ya cronificados) han puesto de

manifiesto, y estimulado a la vez, la necesidad de emprender acciones que aporten soluciones de carácter novedoso, al mismo tiempo que presenten rasgos de tipo social” (p. 169 ). El uso de monedas digitales vino a ser una solución novedosa en las organizaciones piramidales para involucrar a personas que de otra manera no tendrían la facilidad de invertir en el negocio si no fuera con los activos digitales.

Es importante denotar que esta tecnología *Blockchain* que utilizan las monedas digitales también puede ser utilizada para resolver problemas sociales tomando en cuenta que se siguen implementando nuevos usos, nuevos códigos que procesan datos e información como en el consumo sostenible para la industria alimentaria, o bien en la automatización de pagos y envíos de productos, o en agilizar la logística, y que no solamente están enfocados en empresas privadas, es decir, que aunque estas fueron las primeras en buscar distintos uso de la tecnología *Blockchain* esta se puede utilizar en cualquier otra empresa u organización, como puede ser el propio gobierno, y utilizarse con un fin social teniendo todas las bondades que se despliegan de esta tecnología.

Al usar la tecnología *Blockchain* se está innovando socialmente y esta innovación social de acuerdo a Echeverría, citado por Asciano (2016), “no puede desvincularse del contexto cultural en el que emerge”, (p. 169) por lo cual se vislumbra un nuevo acercamiento hacia este tipo de innovación ya que la tecnología y los individuos que la están implementando están conscientes, incluso del impacto ambiental que conlleva el uso de esta tecnología.

De esta manera es plausible pensar en que esta vinculación que en primer instancia inició como una simple adecuación tecnológica para las organizaciones piramidales fue permeando en más capas de la organización y de los individuos que la conforman tanto interna como externamente haciendo de los clientes sujetos conscientes del impacto de esta innovación.

A este respecto Asciano (2016) señalan que “la innovación social como un proceso cultural producto de una comunidad concreta, obliga a objetivar cuales serían las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que

impulsan el desarrollo de la innovación en cada contexto específico. Esta consideración de la innovación social como “producto cultural” identifica el contexto histórico en el que surge, los valores que se ven proyectados en dichas definiciones y los elementos estructurantes”, (p. 169).

Derivado de este proceso de inclusión de criptomonedas en los sistemas piramidales su uso va siendo adquirido por otras empresas. La historia confirma que cuando empresas grandes se transforman las empresas más pequeñas van copiando estas implementaciones. El alcance que se tiene con estas innovaciones es mucho mayor pues empresas de todo ámbito pueden incluir su uso y pueden generar la responsabilidad social que todas estas deberían de tener en cuenta.

En ese momento en específico se podrá comprobar justamente la capacidad que se tendría de innovación social ya que esta incorporación permea a toda la sociedad incluyendo a los individuos que no formen parte de la organización pues estos tendrán un lazo con alguna persona que sí pertenezca.

“El proceso innovador comienza con una necesidad no satisfecha junto con la intención de satisfacerla. A modo de ejemplo, Mulgan (2006) puntualiza que la innovación supone el proceso por el que se buscan formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer las necesidades aun no cubiertas, satisfechas de manera deficiente o emergente”. (Ascanio, 2016, p. 170)

Es por esto por lo que el uso de criptomonedas para las organizaciones piramidales representa una innovación que permite solucionar de manera creativa el problema respecto de que no todas las personas que se adhieren a la organización cuentan con la posibilidad de hacer, por ejemplo, transacciones bancarias. A esto también habría que agregar el problema de la cantidad de fraudes que se han derivado de esta forma organizativa y que de igual manera puede resolverse con el uso de monedas digitales pues la innovación de acuerdo con Simmel citado por Ascanio (2016) es “*la necesidad de encontrar una fuente de ganancia todavía no agotada*”, (p. 171).

La capacidad de los individuos para invertir en una empresa piramidal podría decirse que se había agotado hace ya tiempo al encontrar como valor de cambio

el dinero, y se pudo haber pensado que ya estaba satisfecha esta necesidad, pero; gracias a la innovación tecnológica que representan las monedas digitales se abrió una nueva fuente de valor ligada con riqueza, es decir se encontró una nueva forma de invertir por medio de un activo que no es el dinero. A esta ventaja que le significan el uso de las criptomonedas en el modelo de negocio piramidal se le puede sumar que las características de las monedas digitales benefician la “informalidad” que existe en este tipo de organizaciones ya que el Bitcoin, como se ha venido señalando, carece de la regulación de alguna institución bancaria nacional o internacional. Este modelo hace que en temas contables también se agregue características que permitan seguir funcionando sin ningún problema y que resulta beneficioso para las partes involucradas.

Bajo este contexto benéfico del uso de criptomonedas también se encuentran sus detractores quienes niegan las bondades de las monedas digitales o el beneficio que pueden representar para una organización que las use como forma de pago. Más son innegables los beneficios del “ámbito científico en el mundo empresarial, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos y productos que posteriormente van a difundirse en el tejido social a través del mercado y es posible constatar un cambio significativo con una determinada finalidad”. (Ascanio, 2016, p. 171).

No podemos dudar que la sociedad se transforma con la introducción de estos avances científicos y tecnológicos, hoy por hoy en las sociedades se ha incorporado el uso de computadoras, teléfonos celulares, aplicaciones. La sociedad ha tenido que adaptarse a la nueva realidad que implicó enfrentar una pandemia como la COVID 19. Freeman, citado por Ascanio (2016), “sugiere que la innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los intentos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema y tiene dos vertientes, la primera, especializada en el conocimiento, mientras que la segunda se dedica fundamentalmente a su aplicación”, (p. 172).

El uso de criptomonedas es una realidad y la tecnología *Blockchain* que la sustenta cada vez más la veremos utilizada en distintos aspectos de las

actividades cotidianas tanto en empresas privadas como en el gobierno, esto es innegable.

#### 4.3 Repercusiones organizacionales por el uso de *bitcoin*

La implementación como tal de un activo digital en una organización marca la pauta para un cambio no solo a nivel tecnológico sino en la conciencia que se debe de tener sobre todas las repercusiones por esta adecuación. Muchas de las virtudes que tienen las monedas digitales se acoplan organizaciones con diferentes carencias en cuanto a su liquidez, más es importante denotar que la especulación de que en un futuro un gran porcentaje de las empresas utilicen este recurso es por ahora poco probable sobre todo a causa de su volatilidad.

Adicionalmente a esto, antes de incorporar las criptomonedas en una empresa debe haber congruencia en el nivel en el que se necesita implementarlas y porcentaje de activos financieros con los que interactuarán la moneda digital dentro de la organización ya que una mala estipulación pone en riesgo las finanzas, es por eso que se debe de hacer un análisis antes de hacer una implementación tanto parcial como total.

La incorporación del uso de criptomonedas en las actividades de la empresa u organización puede ser paulatina dándole el tiempo suficiente para que el entorno social y financiero siga avanzando permitiendo generar un criterio ad hoc con todos los movimientos financieros internacionales los cuales repercutirán directamente.

Aunque la realidad proporciona ciertos rubros para apostar a favor de las monedas digitales y el valor actual e histórico ha indicado fuertes subidas en su valor generando ganancias inmensurables en un lapso de tiempo que ningún activo financiero ha podido desarrollar, este valor se desarrolla por un sinnúmero de actores los cuales hacen que esta estipulación acerca del bitcoin tenga fluctuaciones drásticas y para una empresa la cual busca una estabilidad continua este tipo de características no le permitirían mantenerse en ese eje.

Las medidas de implementación actuales del *bitcoin* son solamente inversiones que importa folios de este activo los cuales no ponen en riesgo el valor de la organización y al final se puede traducir como una inversión de alto riesgo pero que sigue siendo de las más redituables que se dan por el valor y popularidad que ha adquirido con el paso de los años su uso, dándole una credibilidad a nivel mundial por algún tipo de implementación en la tecnología donde se desarrolla el bitcoin es decir la Blockchain.

La *Blockchain* se ha explotado en estos años justamente por sus características de seguridad de datos y que ha permitido un sin fin de procesos, modificando el cómo hacer las cosas de manera digital cambiando un rumbo específico que se tenía nivel tecnológico con los procesos donde cada vez más empresas muestran intereses por hacer esta adaptación a sus sistemas a través de la tecnología Blockchain. Aunque la base de este sistema es muy básica en cuanto al entendimiento del código de bloques, esta singularidad le ha permitido que se sigan buscando implementar todos los procesos existentes adaptando su tecnología a cualquier empresa.

#### *4.4 Nuevos valores digitales*

El pensamiento que existe sobre aquellas organizaciones digitales cimentadas en una nube o en un dominio donde les permite poder interactuar con todos aquellos usuarios a una distancia inimaginable está ligado a la creencia de que puede que todo el sitio o la misma organización no exista. Derivado de esto, las creencias y valores que se quisieran definir y mostrar en un sitio web pasan a segundo plano ya que el sentimiento actual de confianza va dirigido más a una organización física es decir, establecida en un punto físico, donde se permite que la interacción sea de una persona a persona aumentando esta característica de confianza sobre la organización, situación que no se da cuando la organización se funda en la virtualidad. El sentimiento de que la empresa u organización estar a punto de quebrar, sea un fraude o un modelo de negocio no redituable son factores que influyen para dudar de las organizaciones que están trabajando de forma remota.

En el siglo XXI todo este tipo de nuevas formas organizacionales en el contexto digital ahorran mucho dinero e inversiones en rentas y equipo físico lo cual hace que sea muy común este tipo de inversiones digitales. Ahora las empresas que tienen todo su potencial en la virtualidad invierten más en la seguridad pues de esto depende que siempre se tenga la información en un servidor confiable.

Entonces esta confiabilidad es de la organización hacia la nube pero en el caso de la organización digital hacia el usuario es una percepción totalmente diferente. Los recursos que se tienen que implementar para generar esta confiabilidad tienen que ser muy precisos, claros y entendibles de esta manera debe de ser una comunicación que le permita al usuario no solo entenderla de manera sencilla sino que quede grabada en el menor tiempo en la mente del usuario, de esta forma va surgiendo una cadena de nuevos valores digitales ligados a todas las bondades que la tecnología suministra como una herramientas para que los sitios interacción con los usuarios se dé, de una manera más natural. Entendiendo que la sociedad se vincula a la tecnología en tanto producto pero no como proceso incidiendo considerablemente en las formas específicas de la vida moderna postmodernismo (Moya, 2000, p. 248).

Esta naturalidad busca impactar a la sociedad la cual está vinculada digitalmente. Esto no conlleva que todos estos valores sean aceptados como lo fuesen lo que las organizaciones tradicionales crean por ese valor físico y presencial que denotan con el usuario.

Por su parte el tema de la *Blockchain* ha permitido que se sigan buscando formas de acoplar esta tecnología a todos aquellos procesos existentes para una mejora en cuanto a la seguridad. Sin embargo, la capacidad de generar empatía con el usuario o crear un vínculo para adoctrinar con estos nuevos valores, es un punto clave que se tiene que trabajar para que la trascendencia que existe de esta tecnología genere este impacto con la sociedad.

Actualmente ya existe lo que se denomina sistemas de valores y códigos éticos en la cultura de la tecnología, que Moya (2000) considera que en la “dimensión técnica conocimientos, destrezas como técnicas. La dimensión organizativa como

política administrativa y gestión aspectos de mercado, economía, industria. La dimensión ideológica guió cultural finalidades y objetivos ..." (p. 249).

Se reafirman todas las implicaciones que se derivan por estas implementaciones para el caso en específico de los sistemas piramidales que tienen estas repercusiones de una forma más visible por el mismo modelo de negocio y la forma de atracción de sus clientes, donde la información es de forma directa "boca a boca" y esta asimilación que forma parte de una organización se vuelve factor primordial para que este nuevo cliente potencial o "socio" como se le denomina normalmente se le pueda dar nuevas virtudes acerca de la organización y del mismo individuo que lo está invitando.

Esto es parte importante del modelo de negocio ya que justamente este factor donde la persona que está invitando siente "orgullo" o "éxito" por pertenecer e implica tratar de generar un sentimiento de inclusión a esta nueva persona.

Este tipo de valor no se ve en todas las organizaciones y justamente se puede hablar de una cultura donde gracias a la tecnología se puede llegar a tratar de interpretar estos simbolismos que no pudieron ser adquiridos por el individuo si la organización no está consciente del valor a nivel organizacional que puede tener y que al final repercute en su éxito.

La cultura tecnológica existe y más que una necesidad es una forma de vida organizacional en la cual nadie se puede quedar atrás y cada nueva implementación debe de ser incluida en el momento que se necesite para satisfacer, no sólo las diferentes demandas tecnológicas, económicas o de procesos ya que justamente el utilizarlas siempre será una herramienta en la industria en que se está enfocado.

Entonces Moya (2000) define la dimensión ideológica derivada de una visión cultural que se tiene sobre la tecnología donde menciona la existencia de un guió cultural ligado a las finalidades así como a los objetivos a sistemas de valores y códigos éticos. (p. 249). Este punto sería lo indicado para que todos los siguientes avances por desarrollarse estuvieran ligados no sólo sus finalidades sino que realmente impactarán en un nivel social por todos los nuevos valores digitales que

se necesitan desarrollar, mismos que tienen que seguir luchando con todas esas barreras que existen en cuanto a la nueva creencia de los mismos.

El que se tenga mapeado dentro de los procesos un impacto social por medio de valores beneficia no solamente a la organización sino que genera un impacto directo en el individuo que de una forma moderna y actualizada tiene en mente que un valor como lo conocemos debe de tener el mismo peso.

#### *4.5 Legitimización organizacional*

Otro factor organizacional con el cual deben de luchar todos los sistemas de multinivel es justamente esta percepción que existe acerca no sólo de la legalidad de la organización la cual normalmente es nula, adicional el riesgo que se ha demostrado existe desde el ingreso y hasta la salida de la misma. Esta última percepción fomenta que todos los valores que se traten de proyectar no tengan una validez con el usuario o el socio integrado.

Entonces la perspectiva interpretativa-simbólica es una forma de analizar las dinámicas culturales presentes en las organizaciones”. (Vásquez, 2016). Es una lucha sin fin acerca de todos estos factores los cuales no contribuyen a que el usuario puede dar una validación desde su punto de vista acerca de la organización, entonces esta perspectiva no sólo interpreta sino que también cuando se asimile de forma positiva, legitima a la organización con respecto a todos estos factores negativos existentes.

Esta legitimización es el factor más importante al que está ligado el tiempo como se ha mencionado. El sentimiento de riesgo hacia la organización es latente y esta variante es la única que puede ayudar a perseverar a la organización dotándola de un hecho fortuito que servirá como una validez mucho más fuerte e integra que todos los valores que se traten de transmitir hacia los usuarios.

Esta variante también tiene un alto porcentaje de fracaso ya que justamente si no se logra constituir este pensamiento de una manera orgánica provocaría una serie de dudas que se transmite en los sistemas piramidales de una forma sumamente rápida generando un caos anticipado a nivel organizacional. Cuando este tipo de situaciones ocurren el poder que tiene el líder de más alto rango pasa a segundo

término y sólo en estos momentos es cuando la estructura del sistema debe ser soportado por la parte inferior o base para lograr su subsistencia. Zapata citado por Vásquez (2016) señala que “es claro que lo simbólico no puede ser solamente el producto de la voluntad del dirigente. El dirigente puede contribuir enormemente, pero lo simbólico tiene una prodigiosa capacidad de autonomía”, (p. 71).

Esta capacidad de autonomía no se visualiza en todo el proceso desde que el usuario inicia en la organización y sólo se proyecta en situaciones negativas donde todos estos pensamientos resguardados acerca del riesgo e incluso el miedo hacia el futuro de la organización sale de nuevo a flote de una manera brusca y con un impacto que desestabiliza todo lo creado en el sistema.

Schütz citado por Vásquez (2016) indican que “para la perspectiva interpretativa-simbólica, el modelo de análisis es al tema asociativo, es decir, identificar los significados y explora las asociaciones entre ellas. En la perspectiva interpretativa-simbólica, el proceso de análisis en la cultura organizacional es divergente, se trata de expandir y enriquecer el análisis cultural. Así mismo, la perspectiva interpretativa-simbólica exige que las culturas sean productos del espíritu, sistemas colectivos importantes”. (p. 70).

Así se observa que la legitimación de la organización depende del trabajo de los líderes pero se sustenta en la base de la organización, es decir en los propios individuos que la integran.

## CAPITULO 5 CASO DE ESTUDIO

El estudio de caso se basa en el análisis organizacional a través de los elementos teóricos referenciados en el marco teórico tales como la confianza y el poder del convencimiento en una organización financiera que en su instalación y desarrollo organizacional se caracterizó por la adopción de una estructura piramidal. Smart Business Corp, se constituyó como una organización de afiliados y de intermediación a través del coaching para el fortalecimiento económico empresarial, personal y profesional de sus miembros a través de un ecosistema de emprendimiento junto con la educación y el fomento de una cultura financiera que tiene como objetivo favorecer la paz financiera así como el crecimiento económico.

### 5.1 Diseño Organizacional de Smart Business Corp

Desde el año 2009, la empresa seleccionada ha tenido una trayectoria con diferentes cambios organizacionales como cualquier otra, aunque en la página oficial de la misma se menciona que desde el año 2009 ya se había conformado en las diferentes conferencias que se han llevado a cabo y actualmente de manera online así como en las aperturas de nuevas oficinas. El mismo CEO menciona que desde 2006 ya se encontraban funcionando con el sistema que se promociona. Estos cambios organizacionales van desde los espacios físicos como lo es una oficina muy pequeña en donde trabajaban cerca de seis personas. De acuerdo al tipo de organización y modelo de negocio, la empresa derivó en un crecimiento y expansión importante. Con base al desarrollo organizacional, no solo se crearon nuevas áreas y departamentos como en cualquier organización sino que, además, se fue adaptando el mismo sistema con el que contaba para poder asignar las comisiones a los empleados.

La base de esta empresa se funda como un sistema piramidal, existe una cúspide y de ahí se van estructurando procesos y procedimientos hacia la base empresarial. La remuneración es directa hacia el trabajador por su desempeño y se extrapola proporcionalmente hacia la cúspide. La empresa como red de afiliados por

comisión y participación económica de sus miembros no contaba de inicio con procesos exclusivos de promoción de afiliados, su modelo de negocio naturalmente se extendía por la bonificación proporcional de cada uno de sus vendedores de servicios.

## 5.2 Estructura Organizacional Smart Business Corp

La forma organizativa de un sistema piramidal tal como se mencionó tiene una característica sencilla en cuanto a su formación no sólo por el espacio que ocupa sino por las variedades organizativas le definen constantemente. En el caso en estudio la estructura tiene un núcleo familiar en el cual a nivel directivo está definida por una pareja con un lazo marital (directores generales). El crecimiento de la empresa determinó que se generaran nuevos puestos y direcciones, éstos fueron ocupados exclusivamente por personas que ya formaban parte de la organización, la recomendación interna se convirtió en el filtro base. La comunidad que integra Smart Business Corp se sustenta en la confianza de la palabra. La recomendación se extiende como el elemento clave desde el departamento de recursos humanos para la contratación de nuevos empleados. La estructura piramidal no solo refleja las características físicas del modelo de negocio sino también, el aspecto decisorio, es decir, la cúspide es la encargada de decidir qué es lo mejor para la organización y solo ésta es la que podría modificar el modelo de negocio. La organización está planteada en sus inicios sin departamentos fijos, es decir, la existencia de encargados de las tareas es asignada por las necesidades del mismo negocio. Las funciones que se atendían en sus inicios eran principalmente de funciones administrativas, de ventas y de aspectos logísticas

### *Situación inicial*

En el caso de sus operaciones administrativas es importante el registro como tal de las personas que van entrando a la organización. En este caso, éste registro sirve para poder asignar quién está invitando a quien. Ya que el sistema piramidal está pensado en esta empresa como un “programa de referidos” el cual

justamente justifica los bonos que se van creando al ser una red de personas que entran a la empresa por recomendación directa.

Esto conlleva a que se tuviese un registro de una forma muy sencilla en el inicio de la empresa (2006). Todo se hacía de forma manual, es decir, este registro se hacía en un cuaderno y se iba asignando un ID (numero de 6 dígitos) que se asignaba como fuese pagando por entrar a la empresa es decir el ID raíz fue el 101000 de ahí se va asignando un dígito por cada persona que se integraba.

Es por esta numeración que de igual forma se va permitiendo tener un conteo por la cantidad de personas que se asocian e ir asignando los diferentes bonos que existen para poder seguir generando los pagos diarios. Estos pagos por bonos funcionaban en un principio a las veinticuatro horas, es decir, se generan un día y se pagaban al siguiente. Por lo que adicionalmente, la misma persona que llevaba este registro de ingresos también se encargaba de los pagos. En ese momento los pagos se hacían por transferencia electrónica a tarjetas de débito y solo esta persona era la que tenía acceso a saber a quién pagarle y cuánto pagarle, lo que conllevaba a que fuera una desventaja organizacional porque en cuanto la misma tuviera un problema o bien fuese una baja de la organización afectaría directamente esta área que es de suma importancia, afectando los ingresos, pero también los pagos a socios ya integrados. Podemos dar cuenta de la importancia del procedimiento de registro y del rol que lo desempeña incluso sobre el área de ventas.

*Situación actual:*

El crecimiento exponencial que tuvo la empresa conllevó a que se crearan los departamentos pertinentes para poder brindar el soporte y atención necesaria que tendría una empresa formal. Desde la creación del departamento de *customer service*, finanzas, recursos humanos, y contabilidad; lo anterior demuestra la necesidad por satisfacer la demanda empresarial formal que va encaminado y aportando a la legitimización de la organización por todos los estigmas con los que carga por la estructura piramidal de la que proviene. Consiente de esto todo, estos departamentos fortalecieron internamente la operación.

Siguiendo con el análisis, cabe mencionar que se realizó otra adecuación tecnológica por parte del CEO, que consistió en implementar un algoritmo para el control de las operaciones, de las comisiones y de los bonos con base en la estructura piramidal, estas acciones fortalecieron a la organización en su desempeño, transparencia e imagen organizacional en congruencia con mitigar el oportunismo y con ello el estigma de la estafa.

Todos los cambios administrativos señalados blindaron a la empresa de manera adicional a únicamente contar la formalidad del registro público de ésta, cabe destacar en dicho sentido que, la existencia de identidades falsas en otras empresas y su limitada estructura organizacional, fueron los factores que impulsaron la falta de credibilidad de organizaciones de este tipo, de las que incluso desafortunadamente se configuraron múltiples fraudes.

Con respecto al rubro de ventas en este análisis de inicio es importante señalar que, un modelo de negocio de una empresa piramidal tiene su difusión por medio de ventas directas por referenciamiento con personas normalmente cercanas, es decir, se invita a familiares o amigos buscando generar la confianza para que este haga lo mismo y genere una cadena de ventas. Es importante señalar que principalmente, la persona encargada de poder difundir la información y hacer una labor de ventas era el dueño de la organización, mismo quien usando el mecanismo de *webinars* daba esta información para que los socios y nuevos socios pudieran conocer el modelo de negocio. Una vez que impartía estos cursos, se ubicaban los Estados de la Republica, donde más impacto tenía la estrategia de educación y se procedía a visitarlos instalando nuevamente mecanismos de talleres y presentaciones específicas, para que directamente desde la representación de la dirección ejecutiva fortalecer el nivel de confianza y hacer los cierres de afiliación en sitio; las acciones señaladas dan cuenta del poder de convencimiento en el análisis de la estructura piramidal pero también de la problemática de una concentración del poder y centralización del conocimiento.

*Derivado de un* crecimiento exponencial en 2019 por una implementación de inversiones adicionales, se instauró formalmente un área de ventas de afiliados, a

partir de modelos de capacitación en el personal, que eliminará la dependencia del CEO para los procesos exclusivos de promoción. Cabe destacar que la capacitación por definición de la estructura organizacional y valores como la confianza, se desarrolló sin la tercerización de contratos, es decir, el proceso de formación en temas de liderazgo y coaching fue exclusivamente resuelto internamente.

La reestructuración organizativa permitió el crecimiento interinstitucional, con la firma de convenios a los que la dirección ejecutiva pudo enfocarse, pero además se posibilitó la figura del líder y de grupos de líderes que en la estructura multinivel proporcionaron beneficios de alto rendimiento económico, dichos resultados se basaron en el empoderamiento de los trabajadores.

Actualmente ya se manejan giras presenciales internacionales las cuales han permitido aumentar esta confianza con un connacional cuando justamente ve estipulado que hay más países participando en la empresa, nuevamente este factor aumenta el proceso de legitimización y con ello de reconocimiento organizacional, el concepto de empresa piramidal se extrapola hacia el de empresa de inversiones por las relaciones de gran formato, con un esquema de participación amplia integradas no solamente por afiliados sino también ahora por socios comerciales mismos que incidieron directamente en lograr grandes oleadas de nuevos afiliados por el aumento en la capacidad de atracción bajo los sustento definidos en el marco teórico de referencia a este proyecto, la confianza y el poder de convencimiento a partir de la estructura piramidal de la cual irrumpieron una cantidad importante de líderes para el modelo de negocio. El crecimiento de la organización y su exposición pública en dicho sentido también contribuyó al crecimiento sostenido, sin embargo, es fundamental destacar que se instaura una decisión paradigmática al decidir adoptar una criptomoneda (*bitcoin*) para las operaciones económicas en sustitución del uso común del dinero; dicha decisión con un alto espectro de innovación no solo potencializa la imagen moderna de la organización sino además le genera privilegios fiscales, de seguridad, de confianza y de atracción de nuevos inversores.

La bondad tecnológica sumada a los efectos de una pandemia le otorgó otro impulso a la organización, el advenimiento de las plataformas digitales para la comunicación, operación y sobre todo la extensión del modelo de negocio de cursos presenciales a la modalidad remota fueron los artífices del cambio hacia una modalidad híbrida de desarrollo organizacional en la que en la actualidad *Smart Business Corp* sustenta su permanencia en el entorno.

Con una base digital que se fortaleció con la adopción de una criptomoneda, en la actualidad la organización se ha fortalecido sustantivamente, magnificando de manera significativa el nivel de participación de sus afiliados, la generación de nuevas relaciones inter organizacionales y la de formación de líderes; todo ello desde una perspectiva simbólica que otorga el modelo piramidal basado en la confianza y el poder de convencimiento.

## CAPITULO 6 CONCLUSIONES

El sistema piramidal como modelo organizacional es un constructo que favorece la construcción de la confianza y el poder de convencimiento, la incorporación criptomonedas en la organización consolidan beneficios derivados de una base digital de complejidad algorítmica que fomenta la transparencia, la descentralización y la seguridad en de procesos organizacionales, dichos elementos asociados a la nomenclatura administrativa del liderazgo y el coaching se ven altamente potenciados desde una perspectiva de legitimización y validación en la toma de decisiones. La lealtad organizacional es un referente de la imagen de la compañía a partir de una evaluación y evolución que tiene como entidad; los procesos de centralización manifestados en el caso de estudio en la dirección de la organización transmutan y se mantienen a partir de la instauración de algoritmos y sistemas digitales de operación, no obstante, la vicisitud de lo tecnológico con su magnificencia que le caracteriza en el imaginario social, refiere a que existe libertad y desconcentración.

En esta investigación queda demostrada la hipótesis de trabajo inicial, la teoría fundamenta, pero sobre todo el caso de estudio de la organización manifiesta la concordancia y relación proporcional entre el sistema piramidal enriquecido por la confianza y el poder del convencimiento de un liderazgo estratégico hacia una institucionalización de la práctica y adopción de nuevos modelos de innovación disruptiva; a los que, además, el beneficio de lo digital lo consolida. Sin duda existen nuevas líneas de investigación para otros aspectos simbólicos dentro de la organización que son trastocados a partir de la incursión de mecanismos de frontera derivados de la cuarta revolución industrial. La organización hoy opera bajo la amenaza de lo tecnológico que desmaterializa y reconstituye, no obstante, la convicción y determinación del estudio de lo organizacional es el factor explicativo que conduce a la comprensión del fenómeno.

## Bibliografía

- Acuña, E. & Sanfuentes, M. (2016). Coaching: análisis del rol organizacional. 1. Editorial Universitaria de Chile.  
<https://elibro.uam.elogim.com/es/lc/bidiuam/titulos/222363>
- Alcántara, H. T. (2004). Confianza-Autopoiesis-Organización. *Dimensión social y humana del crecimiento económico*. Vol. 1.
- Ascanio, J. H., Tirado Valencia, P., y Ariza Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (88).
- Córdoba Barahona, A. M. (2008). Las pirámides financieras: Soporte de una economía atípica, *Tendencias*, IX (2).
- CNN Español, (2021) ¿Cómo funciona la minería de bitcoins? Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2021/06/13/mineria-bitcoin-como-funciona-impacto-ambiental-el-salvador-orix/>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Forbes Advertorial. (2018) “7 claves sobre cómo y cuándo invertir en el mercado de FOREX”. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/como-invertir-en-el-mercado-de-forex/>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Gómez Rodríguez, C. (2016). Bitcoin: Problemas Actuales. En Téllez Carvajal, E. *Derecho y TIC. Vertientes Actuales*. UNAM. México.
- Hernández, G. (2021). Ya se han minado el 90% de bitcoins disponibles, pero el 10% restante tardará más de 100 años, según Coindesk, Xatanka, Recuperado de <https://www.xataka.com.mx/criptomonedas/se-ha-minado-90-bitcoin-disponibles-10-restante-tardara-100-anos-coindesk>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Hernanz Moral, J. A. (2011). Innovación y dinámicas sociales en la era del conocimiento. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.  
<https://elibro.uam.elogim.com/es/lc/bidiuam/titulos/39027>
- Investing.com. (2021) Bitcoin Dólar estadounidense. Bitfindex, tiempo real. Recuperado de <https://mx.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd-historical-data>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Jones, G., & George, J. (1998, Julio). The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork. *The Academy of Management Review*, 23(3).
- Jones, G. R. (2013) Teoría Organizacional. [Universidad Autónoma Metropolitana]. Recuperado de <https://uam.vitalsource.com/#/books/9786073221177/>

- Lockward, A. M. (2011). El rol de la confianza en las organizaciones a través de los distintos enfoques o pensamientos de la administración. *Ciencia y Sociedad*, XXXVI(3).
- Márquez Solís, S. (2016). Bitcoin: Guía completa de la moneda del futuro. Rama Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110058>
- Martínez-Cabrera, J. S. (2014) Bitcoins. ¿Revolución o Historia?, Madrid, Universidad Pontificia ICAIDE. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/70/1/TFG000011.pdf>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Mínguez, A. (2011), "La confianza como pegamento emocional en el proceso de negociador", Universidad Internacional de la Rioja. Recuperado de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/4175> Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel J. (2010). Safari a la estrategia, una visita guiada por la jungla del management estratégico. México. Ediciones Garnica.
- Moya Padilla, N., & María Brito, J. (2000). El Impacto de la Tecnología en la Identidad Cultural Latinoamericana. *Ciencia y Sociedad*. XXV(2).
- Porras, S. (2022). Consideraciones en torno a la confianza y la colaboración en las redes organizacionales. *Revista Gestión Y Estrategia*, (24), 206-218.
- Porter M. (2001). Estrategía Competitiva. México, Patria.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad . Harvard Business School.
- Porter, M. (2020), Cómo crear una ventaja competitiva sostenible. CEPYME News. Recuperado de <https://cepymenews.es/como-crear-una-ventaja-competitiva-sostenible/>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Puig, C. (2014) "Ventaja competitiva: no hay margen para el error", Branward. Recuperado de <https://branward.com/branderstand/ventaja-competitiva-no-hay-margen-para-el-error/>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Raj, K. (2019). Foundations of Blockchain. (Packt Publishing) Recuperado de <https://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt012E2KD3/foundations-blockchain/bit-cryptography>. Fecha de consulta 29 de diciembre de 2021.
- Rojas López, M., Londoño Vasquez, L., & Valencia Corrales, M. (2015). Modelos de Confianza, Análisis desde la Organización. *Sistemas, cibernética e informática*, 12(2).
- Sharon Jirikils, I. (2018). Miradas del coaching integrativo. Volumen I.. RIL editores. <https://elibro.uam.elogim.com/es/lc/bidiuam/titulos/10661>
- Sallenave, J. (2002). Gerencia y planeación estratégica. México. Grupo Editorial Norma.
- Tolj, J. (2018). Bitcoin, ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?. Rama Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110125>

Vásquez-Rivera, O. I. (2016). La cultura organizacional desde sus paradigmas de estudio: una aproximación a la perspectiva interpretativa-simbólica. *Entramado*, 12 (1).

Vives Hurtado, M.P. (2015). *Confianza: Propuesta de un modelo teórico sobre su génesis y consolidación*. Bogotá. Universidad de la Salle.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

# ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00166

Matrícula: 2193801377

Análisis de la confianza y el poder de convencimiento en sistemas piramidales determinados por el uso de Bitcoin.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 11:00 horas del día 21 del mes de junio del año 2023 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. ALFREDO GARIBAY SUAREZ  
DRA. ZOILY MERY CRUZ SANCHEZ  
DR. JESUS MANUEL RAMOS GARCIA



JESUS ALEXIS GARCIA PIÑA  
ALUMNO

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

DE: JESUS ALEXIS GARCIA PIÑA

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

APROBAR

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

MTRO. JOSE REGULO MORALES CALDERON

PRESIDENTE

DR. ALFREDO GARIBAY SUAREZ

VOCAL

DRA. ZOILY MERY CRUZ SANCHEZ

SECRETARIO

DR. JESUS MANUEL RAMOS GARCIA