



**MBA 2015**

**Economías Colaborativas en el Sistema Financiero  
Impacto Global y Alternativa al Sistema Tradicional en  
Argentina.**

**Alumno: Andrea Constanza Rivadeneira**

**Tutor: Vanessa Welsh**

**Fecha: Abril 2019**

**Lugar: Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

## **Agradecimientos:**

En este final de una etapa maravillosa quiero agradecer a mi familia por confiar en mí para haber iniciado este viaje lejos de casa.

Agradezco la enorme confianza y el amor incondicional de Martha Molina, mi abuela del corazón, quien abrazó mi sueño como suyo y me dio la oportunidad de cumplirlo.

Gracias a Gaby Abdala, mi mentora y amiga. Siempre alentándome con firmeza y cariño a dar un paso más.

A Carli, por acompañarme en estos meses de labor de tesis, alentándome con cariño y paciencia.

Quiero hacer una especial mención a Lucrecia Obón Y Cecilia Baghin. La calidez de su sonrisa al recibirnos cada tarde de cursada fue un abrazo permanente, y su labor como coordinadoras, fundamental para hacer nuestro camino como alumnos mucho más ameno.

Agradezco el compromiso y generosidad de todos los docentes y no docentes de UTDT, que nos entregaron y transmitieron la esencia de la universidad e hicieron que yo personalmente la sienta como mi casa.

Mi agradecimiento más profundo a mi equipo de trabajo (Santi, Guille, Nico, Gera y Sofía) que fueron mi pequeña familia a lo largo de dos años, y seguirán siéndolo eternamente.

A los maravillosos amigos que me regaló UTDT y que seguirán estando en los nuevos caminos haciendo el vínculo cada vez más estrecho y genuino.

A los amigos que dejé en Tucumán, pero que estuvieron siempre, a la distancia, apoyándome con el corazón y con mucho amor.

## RESUMEN

En el marco de los veloces cambios globales direccionados hacia la digitalización del consumo, en la última década se han potenciado diversos modelos de negocios de economías colaborativas. Uno de ellos fueron los servicios financieros, cada vez más adaptados a las nuevas demandas de un mercado que busca menos estructuras y rigideces, para priorizar la agilidad.

Sin embargo, si se quiere determinar si las plataformas *fintech* o las operaciones de microcréditos y *crowdfunding* representan un competidor relevante para el sistema financiero tradicional, no se puede dar una respuesta contundente. Esta tesis busca observar el estado actual del sistema financiero tradicional en Argentina y en paralelo el comportamiento del mercado financiero y su grado de propensión a optar por el modelo colaborativo en situación de toma de decisiones de inversión o adquisición de préstamos.

Mediante metodología cualitativa de tipo descriptiva se presenta una revisión de los casos de éxito más relevantes, asimismo se realizó una encuesta dirigida a personas que utilizan redes sociales y posteriormente se hicieron entrevistas con Rodrigo Álvarez, responsable de Relaciones Institucionales de Foncap, y con Alejandro Cosentino, vice director de la Cámara Argentina de *Fintech*. Entre las principales conclusiones a las que se arribó se encuentra que la economía colaborativa en el sistema financiero representa una oportunidad de importantes proporciones en diferentes órdenes, y que si bien no tiene potencial de reemplazar al sistema financiero tradicional, sí pone de manifiesto la necesidad de que éste se adapte de cara a la competencia por un mercado con nuevas necesidades, expectativas y demandas, con mucha más propensión a la digitalización, la flexibilidad y los negocios inclusivos.

**Palabras clave:** Economía colaborativa – *Fintech* - *Crowdfunding* – Microcrédito

<b>ÍNDICE</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1: CONCEPTOS Y DEFINICIONES GENERALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA</b> .....	<b>12</b>
Origen y evolución de economías colaborativas.....	12
1.2 SISTEMAS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA .....	15
1.3 Sectores donde se desarrolla la economía colaborativa.....	17
1.3.1. Finanzas colaborativas .....	17
1.3.2. Transporte y logística colaborativa.....	19
1.3.3. Hospedaje colaborativo.....	20
<b>CAPÍTULO 2: SISTEMA FINANCIERO TRADICIONAL Y SISTEMA FINANCIERO COLABORATIVO.</b> .....	<b>29</b>
2.1. Sistema financiero en Argentina. Impacto de la coyuntura en la industria financiera. ....	29
2.2. Concepto de <i>fintech</i> .....	33
2.3. Tipos de operaciones <i>Fintech</i> .....	37
Préstamos .....	37
Microcrédito .....	38
2.4 Evolución del mercado <i>Fintech</i> en Argentina.....	39
2.5 Ventajas y desventajas en relación a modelos tradicionales del sistema financiero .....	41
Ventajas de economías colaborativas: .....	42
<b>CAPÍTULO 3: PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CROWDFUNDING EN EL MUNDO E IMPACTO EN LA ECONOMÍA GLOBAL.</b> .....	<b>46</b>

3.1. Concepto de <i>crowdfunding</i> .....	46
3.2 Características del mercado .....	48
3.3 Regulación de <i>Crowdfunding</i> en Argentina .....	49
Casos de éxito de crowdfunding .....	52
<b>CAPÍTULO 4: MICROCRÉDITOS. UNA ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO FLEXIBLE.....</b>	<b>56</b>
4.1. Concepto de Microcréditos .....	56
4.2. Destinatarios de Microcréditos .....	57
4.3. Evolución de la demanda de microcréditos en Argentina .....	58
4.4 Impacto de microcréditos en la comunidad.....	61
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>63</b>
<b>CAPÍTULO 5: PERSPECTIVA DE MERCADO EN ARGENTINA.....</b>	<b>63</b>
5.1. Análisis de los resultados de la encuesta .....	64
5.2 Entrevistas y análisis integral de datos.....	71
<b>CONCLUSIONES: .....</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXOS:.....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXO I .....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXO II .....</b>	<b>84</b>

## INTRODUCCIÓN

Como conducta humana, la colaboración es una manera altamente constructiva de la persona de relacionarse activa, positiva y armoniosamente con su medio ambiente y con sus semejantes.

En el ámbito de los negocios la colaboración promueve el trabajo en conjunto de las personas, que integrándose en pos de los intereses particulares, generan una sinergia que potencia los resultados económicos de las compañías, a través de la mejora en la competitividad, la reducción de costos, mayor disponibilidad de insumos, incorporación de nuevos conocimientos y tecnologías<sup>1</sup>.

En los últimos años, comenzó a resonar con mucha potencia el concepto de economías colaborativas y algunas de las universidades más reconocidas del mundo, como Harvard, publicaron estudios académicos en relación al tema

Si bien existen varias definiciones del concepto "economía colaborativa", la que proporciona Sundararajan (2016) capta sus cinco características clave:

1. Se basa, principalmente, en el mercado: la economía colaborativa crea mercados para bienes o servicios.
2. Es un capital de gran impacto: la economía colaborativa abre oportunidades para el uso eficiente de posibilidades y/o capacidades no utilizadas, en la vivienda, el tiempo o el dinero.
3. Se crean "redes" basadas en las multitudes en lugar de en instituciones centralizadas o en escalafones jerárquicos.
4. Se difuminan el ámbito personal y el profesional.
5. Se difuminan los límites entre el trabajo a tiempo completo y el trabajo ocasional, entre el empleo por cuenta ajena y el autónomo, entre lo que es trabajo y lo que es

---

<sup>1</sup>De La Rosa(2015), <http://www.titonet.com/business/colaboracion-por-que-colaboran-las-empresas.html>

ocio.

En esencia, la economía colaborativa consiste en un acuerdo entre los participantes para contribuir con un recurso propio (por ejemplo, mano de obra, bienes o expresión creativa) a un fondo común del que otros puedan sacar provecho, tanto si se produce como si no una transacción comercial”<sup>2</sup>.

En el escenario económico se encuentra cada vez más presente el nombre de actores de diferentes industrias, que responden a este modelo de negocios, en sus diferentes variantes, y que irrumpen como competidor en franco crecimiento frente a antiguos líderes que se ven obligadas a readecuar sus estrategias de manera integral para adaptarse a las novedades del mercado, así como a las nuevas demandas de consumidores cada vez más sofisticados y la oferta.

A continuación se exponen conceptos de economía y consumo colaborativo de referentes del mundo en la materia.

El primero en introducir y potenciar el concepto de consumo colaborativo fue Algar (2007), indicó que a través del consumo colaborativo los consumidores tienen un mayor poder de compra sobre la copropiedad<sup>3</sup>. Esto coincide con el concepto de Botsman, (2010), quien expuso que el sistema colaborativo desbloquea el valor de activos subutilizados, haciendo coincidir necesidades entre dos partes sin intermediarios<sup>4</sup>, mientras que por su parte Cañigueral (2014) expuso que el consumo colaborativo propone compartir los bienes y no poseerlos, y focalizarse en poner en circulación todo aquello que ya existe.

---

<sup>2</sup> Business Review (Núm. 265), (2017) <https://www.harvard-deusto.com/la-economia-colaborativa-en-las-ciudades>

<sup>3</sup> Algar (2007) Collaborative Consumption. Leisure Report.

<sup>4</sup> Botsman(2010)

El sistema colaborativo es un sistema P2P<sup>5</sup> (*peer to peer*) apalancado en plataformas tecnológicas, no sólo empodera a los consumidores, sino que además les permite obtener productos y servicios más baratos y de manera más ágil que en el sistema tradicional.

Esta novedad incluye al sistema financiero, donde operaciones como préstamos de dinero de persona a persona, inversiones en proyectos de individuos y desarrollo de portafolios de inversiones en instrumentos innovadores son cada vez más frecuentes.

Esta es la preocupación de grandes corporaciones bancarias mundiales, quienes ya detectaron que las debilidades del sistema tradicional son las fortalezas del sistema financiero colaborativo, como la velocidad de respuesta, la flexibilidad, menores costos e innovación.

El sistema colaborativo se enfrenta a las dificultades de penetración en los mercados donde las regulaciones son más severas y no contemplan el negocio colaborativo como una competencia leal. La carencia de regulaciones que respalden al sector limita las posibilidades de ganar participación de mercado y ser un competidor amenazante para la banca tradicional. La difusión en los medios de comunicación de los conflictos de competencia por falta de marco regulatorio y la intervención de diferentes sectores de gobiernos y del ámbito de la justicia, sin duda genera impacto tanto en el modelo de economía colaborativa como en el sistema tradicional de negocio, independientemente de la industria.

De la necesidad de reconocer el avance del sistema colaborativo en el mercado financiero como alternativa accesible y flexible de crédito e inversión en un escenario de crisis, se planteará una serie de preguntas.

¿Qué grado de conocimiento existe en Argentina de alternativas de inversión y financiamiento vigentes dentro del sistema colaborativo?

---

<sup>5</sup> Peer2Peer: Red entre pares, entre iguales, o punto a punto.

¿Qué características socio-económicas tiene el mercado que elige o tiene propensión a elegir operar en el sistema colaborativo?, ¿Cómo es su participación en el mercado financiero en general?

¿Qué condiciones son necesarias para que las operaciones de microcrédito y *crowdfunding* se desarrollen en Argentina?

## **OBJETIVOS GENERALES:**

Identificar características del modelo colaborativo en general y del modelo colaborativo en el sistema financiero en particular. Esto permitirá reconocer las ventajas y desventajas, oportunidades de mejora y crecimiento, alcance y exclusiones.

Identificar oportunidades tanto de negocios como de contribución académica al modelo económico colaborativo, dado que se trata de un concepto que se ha desarrollado de manera creciente en los últimos años.

## **OBJETIVOS PARTICULARES DE INVESTIGACIÓN:**

Para marcar el rumbo de esta tesis se busca:

- Identificar las características del mercado que opera a través del modelo colaborativo en el sistema financiero.
- Reconocer que operaciones del modelo colaborativo son adoptadas por el mercado y cuáles tienen mayor potencial de desarrollo.
- Saber de qué manera co existe el modelo colaborativo con el modelo tradicional en el sistema financiero.
- Identificar en nivel de satisfacción del mercado a través de su experiencia operando tanto en el sistema colaborativo como en el sistema tradicional.

- Identificar las oportunidades de mejora que precisa el modelo colaborativo en Argentina para desarrollarse y crecer.

Para definir un ámbito práctico de economía colaborativa, el foco estará puesto en el sistema financiero porque, dado que el objeto del negocio es fundamentalmente la oferta y demanda de dinero, es un tema que requiere especial tratamiento y donde la oportunidad de desarrollo desde todas las perspectivas es amplia. Se pretende analizar el sistema tradicional y los modelos de negocios colaborativos emergentes en la última década.

En esta tesis de investigación se encuentran los temas a tratar en dos partes. La primer parte, desde el capítulo 1 al 4, estuvo enfocada en economías colaborativas desde la perspectiva conceptual y teórica, desarrollando sus características, origen del modelo, partes intervinientes, casos de éxito, impacto social y económico en la comunidad y las principales diferencias entre el sistema financiero tradicional y el modelo colaborativo en relación a las condiciones de acceso y flexibilidad en cada uno de ellos.

En una segunda parte, en el estudio de campo, se centró el foco en el estudio de campo, para identificar el nivel de conocimiento que tiene realmente el mercado, y si considera al sistema colaborativo como alternativa de financiamiento o inversión frente a un escenario macroeconómico crítico y de tasas financieras altas como el de Argentina.

Se identifican casos de éxito, oportunidades de desarrollo, potencialidad del mercado, limitaciones legales y normativas, y la tecnología como aliado estratégico para la economía colaborativa.

Para relevar datos se efectúa una encuesta *on line*, la cual fue direccionada a una muestra por conveniencia.

Para este desarrollo se aplica la metodología cualitativa de tipo descriptiva, siendo el instrumento de recolección utilizado una encuesta diseñada para ser respondida en línea. La muestra consultada se contactó a través de:

- Correo electrónico enviado a base de datos adjuntando enlace a encuesta.
- Redes sociales (Linkedin, Instagram, Twitter, Whatsapp)

# MARCO TEÓRICO

## CAPÍTULO 1: CONCEPTOS Y DEFINICIONES GENERALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA

En este capítulo se desarrollarán las características fundamentales del modelo de economías colaborativas, desde su origen y los conceptos más relevantes puestos de manifiesto por referentes de renombre en la materia.

Se hará un recorrido por los sectores de la economía donde operan con mayor fortaleza, describiendo como se gestiona la relación entre las partes que intervienen en el modelo para haber logrado los casos de éxito que se mencionarán.

Al finalizar se describen algunos resultados obtenidos a nivel global y el impacto que generaron las economías colaborativas en temas como empleo, crecimiento de inversiones y resultados económicos.

Este capítulo permitirá obtener un panorama general de economías colaborativas previo al posicionamiento en la industria financiera.

### 1.1. Origen y evolución de economías colaborativas

El concepto de economía colaborativa gana conocimiento a partir de la publicación de Botsman (2010), economía colaborativa es un sistema económico de redes descentralizadas y mercados que desbloquea el valor de los activos subutilizados,

haciendo coincidir las necesidades y los recursos de forma que se evita los intermediarios tradicionales<sup>6</sup>.

En la misma aporta algunos conceptos claves para construir este nuevo modelo económico y social:

**Innovación tecnológica** (redes sociales, pagos online, identidad digital, internet, *smartphones*).

**Cambio de valores** (consciencia de qué significan los conceptos poseer y compartir en la era digital).

**Realidades económicas** (necesitamos cambiar la forma en la que medimos el “crecimiento y la riqueza de una sociedad” ahora mismo basada en la riqueza económica y posesiones).

**Presiones medioambientales** (los recursos son finitos).

La revista Times (2011), consideró a las economías colaborativas como una de las ideas que revolucionaría el consumo y que hacia 2025 generaría 235.000 millones de dólares.

Vives<sup>7</sup> (2015) reconoció que los casos de éxito más resonantes del modelo son Uber, Airbnb, Amazon, LinkedIn, YouTube, identificándolas como las plataformas que están dejando obsoletos a sus competidores tradicionales.

En el ámbito del transporte y la logística, el jugador más controvertido es Uber, quien desde 2009 ha revolucionado el mercado dando la posibilidad a automovilistas

---

<sup>6</sup>Botsman(2014)[https://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_case\\_for\\_collaborative\\_consumption/transcript?language=es](https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption/transcript?language=es)

<sup>7</sup> Vives (2015) <https://www.harvard-deusto.com/la-revolucion-de-la-economia-de-plataformas>

comunes de obtener beneficio transportando pasajeros, convirtiéndose en el principal competidor de taxis y remises.

Desde entonces, continúa desafiando al mercado incorporando *delivery* a través de motociclistas y ciclistas, y flotas de camiones que operan por largas rutas transportando mercadería.

En el caso de AirBnb, compañía que opera mediante plataforma digital a través de la cual viajeros de EEUU primero y del mundo entero después, consiguen alojamientos completos o parciales de propietarios de inmuebles que ponen a disposición del mercado su propiedad mientras no la están usando o para compartir el espacio.

Según las definiciones analizadas en la introducción de esta tesis, se tomará como plataforma la definición de Botsman (2010), ya que contiene y resume los aspectos más relevantes que identifican al modelo colaborativo, permitiendo una clara comprensión del mismo y su interpretación en los diferentes ámbitos en los cuales se desarrolla.

Retomando la definición ya mencionada sobre la cual se apoya esta tesis, Botsman (2010), se efectúa un desglose de la misma en los términos más relevantes que la conforman:

**Sistema Económico:** ya que se trata de un modelo en el cual se benefician las partes a través del intercambio de un bien y/o servicio.

**Activos subutilizados:** refiere a todo los bienes que se intercambian a través del sistema colaborativo y que no son plenamente ocupados originalmente por el propietario principal, si no que tienen un potencial de utilización que da origen al hecho de compartirlo con un tercero que lo necesite.

**Intermediarios tradicionales:** en el modelo colaborativo, como se desarrollará más adelante, no intervienen estructuras tradicionales si no que los negocios se hacen de persona a persona mediante una plataforma tecnológica.

## 1.2. SISTEMAS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

De acuerdo a Botsman (2010) se identifican tres sistemas de la economía colaborativa que ayudan a obtener una perspectiva más amplia de los conceptos que esta abarca. A saber:

1.2.1 Sistema de servicio de producto (PSS – siglas en inglés): las personas pagan por el beneficio que reporta el uso de un producto determinado, y no por la propiedad del mismo. Esta categoría comprende a las empresas que poseen múltiples productos para compartir como es el caso del *car sharing* o productos que son de propiedad de particulares y alquilados en un esquema *peer to peer* (como el caso Rentoid, plataforma que ofrece la posibilidad de alquilar cualquier bien). Esto tiene varias ventajas. Desde la perspectiva ambiental se reemplaza el uso individual de un activo que posee un uso limitado por un uso compartido maximizando así su utilidad. En el caso del usuario los beneficios son dobles. Por un lado, no se debe pagar por el producto completo, y se elimina también la carga de la propiedad, tales como los gastos en mantenimiento, reparación y seguros permitiendo así aprovechar al máximo los activos de los que se es dueño. Por otro lado, cuando la relación con las cosas se mueve de la propiedad al uso, las opciones para satisfacer otras necesidades cambian y se incrementan.

1.2.2 Redistribución de mercados: las redes sociales o plataformas en línea facilitan la reventa o trueque de bienes usados. Estos tipos de transacciones tienen un alto impacto ambiental ya que reducen los residuos así también como los recursos que van a la nueva producción. Esta forma es considerada un tipo de comercio sustentable.

1.2.3 Estilos de vida colaborativos: la tecnología permite que los individuos compartan activos menos tangibles como tiempo, espacio, habilidades y dinero.

Por su parte, Gansky (2010), identifica dos modelos o sistemas de negocios de la economía compartida diferentes que los denomina: “*Full Mesh*” y “*Own-to-Mesh*”<sup>8</sup>.

*Full Mesh*: se caracteriza por ser las empresas las dueñas de los activos y obtener ganancias a partir de alquilar los mismos a través de múltiples transacciones que son simplificadas por el uso de tecnología. Un claro ejemplo de este modelo de negocios es el de Zipcar, quien posee una flota propia de autos distribuidos por distintos puntos de la ciudad y los miembros pueden hacer uso de ellos pagando por hora o día. Se diferencia del modelo de negocios de alquiler de autos tradicional porque se puede acceder a un auto inmediatamente, retirarlo y entregarlo en diferentes puntos de la ciudad, sin la necesidad de ir a una agencia de autos o llamar a un empleado de la misma; ya que se accede directamente desde el celular o computadora. Este modelo de negocio se caracteriza porque el usuario obtiene los beneficios de ser propietario, pero no se hace cargo de los costos asociados tales como seguro, reparación, mantenimiento.

*Own-to-Mesh*: en este tipo de modelo, las empresas crean una plataforma para que las personas compartan cosas de forma eficiente y rentable. Un ejemplo de este modelo de negocios es Uber, quien brinda una plataforma web que conecta a conductores y usuarios en el momento, y permite procesar el pago *online* y pagar el *fee* al conductor. Uber no cuenta con una flota de autos como es en el caso de Zipcar, sino que los dueños son los conductores particulares que deciden ofrecer viajes.

Como se puede observar, ambas autoras catalogan en forma diferente a estos modelos de negocio debido a que ponderan diferentes variables para su clasificación.

Para el caso de Zipcar y Uber que, de acuerdo a Botsman (2010), ambos son ejemplos de la categoría PSS (Sistema de servicio de productos), ya que el foco de su categorización radica en el tipo de transacción y no en la propiedad de la cosa, como sugiere Gansky (2010). En el caso de la categoría de “Redistribución de mercados” respecto al modelo “*Own-to-Mesh*”, también la diferencia se basa en el tipo de transacción. Mientras que la primera pone el foco de la transacción en productos

---

<sup>8</sup> Gansky (2010). The Mesh: Why The Future of business Is Sharing.

usados, el modelo de “Own-to-Mesh” se centra en transaccionar activos subutilizados (como por ejemplo una casa vacía cuando una persona viaja por vacaciones).

### **1.3. Sectores donde se desarrolla la economía colaborativa**

Existen distintos tipos de economía colaborativa porque la forma del intercambio depende de las necesidades y los productos o servicios que puedan ofrecerse.

Dado que las oportunidades de innovación y de adaptación se dan en diversos ámbitos y a los efectos de satisfacer diferentes necesidades para nuevos y antiguos mercados, es que este modelo de economías colaborativas se adapta a diferentes ámbitos. A continuación se identifican algunos de ellos que fueron seleccionados por haber sido los pioneros y que contienen a los casos de éxitos más relevantes del modelo colaborativo.

#### **1.3.1. Finanzas colaborativas**

Las finanzas colaborativas se han hecho bastante populares y dentro de ellas se encuentran distintas modalidades. Se destacan en esta tesis los microcréditos y el *crowdfunding*.

Debido a que estas operaciones son la competencia directa de las operaciones de bancos y financieras del sistema tradicional.

Históricamente el sistema financiero tradicional estuvo reservado para un público que cumple determinadas condiciones socio-económicas, como por ejemplo encontrarse dentro del sistema de empleo formal, poseer un determinado nivel de ingresos y calificación crediticia para poder acceder a la oferta de productos bancarios. Estas condiciones generan exclusión e imposibilidad de acceso al consumo, al financiamiento o a medios de ahorro de diferentes niveles de sofisticación a un sector de la población que no se registra en el sistema de empleo formal y/o con ingresos menores a los requeridos por el sistema financiero para el otorgamiento de líneas de crédito.

Los microcréditos son préstamos de pequeñas cantidades para apoyar iniciativas emprendedoras de personas con poca capacidad económica. Un colectivo objeto de concesión de microcréditos son, especialmente, las mujeres con poco poder adquisitivo. Suelen ser personas analfabetas e incapaces de enfrentarse a la burocracia de los préstamos convencionales.

Los microcréditos en este caso han servido para que las mujeres adquieran el impulso necesario para poner en marcha actividades económicas, lo cual también sirve de impulso para sus familias y comunidades.

El microcrédito se inició en el Banco Grameen, fundado en Bangladesh en 1983. Fueron creados por Muhammad Yunus<sup>9</sup>, quien observaba que había una enorme población excluida de la posibilidad de acceder a un crédito bancario por carecer de avales y porque las cantidades de dinero que solicitaban los interesados no resultaban rentables para la entidad.

Yunus comenzó a avalar de manera personal a los tomadores de préstamos y observaba que el 98% de los desembolsos eran devueltos en tiempo y forma.

Este tipo de operaciones resolvió el grave problema de una población excluida, que a través de préstamos de pequeñas cantidades, podían apalancarse para invertir en micro emprendimientos que le permitían auto sustentarse<sup>10</sup>.

Por otra parte, el *crowdfunding* consiste en la difusión de una iniciativa que necesita financiación. Las personas o entidades que simpatizan con dicha iniciativa donarán una cantidad, la cual se realiza de forma desinteresada o a cambio de un regalo por parte de la persona responsable del proyecto.

---

<sup>9</sup> Muhammad Yunus: emprendedor social, banquero, economista y líder social bangladesí condecorado con el Premio Nobel de la Paz por desarrollar el Banco Grameen y ser el desarrollador de los conceptos de microcrédito y microfinanzas.

<sup>10</sup> <https://www.grameenarg.org.ar/sobre-grameen-argentina.html>

Gran parte del éxito de un proyecto de *crowdfunding* depende de la difusión y visibilidad que obtenga. Por esto hoy en día existen plataformas de *crowdfunding* en internet que se dedican a visibilizar los distintos proyectos. Un ejemplo de ellas es Verkami, pioneros del *crowdfunding* en Europa. Nacieron en 2010 en Mataró, Barcelona, como resultado de la pasión por la creatividad, el arte y el conocimiento de un padre y dos hijos: Joan, Adriá y Jonás Sala (biólogo, historiador del arte y doctor en física respectivamente), con el objetivo de ayudar a artistas y creadores a hacer realidad sus proyectos y ofrecer una nueva forma de vivir y consumir cultura<sup>11</sup>.

Estas dos operaciones de economías colaborativas conforman algunas de las alternativas dentro del conjunto de operaciones que existen en el sistema financiero tradicional a la hora de solicitar financiamiento o de colocar fondos para la obtención de un rendimiento. En todos los casos son operaciones de la vida cotidiana tanto de personas como de empresas, y que ofrecen además la posibilidad de agregar valor mediante la contribución al desarrollo económico y social de sectores vulnerables, el apalancamiento de proyectos diversos de emprendedorismo (artísticos, culturales, educativos, etc.), y la descentralización del consumo.

### **1.3.2. Transporte y logística colaborativa**

El modelo colaborativo en este sector permite que una persona que dispone de un vehículo y de tiempo pueda poner dichos recursos a disposición de un particular que precise movilidad, como podría ser el caso de Uber.

Otra manera de operar de plataformas destinadas a facilitar el transporte de las personas es mediante *carpooling*. Este servicio permite que el propietario de un

---

<sup>11</sup> <https://www.verkami.com/page/about>

vehículo ofrezca traslado a varias personas que tienen un destino en común entre sí y/o con el propietario del vehículo.

En países de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile, Perú, Colombia y otros, lo más novedoso es el servicio de *delivery* proporcionado por particulares con movilidad como motocicletas o bicicletas y tiene un alcance que va más allá de la distribución de alimentos sino que también permite la gestión de trámites en general.

En Argentina y Brasil el servicio se opera a través de algunas plataformas como Glovo, Pedidos Ya y Rappi.

El común denominador de este servicio es el uso de plataforma tecnológica donde las partes se conectan.

La diferencia fundamental con el servicio tradicional de *delivery* es que la persona que concreta el servicio no tiene vínculo formal con ningún restaurante, heladería, etc. Así como tampoco con la plataforma mediante la cual se conecta con el usuario.

### **1.3.3. Hospedaje colaborativo**

Este sector, junto con el de transporte se registra como alguno de los más destacados<sup>12</sup> y lo puso en auge AirBnb a través de la oferta de camas, habitaciones o propiedades completas que se encuentran subutilizadas, para que personas que se encuentran de viaje de placer o trabajo puedan hospedarse.

Este intercambio se centra en la experiencia del huésped, es decir, el propietario gestiona su alojamiento buscando dar un espacio confortable y accesible, siendo competitivo de cara al mercado hotelero.

---

<sup>12</sup> Vives(2015) Business Review (Nº. 243) Estrategia. <https://www.harvard-deusto.com/la-revolucion-de-la-economia-de-plataformas>

De esta actividad económica se han desarrollado nuevos negocios alrededor de la intención de potenciar el rendimiento de la oferta de hospedaje colaborativo.

Han surgido administradores del espacio que gestionan la cuenta AirBnb, reciben al huésped, y otras actividades; diseñadores de interiores para dar un estilo al espacio, asesores en *real state* que ofrecen el desarrollo de un *business plan* para optimizar los ingresos.

## **Partes que intervienen en las economías colaborativas.**

En este modelo flexible, existen nuevos participantes y factores que hacen posible un sistema que prolifera con el tiempo.

Por una parte los bienes o productos ociosos, que se encuentran almacenados o subutilizados durante su vida útil. A estos la economía colaborativa promete darle una nueva utilidad y obtención de beneficio.

A continuación se identifican a las partes intervinientes en las operaciones de economías colaborativas, cómo interactúan entre sí y los recursos que utilizan.

**Usuario y Tenedor del bien o servicio ocioso**, quienes comparten un interés común por el mismo.

**Plataforma tecnológica**, la cual es fundamental para la localización rápida y sencilla del bien o servicio y su posterior compra, alquiler o contratación. Además es fundamental que la plataforma contenga información amplia que brinde confianza a los usuarios y tenedores de bienes y servicios, donde puedan obtener calificaciones y comentarios de experiencias anteriores, fotografías actualizadas y todo lo que haga más cercana la relación entre las partes.

**Metodologías de pago**, que sean confiables, flexibles, ágil y de uso global. Dado que los usuarios aspiran a tener oportunidad de hacer uso de las plataformas en cualquier parte del mundo donde se encuentren, como Uber o AirBnb.

Masulli (2014) indica que en este modelo se crea una nueva forma de vincularse entre las partes, donde el eje de dicha relación está basado en conectar a las partes, crear mayor valor de los recursos subutilizados y compartir el bien o servicio.

Las transacciones se producen gracias a un valor intangible, una garantía personal que hasta hace poco no se cuidaba lo suficiente porque no se estaba acostumbrado a usar. Esto es la reputación digital

Si no existe trazabilidad del comportamiento de cada uno como usuario de diferentes plataformas, no se tiene crédito para que otros proveedores de servicios como, por ejemplo, de alojamiento en sus casas confíen en cada usuario.

Por desconocimiento, mucha gente piensa que se está más expuesto a experiencias negativas cuando se producen transacciones con desconocidos.

No obstante, existe un nivel de exposición tal que una mala conducta, una acción inadecuada, adquieren visibilidad social inmediata y permanente, y por lo tanto limitan el acceso de una persona (como proveedora o como consumidora) a interacciones futuras.

Esta visibilidad trasciende una única comunidad virtual: si una persona se comporta de una manera no aceptada en Social Car, es altamente probable que no quieran tratar con ella en otras plataformas de *carsharing* (alquiler de vehículos por periodos cortos), *carpooling* (compartir auto o viaje) o cualquier temática general.

Esto ocurre no solo porque los usuarios de unas plataformas están en otras, sino porque las identidades tienen trazabilidad. La reputación individual se gestiona de manera horizontal, es decir, para todas las plataformas de la economía colaborativa.

Es conocida por todos la importancia de la reputación, y uno de los ejemplos más explicativos se da en *marketplaces* como Mercado Libre, donde ha sido un valor determinante.

La confianza muchas veces se da casi por propiedad transitiva: la persona A quiere interactuar con C, y no se conocen. No obstante A conoce a B, que sí ha tratado con C en el pasado, y su valoración de la experiencia, del trato con C, es positiva. La persona A inmediatamente cuenta con esa valoración como un elemento clave en su toma de decisiones.

Si se diera el caso de que no haya conocidos entre A y C, valoraciones de otros usuarios X, Y, Z, positivas o negativas, también influyen en la confianza que A vaya a dar a la persona C.

Los usuarios además esperan que la propia plataforma actúe de alguna manera como garante de la identidad de los usuarios que utilizan su plataforma<sup>13</sup>.

## **Ámbitos influenciados por el impacto de las economías colaborativas en el escenario global.**

Para identificar los resultados de la economía colaborativa en su década de intervención y desarrollo en el mercado global, se muestran logros del modelo colaborativo vinculados a aspectos laborales, económicos y financieros en mercados como Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

---

<sup>13</sup> Masulli (2014) <https://www.compromisoempresarial.com/tercersector/2014/10/economia-colaborativa-el-poder-de-compartir/>

**Impacto Social:** Las economías colaborativas han logrado la creación de nuevas fuentes de empleo. Wall Street Daily (2016) estimó que en 2015 la Economía Colaborativa creó 60,000 empleos en EE. UU. y atrajo un total de US\$15 billones de dólares en financiamiento.

Este resultado en EEUU representa un derrame de oportunidades para América Latina de replicar el modelo, generar nuevas fuentes de empleo y potenciar el modelo para su desarrollo global.

Las formas de empleo del modelo colaborativo son diversas. Se puede identificar el empleo formal, dentro de estructuras corporativas como Uber, AirBnb, Carpooling entre otras. Donde el trabajo se distribuye como en otras compañías del sistema tradicional.

Por otra parte, en la forma más innovadora de empleo a través del sistema colaborativo se da para las personas que generan autoempleo, bajo condiciones flexibles en términos de horarios, ingresos percibidos y el vínculo con la corporación, siendo posible permanecer o retirarse en el momento que se desee.

En un informe presentado por el FOMIN<sup>14</sup> (2016) y el Instituto de Empresa (Pérez Garrido y Buenadicha, 2016), Brasil, México, Argentina y Perú están a la delantera, concentrando el 69% de las operaciones de economías colaborativas en América Latina. La gran mayoría de las iniciativas surgieron en los últimos cinco años y son aún de un tamaño reducido. (Ver figura nº 1).

---

<sup>14</sup> FOMIN: Fondo Multilateral de Inversiones.

### Distribución geográfica de iniciativas de economía colaborativa

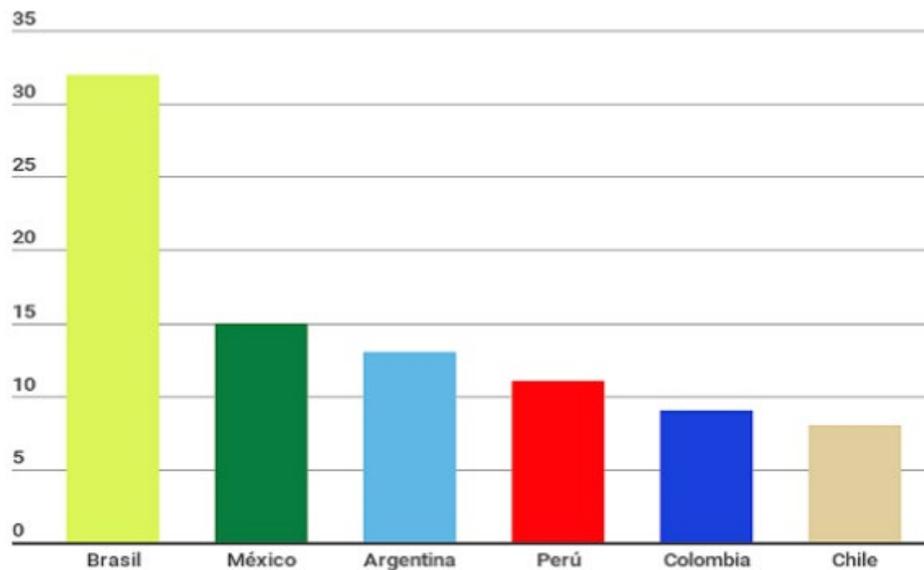


Figura nº 1. Cantidad de iniciativas de Economía Colaborativa en América Latina en 2016.

Fuente: BID, Fomin (2016)

Como se observa en la figura nº 1 una investigación realizada para el BID (2016), los países de Latinoamérica que más están fomentando el crecimiento son Brasil, México y en tercer lugar Argentina, sin embargo la oportunidad de desarrollo es muy grande, frente a iniciativas desarrolladas en el mercado europeo, exponencialmente más desarrollado. Impacto económico: indudablemente el modelo colaborativo está generando cambios en un amplio espectro de industrias. Entre las que se destacan fundamentalmente, la industria hotelera, logística, educación, financiera.

En 2016, una encuesta de Eurobarómetro de Unión Europea (2016) reveló que más de la mitad de la población de la Unión Europea tiene conocimiento acerca de las economías colaborativas y que 1 de cada 3 usuarios de internet utilizan plataformas de economías colaborativas al menos una vez al año. A su vez, más del 5% de la población de la UE suministra productos y servicios a través de este tipo de

plataformas. Del mismo modo, en Estados Unidos, según datos de eMarketer (2016), el 50% de los adultos consultados afirmó haber utilizado plataformas digitales para adquirir bienes de segunda mano. La consultora PwC (2014) estimó que los ingresos asociados a este tipo de servicios fueron de alrededor de €16.000 millones durante ese año. En 2016, la estimación ha subido a €28.000 millones, y se espera que, de continuar esta tendencia, llegará a superar los €335.000 millones en 2025. Claramente, estas cifras muestran que no estamos en presencia de una moda pasajera o de una reacción puntual a la crisis económica, sino del futuro de muchos sectores de la economía.

El crecimiento mencionado se explica por la alineación de incentivos, que favorecen la generación de ingresos al proveedor de los servicios. En promedio, más del 85% del valor de las operaciones facilitadas por plataformas de EC<sup>15</sup> lo recibe el proveedor y no la plataforma (Vaughan y Daverio, 2016). Esta posibilidad de generar ingresos es una de las principales motivaciones de los usuarios proveedores en las plataformas.

La figura nº 2 muestra las razones por las cuales eligen iniciar algún emprendimiento de economía colaborativa. (Ver figura nº 2).

---

<sup>15</sup> Economías Colaborativas

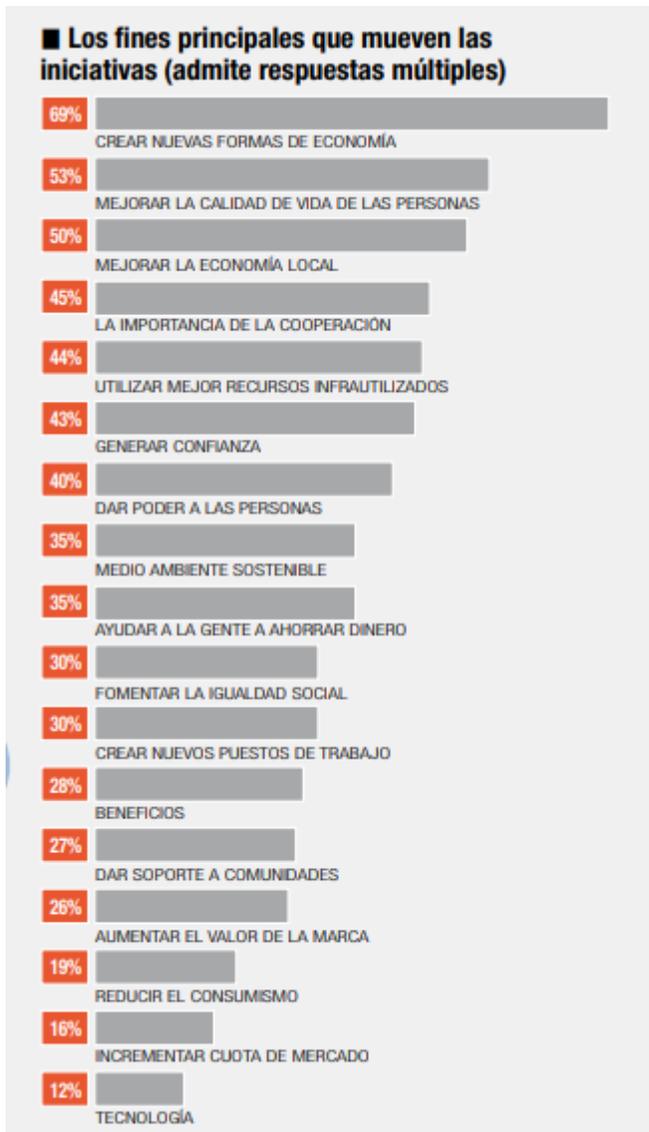


FIGURA N° 2: Motivaciones para invertir en emprendimientos de Economía Colaborativa.

Fuente: BID (2017)

Como se observa en la figura n° 2, el espectro de motivaciones de las personas consultadas tiene mucha amplitud y abarca aspectos económicos, sociales, culturales, tecnológicos, ecológicos, etc. Las respuestas manifiestan las tendencias clave en el

pensamiento al momento de posicionar estas iniciativas frente a otras empresas y a sus usuarios: el impacto en la comunidad, los recursos subutilizados, el impacto positivo en la vida de otros. Los conceptos tradicionales que mueven a la empresa no quedan olvidados, pero quedan relegados a una importancia secundaria. La credibilidad para hablar de una Economía Colaborativa con impacto frente a otra se centra en mantener esta visión por parte de los líderes de las iniciativas. El objetivo fundamental es tener otro impacto en la sociedad y en el mundo.

A lo largo de este capítulo se expuso el modelo colaborativo desde una perspectiva descriptiva que permita conceptualizarlo según Botsman (2010) como un sistema que desbloquea el valor de los activos subutilizados, conocer que las partes que intervienen en estas operaciones son el usuario, el tenedor del bien o servicio, la plataforma tecnológica y el medio de pago. Se recorrieron las industrias más destacadas donde opera con mayor potencia (hospedaje, logística y finanzas) y su impacto global, tanto social como económico. Este desarrollo permite observar el modelo colaborativo de forma general y facilita el posicionamiento particular en el sector financiero, el cual se desarrollará en el próximo capítulo.

## **CAPÍTULO 2: SISTEMA FINANCIERO TRADICIONAL Y SISTEMA FINANCIERO COLABORATIVO.**

En este capítulo se desarrollarán aspectos relacionados a la situación actual del sistema financiero en Argentina. Sus condiciones, costos y resultados del año 2018 para identificar el impacto del escenario actual en la oferta y demanda de crédito, así como en las inversiones.

Por otra parte se hará una revisión general del sistema financiero colaborativo, identificando sus operaciones más destacadas y sus principales ventajas y desventajas frente al sistema tradicional.

### **2.1. Sistema financiero en Argentina. Impacto de la coyuntura en la industria financiera.**

A los efectos de introducirnos en este capítulo, comenzaremos identificando la finalidad y las partes del sistema financiero.

Según Calvo (2008), el sistema financiero de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan las unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit. El sistema financiero comprende, pues, tanto los instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros. Los intermediarios compran y venden los activos en el mercado financiero.

Según Cabello (1999), cabe distinguir entre:

- Intermediarios financieros monetarios: estas entidades disponen del dinero como parte de sus obligaciones o pasivos, disponiendo de la capacidad de crear dinero. Dentro de esta categoría se situarían:

- Bancos privados.
- Cajas de ahorro.
- Cooperativas de crédito.
- Intermediarios financieros no monetarios: por el contrario, no tienen como pasivo al dinero, aunque disponen de todo tipo de valores para llevar a cabo su labor, como bonos, pagarés, obligaciones, acciones o títulos de propiedad. Hablaríamos de:
  - Mutualidades de ahorro o fondos de pensiones.
  - Compañías de seguro.
  - Fondos de inversión.
  - Sociedades de inversión inmobiliaria.
  - Instituto de Crédito Oficial (ICO).
  - Entidades de leasing o de *factoring*.
  - Intermediarios bursátiles: en el caso de las bolsas de valores, los activos que generan y negocian se convierten en capital empresarial o endeudamiento de las empresas y administraciones públicas.

Para tener una visión clara de la situación de Argentina, se muestra a continuación la información relevada y presentada en enero de 2019 por el Banco Central de la República Argentina<sup>16</sup> cuyos datos se registran hasta noviembre de 2018, donde se muestran depósitos y préstamos a diciembre de 2016, 2017 y noviembre de 2018. (Ver figura n° 3)

---

<sup>16</sup> BCRA (2019), <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/Entidades/201811e.pdf>

<http://www.bcra.gob.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/infomondiae.pdf>, consultado en febrero 2019.

	<b>PF e inversiones al sector privado bcos. Públicos y Privados (en millones \$)</b>	<b>Préstamos al sector privado bcos. Públicos y Privados (en millones de \$)</b>	<b>Cantidad de operaciones a plazo fijo Individuos en bancos públicos y privados</b>	<b>Cantidad de operaciones a plazo fijo Empresas en bancos públicos y privados</b>	<b>Cantidad de operaciones de préstamos en bancos públicos y privados</b>
<b>DIC 2016</b>	580.889	598.505	3.345.970	115.983	29.302.618
<b>DIC 2017</b>	722.655	900.376	2.871.697	105.686	29.685.953
<b>NOV 2018</b>	1.219.858	1.264.421	3.545.787	122.940	30.887.439

Figura n° 3: Evolución de Cartera de Préstamos y Plazos fijos e inversiones en Argentina.

Fuente: BCRA (2019)

Tal como se observa en la figura n° 3, de estos valores operados hasta noviembre de 2018 se ve que el crecimiento de depósitos en millones de pesos en relación a 2017 fue de 40%, es decir que el crecimiento estuvo por debajo de la inflación de 2018 que fue calculada por INDEC en 47,6%. Hubo un crecimiento en la cantidad de operaciones, es decir que más personas hicieron una colocación de capital en alguna alternativa de inversión pero en menores sumas que en 2017.

Se observa en estos datos que el crecimiento de cantidad de operaciones de plazo fijo e inversiones tanto de individuos como de empresas fue del 23% de 2017 a 2018, sin embargo la cantidad de operaciones de préstamos tuvo un crecimiento del 4%.

Este bajo porcentaje de crecimiento en el número de operaciones puede estar dado por el fuerte aumento de tasas de intereses activas y pasivas del sistema financiero. Tanto individuos como empresas evitan el endeudamiento a tasas altas, pero por otro lado

colocan capital en diversas alternativas de inversión para aprovechar las tasas pasivas<sup>17</sup> disponibles.

Según un reporte presentado por el BCRA (2019), la tasa de referencia del BCRA a principios de 2018 se encontraba en 19.84%, mientras que hacia fines de 2018 y mediados de enero de 2019 la tasa se ubicaba en 57.10%. La tasa de plazo fijo en pesos se ubica en el orden de 43.67% para el plazo de 30 días.

Por otro lado, las tasas activas<sup>18</sup>, es decir las que las entidades perciben por prestar dinero, registran los siguientes valores a noviembre de 2018:

Préstamos personales	64.64%
Adelantos en cta. Cte.	75.21%
Documentos a sola firma	63.04%

Los niveles de tasas consignados por el BCRA pueden ser la explicación principal de los resultados obtenidos en las operaciones activas y pasivas del sistema financiero durante 2018.

Toda esta información permite tener claridad con datos precisos de cómo se encuentra operando el sistema financiero en la Argentina. Las tasas altas para el otorgamiento de préstamos son una de las principales causas en la caída de operaciones de préstamos, lo cual deviene en una caída del consumo y de inversión en emprendimientos productivos. A esto se agrega la tendencia de tasas altas para los depósitos en pesos argentinos, lo cual reduce más todavía el dinero circulante en la economía, generando un doble impacto en el consumo y la inversión productiva.

---

<sup>17</sup> Tasa pasiva: tasa que pagan las entidades financieras por fondos recibidos de los inversores.

<sup>18</sup> Tasa activa: tasa que cobran las entidades financieras por el dinero que presta al mercado.

Traut (2017), publica un informe para First Capital Group en el cual comenta: En Argentina, de las 600.000 empresas, el 98% son pymes. Más del 80% de las Pymes Industriales tienen restringido el acceso a los distintos servicios financieros sea por la tasa de interés elevada o por las condiciones que imponen las entidades financieras.

En relación a las personas físicas, un informe de la Universidad de Palermo (2018) relevó datos que muestran que el 52% de los mayores de 18 años encuestados afirman no tener ninguna cuenta bancaria de ningún tipo. El número asciende al 57% en personas de menores ingresos y al 60% entre jóvenes de 18 a 26 años.

Considerando que la bancarización es el primer paso necesario para posteriormente acceder a préstamos o colocar fondos en alguna alternativa de inversión, estos datos consignados por UP muestran que la exclusión del sistema financiero alcanza a más de la mitad de la población con edad suficiente para poder operar en el sistema financiero.

A continuación se hará un recorrido por el estado de situación del sistema financiero colaborativo a los efectos de relevar resultados obtenidos en los últimos años, tasa de crecimiento, alcance, costos de las operaciones y otros datos que favorezcan la lectura de un panorama global del sistema financiero, conteniendo tanto al esquema tradicional como al colaborativo, a los efectos de identificar que oportunidades ofrece este último como alternativa para desafiar el efecto de tasas altas.

## **2.2 Concepto de *fintech***

Según Cardozo (2018), el término *Fintech* surge de la unión de las palabras '*finance*' y '*technology*' (finanzas y tecnología, en español). Se refiere a la aplicación de nuevas tecnologías que están transformando los servicios financieros. Ante este panorama, la banca está empezando a desarrollar estrategias para adaptarse al cambio a través de alianzas de todo tipo con las '*startups*', y así integrar dinámicas innovadoras en sus

estructuras mediante adquisiciones y creaciones de incubadoras de empresas emergentes en el propio banco.

Según un informe del BID (2017) se identificaron en América Latina 700 *startups fintech*. Brasil es uno de los países que aporta el mayor número de emprendimientos, con 230 *fintech*, seguido por México (180), Colombia (84), Argentina (72) y Chile (65). En total, estos cinco países concentran casi un 90% de la actividad de Latam, mientras que el 10% restante se encuentra repartido entre Perú (47), Ecuador, Uruguay, Costa Rica, Paraguay, Venezuela, Guatemala, República Dominicana, Honduras y Panamá.

Hoy en día, el mercado latinoamericano tiene un gran potencial debido al significativo porcentaje de personas y pymes que no tienen acceso al sistema financiero, pero que cuentan con dispositivos móviles o *tablets* que pueden servir como canal de intervención entre *startups* y personas no incluidas financieramente.

La oportunidad para las *fintech* es grande: la exclusión financiera medida por la posesión de una cuenta bancaria se estima en el 49% en la región. La gran mayoría de emprendimientos *fintech* ayuda en la erradicación de la exclusión y promueven mayor inclusión”, afirma BID en su informe.

Según el BID, las tendencias para estos países se distribuyen en los siguientes segmentos:

- Plataformas de financiación alternativa
- Pagos
- Gestión de finanzas empresariales
- Trading y mercado de valores
- Gestión de finanzas personales
- Empresas de tecnología para IF
- Gestión patrimonial
- Seguros
- Bancos digitales

- Educación financiera
- Puntaje financiera

Ahora mismo, para los inversores y aceleradoras el principal reto en Latinoamérica es encontrar *startups* maduras, ya que en el continente latinoamericano la mayoría de empresas presentes, sobre todo en el sector *fintech*, son *early stage*. Esta iniciativa se relaciona con que las *fintech* maduras ya han adquirido una mayor experiencia y conocimiento del mercado, lo que representa menor riesgo para los inversores.

Durante el encuentro Startup Europe Latin America: Scaling across an ocean (2018) en la cumbre de la Unión Europea se debatieron las principales inquietudes del sector respecto al desarrollo del mercado en estos países. Allí se destacó que Europa cuenta con un sector mucho más maduro y se habló de la necesidad de educar a inversores y *startups* en América Latina sobre el funcionamiento de los fondos de inversión, ya que es un continente mucho más conservador a la hora de invertir y necesita más inversión en capital riesgo.

Todos los indicadores señalan a México como el próximo *hub* de innovación *fintech* de América Latina, aunque Brasil va cobrando cada vez más importancia y puede llegar a destronarlo como primer ecosistema *fintech*. Google ha abierto este año su *Launchpad Accelerator* en Sao Paulo, especializada en *fintech*, y ya está trabajando con 24 *startups* brasileñas.

Tampoco hay que perder de vista el cono sur, Argentina, Uruguay o Chile son países también muy presentes en innovación *fintech*. De hecho, Bankia Fintech recibió en su última convocatoria 16 *startups* de Uruguay y 11 de Argentina, de un total de 110 candidaturas. En la convocatoria internacional recibió un total de 37 candidaturas, entre las que destacaba el gran número de *fintech* de América que quisieron formar parte del

proyecto. México lideraba el ranking (9), seguido de Colombia (8), EEUU (3), Perú (2) y Brasil (2)<sup>19</sup>.

Según Finnovista, una aceleradora *fintech* de emprendedores, en Argentina, el principal sector en el que incursionaron las *fintech* es pagos (25%) y *enterprise financial management*<sup>20</sup> (18%).

Según una publicación de Forbes (2017) el déficit de Argentina en créditos al sector privado, que ronda el 15% del PBI, es una oportunidad. Desde préstamos de bajo monto y plazo (al estilo de un adelanto de sueldo) hasta créditos para pymes o emprendedores, el signo distintivo de estas compañías es el uso de la tecnología, que permite aplicar a los préstamos de forma 100% online.

Casi siempre, la aprobación del crédito es inmediata y el desembolso demora solo unas horas. Eso se logra mediante algoritmos que evalúan el perfil de riesgo y que procesan bases de datos tradicionales y variables *soft* (perfiles de redes sociales, nivel educativo, nivel de ingreso inferido, composición del grupo familiar, actividad, nivel socio-económico) ya que, en muchos casos, los clientes no tienen un historial crediticio.

De los 400.000 usuarios de *fintech* en la región, el 75% son asiduos, es decir, que utilizan el canal como uno de sus principales puntos de venta, y solo el 18% accede a créditos del sistema financiero<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> <file:///C:/Users/Constanza/Downloads/FINTECH-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-Caribe.pdf>. Consultado en enero 2019.

<sup>20</sup> Software de desarrollo de aplicaciones *fintech*.

<sup>21</sup> <http://www.forbesargentina.com/crecimiento-las-fintech-argentinas/> (2017)

## 2.3. Tipos de operaciones *Fintech*

A continuación se describen características generales de las operaciones financieras en las cuales se centra esta tesis para hacer una breve introducción hacia su desarrollo de manera particular.

En esta tesis el foco está posicionado en operaciones de *crowdfunding* y microcréditos.

### **Préstamos**

Tras la crisis global de 2008, acceder al crédito se convirtió en una tarea muy complicada para muchos privados y pymes. El sistema bancario se auto protegió endureciendo las condiciones a sus clientes, sin tomar en cuenta que la liquidez es uno de los pilares del sistema de mercado en el que vivimos. El resultado fue un gran freno a la actividad económica debido a la dificultad para acceder al crédito de muchas empresas. Afortunadamente, en los últimos años han proliferado *startups Fintech*, cuyo objetivo ha sido llenar el espacio vacío dejado por los bancos.

El sistema financiero tradicional funciona recibiendo dinero de las personas y las empresas que logran generar ahorro después de haber consumido lo necesario en su actividad habitual. El sistema financiero ofrece una tasa de interés por el depósito de este ahorro, el cual toma para poder abastecer la demanda de préstamos también de personas y empresas, por la cual cobra una tasa de interés mayor. Aquí radica la diferencia fundamental entre este sistema y el sistema colaborativo. Funciona como intermediario, obteniendo el beneficio de spread entre la tasa que paga por el ahorro de los usuarios y la tasa que cobra por los préstamos que otorga.

Algunas de las operaciones de préstamos en *Fintech* registran variantes como las que se describen a continuación:

## **Préstamos P2P**

Este término se refiere a los préstamos realizados y ofertados por individuos naturales sin intervención de entidades bancarias o agencias de crédito. Se basa en el trato directo entre las partes involucradas, a través de una plataforma online que realiza la función de intermediario.

## **Crowdfunding**

También denominado micromecenazgo. Es una red de financiamiento colectivo, normalmente online, que a través de donaciones económicas o de otro tipo, consigue financiar un determinado proyecto a cambio de recompensas o participaciones de forma altruista. Los proyectos para los que se utiliza esta variante como fuente de financiamiento pueden ser muy variados: desde proyectos musicales o artísticos (conseguir dinero para una película o un corto) hasta campañas políticas, financiamiento de deudas, creación de escuelas o de empresas, entre otros.

## **Microcrédito**

Los microcréditos son un préstamo que se hace a una persona o un colectivo para que puedan desarrollar algún proyecto. Por ejemplo, para hacer un restaurante pequeño, una tienda o actividades económicas similares. Suele otorgarse sin tener que comprobar ingresos. Regularmente se solicitan documentos como comprobante de domicilio, un documento de identificación y un aval. Este tipo de créditos cuentan con diferentes modalidades: por ejemplo, si se le otorga a un número determinado de prestatarios, éstas pueden optar por dividir el pago entre sí. Regularmente, en los microcréditos se paga semanal o quincenalmente, por lo que si el crédito se otorga a doce personas, cada una de ellas pagaría una vez cada tres meses.

## 2.4. Evolución del mercado *Fintech* en Argentina

El BID (2018) presentó un informe donde destaca el desarrollo de las compañías *fintech* en Latinoamérica en 2018, donde la actividad creció un 66% respecto del año anterior, mientras que en Argentina el crecimiento fue del 61%. La cantidad de plataformas aumentó de 72 a 116 de 2017 a 2018<sup>22</sup>.

En el año 2018 la Cámara Argentina de *Fintech* junto a Accenture presentó por primera vez un informe pormenorizado de la industria *Fintech* en Argentina<sup>23</sup>.

El 66% de las empresas que otorgan préstamos que fueron encuestadas informaron haber concretado operaciones con una tasa levemente superior a la tasa otorgada por los bancos durante ese mismo período. Algunas reportaron tasas en el orden del 50% anual, mientras que la tasa de referencia del BCRA a la fecha de la encuesta efectuada a las empresas se encontraba ubicada en 40%. De esta manera, con el diferencial de tasa levemente superior, las *fintech* compensan el riesgo asumido, dado que la morosidad de la cartera es alta, se ubica en el orden del 10%. Así mismo, el desarrollo tecnológico con el que cuentan las compañías *fintech* facilita identificar con mayor detalle el perfil de sus clientes, abriendo la posibilidad de personalizar las tasas en función de cada perfil y de su comportamiento a lo largo de la relación con la compañía.

En algunos casos los clientes gozarán del beneficio de una tasa más reducida por haber tenido un mayor cumplimiento o mayor tasa si se identifica su perfil con el de un tomador más riesgoso.

---

<sup>22</sup> BID (2018) file:///C:/Users/Constanza/Downloads/Fintech-Am%C3%A9rica-Latina-2018-Crecimiento-y-consolidaci%C3%B3n.pdf. Consultado enero 2019.

<sup>23</sup>Cámara Argentina de *Fintech* (2018) [https://issuu.com/criptonoticias6/docs/informe\\_fintech\\_arg2018](https://issuu.com/criptonoticias6/docs/informe_fintech_arg2018). Consultado en febrero de 2019.

Este factor es un diferencial con respecto al sistema financiero tradicional, ya que en el último la tasa es más inflexible, está más relacionada a la estrategia competitiva entre bancos.

En términos de colocación de inversiones, en el último trimestre de 2018, la plataforma Mercado Libre lanzó la alternativa de colocar los fondos que los usuarios de Mercado Pago tienen disponibles en un fondo de inversión con un rendimiento que iguala o supera al de algunos bancos.

El total de cuentas comitentes aperturadas a través de Mercado Libre y Mercado Pago representaba hasta diciembre de 2018 y con sólo 3 meses de operación, el 20% de las registradas por la CNV.

Las perspectivas de crecimiento del sector, según la Cámara Fintech de Argentina para los próximos 3 años, es muy alentadora para el sector hablando de variables como la regulación del mercado, disponibilidad de talentos, disponibilidad de inversiones, crecimiento de consumidores, surgimiento de incubadoras, aceleradoras, etc. (Ver figura n° 4)

#### EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN DENTRO DE 3 AÑOS (2021).

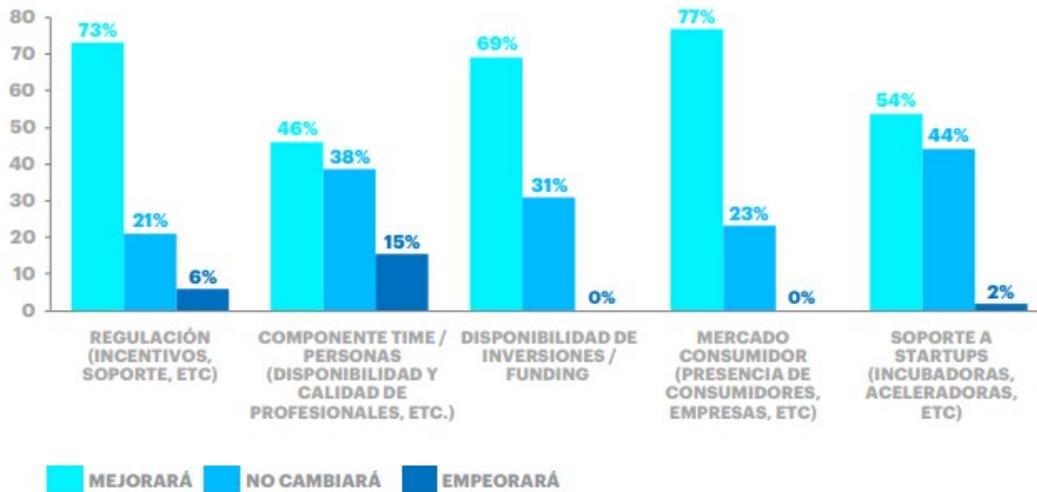


Figura nº 4: Perspectiva de las Fintech en Argentina en 3 años (2021)

Fuente: Cámara Argentina de Fintech- Accenture (2018)

Como se ve en la figura nº 4, los intervinientes en el sector nucleados en la Cámara Argentina de Fintech, son altamente optimistas en relación al crecimiento del sector, particularmente en los factores como la oferta, demanda y la regulación en el plazo de los próximos 3 años.

## 2.5. Ventajas y desventajas en relación a modelos tradicionales del sistema financiero

A continuación se desarrollan las principales ventajas y desventajas que han surgido a través de las operaciones en el sistema financiero mediante el modelo colaborativo.

Este contenido permitirá identificar qué aspectos pondera el mercado en la toma de decisiones de crédito, pagos e inversiones.

### **Ventajas de economías colaborativas:**

La democratización del acceso a servicios financieros, ya que, tanto invertir como solicitar asistencia crediticia puede resultar mucho menos burocrático y más viable para cualquier persona que mediante una alternativa formal del sistema financiero, las cuales requieren condiciones mucho más engorrosas. Entre las principales ventajas Fuente<sup>24</sup> (2015) destaca:

**Mayor oferta para el consumidor.** Mejor acceso a otras alternativas que hasta ahora eran inviables o no eran visibles para la mayoría de nosotros.

**Ahorro económico.** Los servicios o productos que se ofrecen a través de este sistema tienen precios más reducidos.

**Desarrollo sostenible.** La economía colaborativa impulsa y provoca el segundo uso de los productos.

**Gestión de recursos.** La utilización de los recursos es otro de los principios básicos de la economía colaborativa ya que es algo que nos beneficia a todos. El mejor ejemplo es el conductor que comparte su vehículo con varios pasajeros con destinos próximos.

**Beneficio medioambiental.** Reducción de la producción con un menor gasto de recursos naturales y una menor contaminación.

---

<sup>24</sup> Fuente (2015) <https://www.iebschool.com/blog/economia-colaborativa-consumo-lean-startup/> consultado en noviembre 2018

**Efectos favorables para la competencia.** Facilita el emprendimiento, estimula la competencia y la actividad económica.

**Valor social.** Fomenta la cohesión social, la solidaridad y las relaciones sociales basadas en la confianza.

**Dinamismo y velocidad:** El consumidor puede comparar oferta y condiciones en varias plataformas y *apps* en simultáneo, así como el ingreso y salida de un portafolios de inversiones en tiempo mucho reducido que concurrendo a un banco.

**Personalización y atención al usuario:** si hay algo que precisamente han sabido potenciar los productos *fintech* es su esmerada capacidad de atender de forma personalizada las necesidades particulares del usuario y de la empresa. Muy probablemente, si un usuario es capaz de detectar un problema en su entorno financiero, ya habrá una *startup* diseñada específicamente para ofrecerle una solución a medida.

**Los inconvenientes de las *fintech* son:**

**Sensación de falta de seguridad:** Como toda plataforma virtual y todo lo que se gestiona a través de Internet, en el uso de estos productos y servicios esencialmente tecnológicos existen ciertos riesgos asociados al auge de la ciber delincuencia. No obstante, las compañías trabajan día a día en fortificar sus medidas de seguridad para evitar ataques. Aunque tampoco existen garantías de que nuestros datos estén cien por cien protegidos haciendo uso, por ejemplo, de la banca tradicional.

**Desconocimiento:** Pese a que el nivel de penetración de las *fintech* en el tejido empresarial y financiero es cada vez mayor, aún existe un amplio sector que desconoce qué son, cuáles son sus beneficios y cómo usarlas. Esto puede dar lugar a cierto entorpecimiento en algunas relaciones empresariales, aunque también puede considerarse una ventaja competitiva en determinados casos y entornos.

**Precariedad del empleo:**

Según Goudin (2016) de esta problemática lo que está claro es que el rápido auge de las plataformas de economía colaborativa lleva a replantearse los modelos de comercio y las formas en las que se actúa. Conjuntamente, se abre un nuevo paradigma de la relación laboral que produce este modelo. El operar en estas plataformas supone que, en lugar de depender de la figura de un empresario, el único intermediario en la operación es el ordenador. Así, cada vez que se realice una transacción, su precio variará en tiempo real, de acuerdo con la oferta y demanda, asimilándose la venta de un servicio a un contrato de trabajo

### Ausencia de marco regulatorio:

Goudin (2016) también menciona que este factor es causa de importantes conflictos, ya que este modelo rompe con los paradigmas del sistema tradicional de oferta y demanda, de contribuciones impositivas y otros aspectos. Dado que se trata de un modelo que ha crecido exponencialmente en una década, no ha dado tiempo suficiente para que las partes involucradas (plataformas *on line*, usuarios, gobiernos, etc) acuerden nuevas leyes que equilibren las condiciones para todas las partes.

En figura nº 5 se pueden observar algunas de las diferencias fundamentales entre el sistema tradicional y el modelo de economías colaborativas. Se muestran aspectos que determinan la operación de cara al público. (Ver figura nº 5).

FACTOR COMPARACION	DE SISTEMA TRADICIONAL	FINTECH
MODELO DE NEGOCIO	INTERMEDIACIÓN	DESINTERMEDIACIÓN
INFRAESTRUCTURA	OPERACIÓN EN SUCURSALES Y ONLINE	OPERACIONES ON LINE
INFORMACION PARA LA TOMA DE DECISIONES	PROPORCIONADA POR EL CLIENTE	PROPORCIONADA POR EL CLIENTE Y BIG DATA
DINERO	FISICO	ELECTRÓNICO

<b>SEGURIDAD DEL SISTEMA</b>	CONTRASEÑAS	BLOCKCHAIN-TOKENIZACIÓN-DATOS BIOMÉTRICOS
<b>COMISIONES POR GESTIÓN</b>	MAYORES QUE EN FINTECH, DEPENDIENDO DE CADA ENTIDAD	MENORES QUE SIST. TRADICIONAL O NULAS

Figura nº 5: Tabla comparativa de sistema tradicional y Fintech

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura nº 5, en todos los aspectos mencionados se distinguen diferencias entre el sistema tradicional y el sistema colaborativo, mostrando cómo en el modelo colaborativo las medidas de seguridad, los costos y la accesibilidad son más flexibles para facilitar las operaciones, a diferencia del sistema tradicional, que frente al surgimiento de las *fintech* comienza a redefinir sus estructuras paulatinamente para ser más competitivo.

# CAPÍTULO 3: PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE CROWDFUNDING EN EL MUNDO E IMPACTO EN LA ECONOMÍA GLOBAL.

## 3.1. Concepto de *crowdfunding*

El BID (2017) comparte la definición de FOMIN. Este concepto se refiere a cualquier formación de capital en donde las necesidades de financiamiento de una organización o un individuo se comunican a través de una convocatoria abierta a un grupo de personas. Analizando información de mercado, *crowdfunding* se conoce como el sistema de financiamiento y/o mecenazgo dirigido a la concreción de proyectos de emprendimientos y *startups*. La diferencia entre estos conceptos es que el primero refiere a un tipo de emprendimiento iniciado por una persona en base a un modelo de negocio probado y sustentable, y el segundo refiere a un proyecto de producto o servicio innovador, generalmente asociado a plataformas tecnológicas.

Por una parte se encuentra el emprendedor o grupo de emprendedores, quienes carecen de los fondos necesarios para el lanzamiento de su proyecto. Por otro lado se ubican los inversores dispuestos a contribuir económicamente para la concreción de dichos proyectos.

El punto de conexión de estas dos partes son las plataformas de *crowdfunding* o PFC (Plataforma de financiamiento colectivo). En América Latina el volumen de fondeo del mercado actual es de 85,74 millones de dólares con un crecimiento anual del 50%. Aunque está lejos de mercados como Estados Unidos, donde la suma asciende a 17,25 mil millones de dólares, Asia 10,54 mil millones de dólares y Europa 6,48 mil millones de dólares; supera de manera amplia a Oceanía 68,6 millones y África 24,6 millones de dólares.

Según el informe de la Cámara Argentina de *Fintech*, las *startups* dedicadas a *crowdfunding* representan el 6% de un universo de 133 compañías. En la Figura nº 6 las compañías de *crowdfunding* están identificadas como de Financiamiento Colectivo. (Ver figura nº 6)

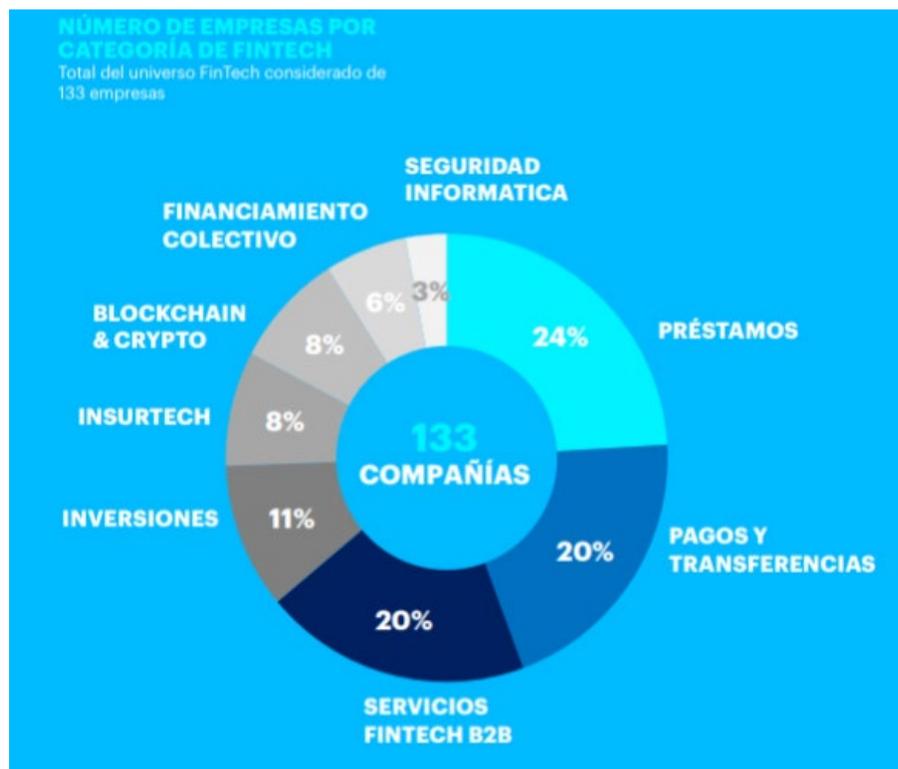


Figura nº 6: Número de Empresas por Categoría de Fintech.

Fuente: Cámara Argentina de Fintech (2018)

Según se puede ver en la figura nº 6, el sector *Fintech* se encuentra ampliamente diversificado en los tipos de operaciones que ya se están ejecutando en el país. Las más desarrolladas con un volumen de operaciones mayor son los préstamos y las operaciones de pagos, así como los servicios B2B<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> B2B: Servicio brindado entre empresas. El mercado es más reducido, pero el volumen de operaciones es mayor y la relación puede ser de más largo plazo.

Así como esta industria está creciendo en los montos recaudados, también se pueden ver más sitios de origen latino, como Fondeadora, la cual se presenta en su página web con el mensaje: Queremos hacer bien lo que tu banco hace mal.<sup>26</sup> y Crowdfunder<sup>27</sup> donde los proyectos de la región tienen una mayor proyección.

## 3.2. Características del mercado

El mercado de *Crowdfunding* está fundamentalmente conformado por emprendedores *millenials*<sup>28</sup>.

Esta generación ya se encuentra inmersa en las dotaciones de la empresas y/o iniciando proyectos propios.

Aportan al mercado nuevos puntos de vista, renovando las prioridades en el ámbito laboral y creando nuevos negocios con ofertas innovadoras y cada vez más de nicho.

No priorizan el salario o la obtención de riqueza como indicador de felicidad, sino que imponen nuevos métodos de compensación por su trabajo, o se plantean nuevas perspectivas sobre el rendimiento de los negocios que inician.

Priorizan proyectos que tengan impacto social y/o ambiental y manifiestan un particular gusto por lo sostenible.

Prefieren proyectos y empleos que tengan un sentido personal, en función de sus experiencias personales, más que trabajar por el ideal o la cultura de una compañía de terceros.

Por otro lado, en el *Crowdfunding* o PFC no existe intermediación financiera, ya que no se captan depósitos del público para realizar operaciones de crédito. Para ingresar como prestatario del servicio, se determina que las PFC se conformen como

---

<sup>26</sup> <https://fondeadora.com/>

<sup>27</sup> <https://www.crowdfunder.com/>

<sup>28</sup> Nacidos entre 1980 y 2000.

sociedades anónimas separándose completamente de la posesión, promoción discriminatoria o financiación de los proyectos.

Se busca así que cada PFC actúe como un canal neutral cuyo único fin sea el de promocionar en iguales condiciones a los proyectos listados y guiar el capital inversor a estos nuevos emprendimientos publicándolos principalmente por la web.

### **3.3. Regulación de *Crowdfunding* en Argentina**

Según un artículo publicado por la Bolsa de Comercio de Rosario (2018), se explica que en Argentina, la reglamentación de los “Sistemas de Financiamiento Colectivo”, o *Crowdfunding*, está encuadrada bajo el diseño de Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349, que tiene por objetivo fomentar los canales de financiamiento para la realización de proyectos de carácter emprendedor. Esta iniciativa legal sigue la corriente a nivel mundial, citando, entre otras legislaciones, a la JOBS Act (“*Jumpstart Our Business Startups*”) promulgada bajo la Administración de Barack Obama en Estados Unidos el 5 de abril de 2012 -reglamentándose el *Crowdfunding* público (*Regulated Crowdfunding*) a través de la emisión de títulos valores- o a la Ley 5/2015 “de fomento de la financiación empresarial”, en España el 27 de abril de 2015.

A nivel local, las ICO (“*Initial Coin Offerings*”) no son objeto de regulación específica de la CNV. No obstante, la entidad remarca que, dependiendo de las particularidades de cada caso y de cómo está estructurado cada ICO, se podría estar bajo valores negociables cuya emisión por oferta pública debe ser autorizada por la CNV. A pesar de que una ICO podría entrar en la categoría de valores negociables, no podría per se estar bajo la estructura regulatoria de *Crowdfunding* por el hecho de que los medios para instrumentarse están explícitamente definidos en el artículo 24 de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor:

- Emisión de acciones de una sociedad anónima (S.A.) o sociedad por acciones simplificada (SAS).

- Préstamos convertibles en acciones.
- Participación en fideicomisos.

En Argentina la legislación de *Crowdfunding* es muy similar a la estadounidense. El sujeto a fiscalizar por la CNV será la “Plataforma de Financiamiento Colectivo” (PFC), plataforma que ofrecerá el servicio de publicidad y canales de contacto, principalmente a través de sitios web, para los proyectos de aquellas personas bajo la categoría de “Emprendedores de Financiamiento Colectivo” que busquen el aporte de capital de un grupo grande de pequeños inversores. (Ver figura nº 7).

<b>Plataformas de Financiamiento Colectivo (PFC)</b>	
<b>Qué debe hacer la PFC*</b>	<b>Qué NO debe hacer la PFC*</b>
Constituirse como S.A.	Brindar asesoramiento de inversión de los Proyectos promocionados por la PFC.
Domiciliarse en Argentina	Destacar proyectos promocionados sobre los demás.
Está obligada a recabar y asegurar la validez de la información sobre los participantes.**	Invertir fondos de emprendedores en sus propios proyectos.
Indicar el canal de transferencia de fondos entre participantes y sistemas informáticos críticos.	Gestionar inversiones en los proyectos o poseer/administrar fondos suscriptos en Proyectos o Instrumentos de proyectos.
Cumplir con diferentes requisitos documentarios para incorporarse en el registro.	Adjudicar fondos destinados a un proyecto a otro en particular.
No pueden realizar otras actividades sujetas al control de CNV.	Asegurar la totalidad e la captación de los fondos a los emprendedores.
Sólo pondrán realizar actividades complementarias no sujetas al control de la CNV siempre que no exista conflicto de intereses.	Financiar por cuenta propia a los fondos invertidos en los proyectos.
Presentar Estados Contables anuales.	Asegurar retornos de inversión a los inversores.
Mantener un PN mínimo de \$ 250.000.	Presentar proyectos propios del Responsable de la PFC, accionistas y/o grupo de control.
Informar a los inversores sobre los riesgos inherentes al crowdfunding.	Participar en los proyectos de financiamiento colectivo.
Seleccionar los proyectos publicitados a través de una guía de criterios y métodos objetivos.	
Realizar las acciones necesarias para detectar proyectos fraudulentos.	
Proveer de canales de comunicación para los participantes.	
Publicitar la tasa por sus servicios.	
Informar el grado de financiamiento, progreso y fracaso de cada proyecto.	

Figura nº 7: Obligaciones y restricciones que alcanzan a las Plataformas de Financiamiento Colectivo (PFC)

Fuente: Comisión Nacional de Valores (2018)

Como se ve en la figura nº 7, existe una serie de lineamientos con los cuales deben cumplir las PFC según dispone la Comisión Nacional de Valores. Empiezan a surgir regulaciones para el modelo colaborativo a los efectos de darle un marco normativo que fortalezcan el vínculo de confianza de las partes y la protección de los usuarios.

## Casos de éxito de *crowdfunding*

- I. **Idea.me**<sup>29</sup>: “Una comunidad que impulsa ideas creativas”. Este es el slogan que promulga la página.

Idea.me está basada en recompensas. Nació en Chile y rápidamente se expandió a Argentina, Brasil, México, Colombia, Uruguay y EE.UU.

Intervienen los emprendedores, los colaboradores y la plataforma.

El interesado en conseguir asistencia puede solicitar que la misma sea de diversa naturaleza:

**Financiamiento:** a través de la venta de recompensas ofrecidas por los creadores a los colaboradores de su proyecto.

**Difusión:** la plataforma funciona como una vidriera que da a conocer proyectos de manera masiva en América Latina y el mundo. Esta exposición permite a los emprendedores conocer a sus potenciales clientes/seguidores y testear sus productos en un nuevo mercado.

**Profesionalización:** a través del material de capacitación y de las herramientas de gestión disponibles para los usuarios creadores. Es un espacio que permite ordenar y pulir las ideas, convertirlas en proyectos concretos, aprender a venderlas de forma adecuada y armar una campaña de comunicación eficiente.

La plataforma Idea.me percibe una comisión sobre los fondos recaudados que asciende a una suma fija más un fee variable. La suma fija es de \$1000 en Argentina y U\$S 25 en el resto de los países en los cuales opera. Es así como por ejemplo, en el

---

<sup>29</sup> <https://www.idea.me/>

caso de recaudar \$5000, la plataforma retiene \$1000 fijos más el 12% + IVA sobre lo recaudado. En este caso el total retenido en calidad de comisión para Idea.me representa un 31,6% el cual decrece al aumentar la suma total recaudada. La suma fija se percibe de cualquier manera, aunque el proyecto no haya alcanzado el objetivo de recaudación del 100%.

Las categorías de ideas son diversas de proyectos en los cuales se puede participar como colaborador:

Artes (Escénicas, visuales, cine y video, música, etc.); ciencia y tecnología; deportes; diseño; editorial; educación; eventos; juegos; impacto social y ecológico; urbanismo.

- II. **Kickstarter**<sup>30</sup> es una plataforma que provee a artistas, músicos, cineastas, diseñadoras y otros creadores con los recursos y el apoyo necesarios para llevar sus ideas a la realidad.

Los benefactores son fundaciones, entidades sin fines de lucro, y demás organizaciones que asignan fondos para apoyar proyectos de Kickstarter que se alinean con su misión.

En 2015 cambiaron el estatus de *Kickstarter* a *Benefit Corporation*. *Benefit Corporations* son compañías que siguen generando ganancias, pero al mismo tiempo están obligadas a tener en cuenta el impacto que tienen sus decisiones no sólo en términos de dinero, sino también en la sociedad. Fundamentalmente, el impacto positivo en la sociedad se convierte en una de las metas legalmente definidas de la compañía.

Es la plataforma de *crowdfunding* más grande, según la revista Forbes. Surgió en 2009 y fue la principal promotora de *crowdfunding* para su propagación global.

---

<sup>30</sup> <https://www.kickstarter.com/?lang=es>

En este caso, si la financiación del proyecto se lleva a cabo con éxito, se deducirán las siguientes comisiones del monto total: una comisión de Kickstarter del 5 % y una comisión por procesamiento de pago (entre el 3 % y el 5 %). Si no se llega a la meta de financiamiento en el plazo estipulado, no se cobrará ninguna comisión.

III. **Crowdium**<sup>31</sup> es una plataforma de financiamiento colectivo dedicada exclusivamente a proyectos inmobiliarios de Argentina. Pensada para que los pequeños y medianos inversores puedan participar e invertir tanto pesos como dólares, en 3 simples pasos.

Las alternativas de inversión pueden encontrarse tanto en Argentina, como en el mercado internacional y el rendimiento ofrecido es de entre 20 y 30% en dólares en un plazo de entre 18 y 24 meses, además de la revalorización del bien en el cual se coloca la inversión, que en uno de los proyectos más importantes que está desarrollando la plataforma, se estima un revalúo del 9% anual.

El ticket promedio de colocación de fondos para esta inversión ronda lo U\$S 8000 y adhirieron alrededor de 150 personas en Argentina.

Algunos de los proyectos para los cuales se solicita fondeo son loteos en barrios privados, edificios de departamentos o edificios destinados a espacios de *coworking*.

Habiendo revisado la información de los casos más relevantes de financiamiento colectivo de Argentina, Latinoamérica y Europa, mencionando los ingresos que perciben en concepto de comisiones por conectar a emprendedores e inversores, es importante contrastar la diferencia que existe entre la flexibilidad de acceso a la obtención de fondeo a través de este sistema, frente las rigideces del sistema financiero tradicional.

Para un emprendimiento pyme, obtener una línea de crédito en un banco público o privado requiere al menos un año de operación comercial, balance cerrado con

---

<sup>31</sup> [https://www.crowdium.com.ar/?utm\\_source=3&gclid=Cj0KCQjwg73kBRDVARIsAF-kEH937pUI-13oYAiyh2GmUnLvTYBmBL-inEIH3VP3H1Ko7ardNx6LZlaAhVDEALw\\_wcB](https://www.crowdium.com.ar/?utm_source=3&gclid=Cj0KCQjwg73kBRDVARIsAF-kEH937pUI-13oYAiyh2GmUnLvTYBmBL-inEIH3VP3H1Ko7ardNx6LZlaAhVDEALw_wcB)

resultados positivos y garantías entre otros requisitos. En términos de costos, dependiendo de la entidad y de la línea de crédito, el costo financiero total para el segmento pymes y grandes empresas puede variar entre el 40 y 105%, según los reportes de comisiones publicados por diferentes entidades en Argentina.

Se puede ver que la alternativa del sistema colaborativo es conveniente y accesible para un público joven, como el descrito anteriormente en el apartado 3.2, que podría no contar con los requisitos formales del sistema financiero tradicional para obtener financiamiento, mientras que en el sistema colaborativo las barreras de entrada son bajas o nulas.

## **CAPÍTULO 4: MICROCRÉDITOS. UNA ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO FLEXIBLE.**

En este capítulo destinado a mostrar los microcréditos en Argentina se pondrá foco en la evolución de los mismos en los últimos años, y el crecimiento último desde 2017 a 2018.

A través de los datos relevados de diferentes fuentes se busca mostrar como la alternativa de otorgar financiamiento en pequeñas cantidades, flexible y económico, fortalece a sectores vulnerables y hace emerger un mercado con gran potencial de desarrollo y con enorme necesidad de soporte.

### **4.1. Concepto de microcrédito:**

Según ASBA (Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas) el microcrédito es un crédito de pequeña cuantía concedido a personas con negocio propio, de pequeña escala, y que será devuelto principalmente con el producto de las ventas de bienes y servicios del mismo. Estos créditos son otorgados utilizando metodologías crediticias especializadas de intenso contacto personal para, entre otros, evaluar y determinar la voluntad y capacidad de pago del cliente potencial.

Yunus (s.f.)<sup>32</sup>, destacó que es muy importante para llegar a conclusiones claras, formular políticas correctas, diseñar instituciones y metodologías apropiadas. En lugar de simplemente decir "microcrédito", sugiere especificar categorías de microcrédito:

- i. Microcrédito informal tradicional (por ejemplo, crédito del prestamista, casas de empeño, préstamos de amigos y familiares, crédito al consumo en el mercado informal, etc.)
- ii. Microcrédito basado en grupos informales tradicionales.

---

<sup>32</sup> Yunus (s.f.) <http://www.grameen.com/what-is-microcredit/>. Consultado en enero de 2019

- iii. Microcrédito basados en actividades a través de bancos convencionales o especializados (como crédito agrícola, crédito de ganado, crédito de pesca, crédito de mano, etc.)
- iv. Crédito rural a través de bancos especializados.
- v. Microcrédito cooperativo (crédito cooperativo, cooperativa de crédito, asociaciones de ahorro y préstamo, cajas de ahorro, etc.)
- vi. Microcrédito al consumidor.
- vii. Microcrédito basado en la asociación banco-ONG.
- viii. Microcrédito tipo Grameen o crédito Grameen.
- ix. Otros tipos de microcréditos de ONG.
- x. Otros tipos de microcrédito no colateral no de ONG.

Este es un intento muy rápido de clasificar el microcrédito para hacer un punto. El punto es: cada vez que usamos la palabra "microcrédito" debemos dejar claro de qué tipo (o grupo de tipos) de microcrédito estamos hablando. De lo contrario, continuaremos creando una confusión infinita en nuestra discusión. No hace falta decir que la clasificación que he sugerido es sólo provisional. Podemos refinar esto para permitir una mejor comprensión y mejores decisiones políticas.

## **4.2. Destinatarios de Microcréditos**

Como se menciona en el programa de educación financiera de ASBA

Los microcréditos están dirigidos a individuos de bajos ingresos que potencialmente pueden devolver el dinero prestado, pero que no pueden cumplir las exigencias mínimas para calificar como sujetos de crédito en el sistema financiero tradicional. Estas personas se caracterizan por:

- No contar con un capital mínimo para iniciar sus actividades.
- No contar con garantías para obtener un crédito en el sistema financiero tradicional.

- Requerir montos muy pequeños, lo que no favorece la rentabilidad de las entidades financieras por los altos costos de las operaciones por unidad.
- Poseer escaso nivel de capacitación, lo que impide presentar adecuadamente las características y posibilidades de los proyectos a financiar.

En general, los destinatarios de los microcréditos son micro emprendedores, pequeños agricultores, e inclusive individuos parcialmente empleados con ingresos inestables, pero que tienen sus necesidades básicas satisfechas.

### **4.3. Evolución de demanda de microcréditos en Argentina**

Para tener una visión más clara de la operatoria de microcréditos en Argentina, se presentan datos de situación a 2018 complementados con aportes de líderes de opinión en la materia sobre el desarrollo y la implementación en diferentes sectores, las limitaciones que se presentan y una perspectiva que permita identificar oportunidades para fortalecer la inclusión financiera y el soporte de emprendimientos productivos a través del otorgamiento de microcréditos.

En la figura nº 8 se muestran datos relevados del reporte periódico presentado por Foncap<sup>33</sup>. Para mostrar la evolución del sector en Argentina, se muestran los resultados a diciembre de 2017 y a septiembre de 2018. (Ver figura nº 8)

---

<sup>33</sup> Foncap es una organización argentina destinada a finanzas inclusivas y microcréditos.

	Datos a Diciembre 2017			
CARACTERÍSTICAS INSTITUCIONALES	Pequeñas	Medianas	Grandes	Total
Número de Instituciones	33	11	12	56
Número total de empleados	135	219	809	1.163
Número de asesores de crédito	98	48	347	493
INDICADORES DE ESCALA				
Número de prestatarios activos	3.399	4.776	72.913	81.088
Número de préstamos activos	3.118	4.702	79.335	87.155
Cartera bruta* (\$)	19.082.906	43.035.891	2.212.274.463	2.274.393.260

\*Valor en pesos corrientes argentinos

DATOS A SEPTIEMBRE 2018				
CARACTERÍSTICAS INSTITUCIONALES	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	TOTAL
Número de Instituciones	29	13	10	52
Número total de empleados	283	221	723	1.227
Número de asesores de crédito	107	60	304	471
INDICADORES DE ESCALA				
Número de prestatarios activos	16.384	8.338	73.180	97.902
Número de préstamos activos	16.238	14.903	77.222	108.363
Cartera bruta* (\$)	109.320.688	58.136.163	2.493.492.697	2.660.949.548

\*Valor en pesos corrientes argentinos

Figura nº 8: Evolución de microcréditos en Argentina entre 2017 y 2018.

Fuente: Foncap (2018)

La información suministrada en la figura nº 8, muestra la evolución en la cartera bruta de préstamos otorgados en todas las categorías de instituciones beneficiarias, tanto en cantidad de dinero como en cantidad de operaciones vigentes.

Tuchin<sup>34</sup> (2018) mencionó que en la Argentina hay 81.000 beneficiarios y la mayoría son mujeres de barrios vulnerables; sin embargo, quedan 4.000.000 de posibles prestatarios excluidos del sistema

Wainhaus (2018) enumera otras trabas que hacen que el microcrédito no haya crecido al mismo ritmo que en otros países de América Latina. La Argentina cuenta con muy bajo nivel de educación y cultura financiera en la población. Por otro lado, se nota una falta de profesionalización en el sector. Por último, las personas necesitan contar con información más confiable para tomar decisiones.

Analizando la oferta publicada *on line* por diversas organizaciones que otorgan microcréditos en la Argentina, se encuentra que las tasas impuestas para dichas operaciones en algunos casos es de 0%, como el caso de la ONG Nuestras Huellas, que obtiene fondos a través de actividades comunales como rifas, concursos o ahorros de sus integrantes.

Existen otros casos como el de Foncap que emite préstamos a tasa no mayor a 25%, o como áreas destinadas al desarrollo social de bancos públicos, que fijan tasa en el orden del 40%.

Incluso en los casos en los que las tasas son mayores, la flexibilidad y accesibilidad es superior a la de los bancos. En todos los casos se ofrecen períodos de gracias de entre 3 y 12 meses, lo cual favorece a los emprendedores que requieren un período para ver el retorno de lo invertido a través del microcrédito.

---

<sup>34</sup>Tuchin, Wainhaus (2018) <https://www.lanacion.com.ar/comunidad/microcreditos-crece-el-numero-de-emprendedores-pero-aun-es-pequeno-nid2132100>

#### 4.4 Impacto de Microcréditos en la comunidad

A través del microcrédito se ayuda a personas en situación de vulnerabilidad económica a desarrollar un negocio viable, aumentar su ingreso y reducir su condición vulnerable a shocks externos. Se fortalece la seguridad de cada persona en sí misma y en su trabajo para salir adelante. Según la revista *The Economist*, en su artículo de enero del 2001, el microcrédito funciona mejor que cualquier otro tipo de asistencia social por dos razones: Por un lado fomenta la iniciativa antes que la dependencia, y la segunda razón es el desarrollo de un programa de microcrédito bien administrado puede ser auto-sustentable. *The New York Times* escribe en un artículo en febrero de 1997, donde define al microcrédito como una ayuda directa para los pobres, crea trabajos en los pueblos, y ayuda a las mujeres a desarrollar confianza en sí mismas e independizarse. En definitiva, el microcrédito ha sido probado como una herramienta efectiva para reducir la pobreza.

Zúñiga<sup>35</sup> (2018), la posibilidad del ahorro (algo que promueven las entidades del microcrédito) permite resistir mejor a los embates de la coyuntura, sobre todo en un contexto de vulnerabilidad. Y además, porque se otorga comodidad para hacer pagos o, incluso, porque se permite mejorar la capacidad de trabajo de los emprendedores.

En lo que se refiere a los emprendimientos, Bekerman (2018), mencionó cuatro aspectos que suelen ser problemáticos: financiamiento, capacidad de organización, acceso a mercados y necesidad de innovación social<sup>36</sup>.

A lo largo de este capítulo, y estrechamente vinculado al capítulo nº 3 podemos ver como las alternativas de economías colaborativas han logrado inclusión y abierto

---

<sup>35</sup> Asesora de la Presidencia del Banco Central de la Nación.

<sup>36</sup> Bekerman (2018) <https://www.lanacion.com.ar/economia/microcreditos-desafiode-incluir-partir-finanzas-nid2170036>

oportunidades para un mercado antes desatendido por el sistema financiero tradicional, creando valor y potenciando a actores de la economía que en conjunto comprenden una fuerza significativa para el crecimiento económico de un país.

Si bien existen limitaciones como el nivel de educación financiera, el conocimiento de la oferta disponible u oferta aún acotada para la demanda, el crecimiento de la última década de la cartera de microcrédito en diversas organizaciones pone de manifiesto que no se trata de una alternativa marginal, si no de una fuente genuina de financiamiento y a la vez una oportunidad de sumar individuos y organizaciones dispuestos a colocar fondos para obtener un beneficio personal pero con un impacto social muy valioso para la economía.

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

## CAPÍTULO 5: PERSPECTIVA DE MERCADO EN ARGENTINA

El presente capítulo se desarrolla con el propósito de identificar las oportunidades y desafíos que transita el sector financiero en el modelo de economías colaborativas. Para ello se desarrolló una investigación cualitativa de tipo descriptiva. Se diseñó una encuesta (Ver anexo nº I) utilizando la aplicación Survey Monkey<sup>37</sup> para conocer si el mercado en Argentina conoce alternativas de microcrédito y *crowdfunding*, si tiene alguna experiencia y cómo la calificaría, frecuencia de adhesión a créditos e inversiones en el sistema financiero tradicional y conocer opinión sobre el crecimiento a futuro de las economías colaborativas y los factores que necesita corregir el sector para promover el crecimiento. La encuesta diseñada estuvo compuesta de 9 preguntas, se distribuyó a través de redes sociales y mail a base de datos propia. Las preguntas se encuentran detalladas en el anexo I y los datos de edad y nivel de formación académica de la muestra se pueden observar en el anexo II. Se obtuvieron 153 respuestas.

Posteriormente, una vez relevados los datos de la encuesta, se realizaron entrevistas con Rodrigo Alvarez, responsable de RRH de Foncap y con Alejandro Consetino, vice director de la Cámara Argentina de Fintech. Ambas entrevistas fueron concertadas con el propósito de contrastar las opiniones de la encuesta con las perspectivas de los referentes, tanto de microcréditos como de la entidad que nuclea a las compañías *fintech*.

---

<sup>37</sup> SurveyMonkey INC (2017). Survey Monkey 2.0.61 Aplicación Móvil. Descargado de [https://itunes.apple.com/app/id723867634?fbclid=IwAR172hLBSz5HYRegopVvNDtw-5oyLnEDNgT7wI2lZ\\_uXxnXglc8MFzjGunQ](https://itunes.apple.com/app/id723867634?fbclid=IwAR172hLBSz5HYRegopVvNDtw-5oyLnEDNgT7wI2lZ_uXxnXglc8MFzjGunQ)

## 5.1. Análisis de Resultados de la encuesta

En la figura nº 9 se observa que el 60,61% de los encuestados conoce el término *crowdfunding* y cómo opera, el 24,24% no lo conoce y el 15,15% lo conoce parcialmente. (Ver figura nº 9)

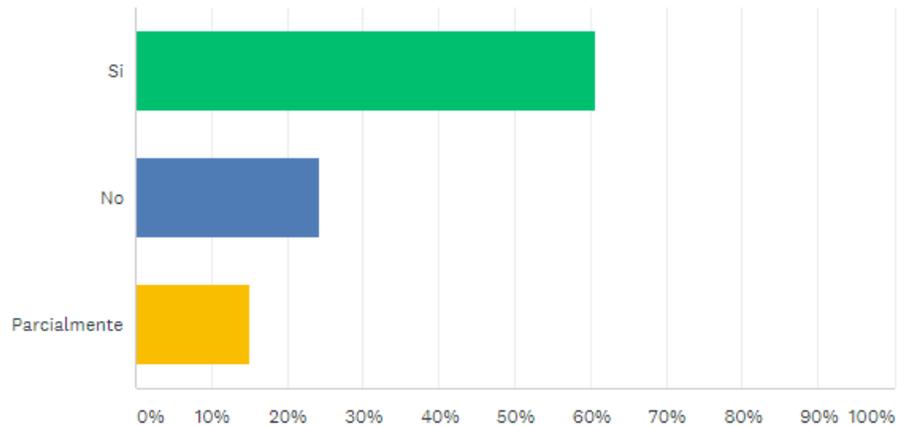


Figura nº 9: Conocimiento de crowdfunding

Fuente: Elaboración propia

En la figura nº 10 se puede observar qué proporción de la muestra conoce, desconoce o conoce parcialmente el término microcréditos y cómo este opera.

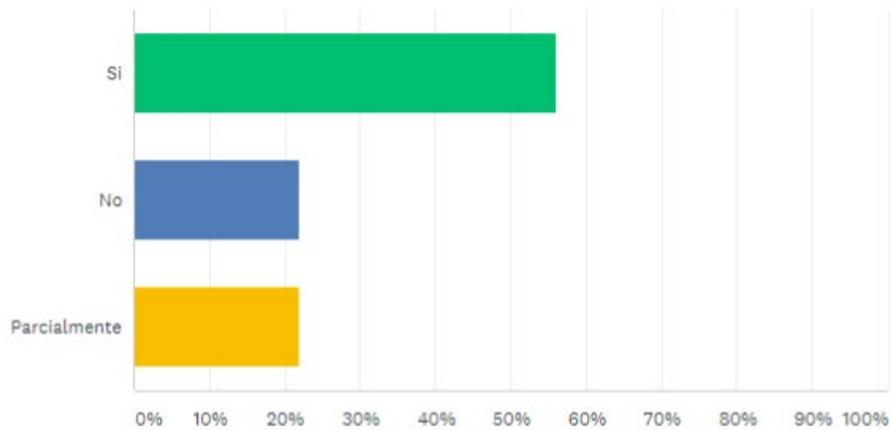


Figura nº 10: Conocimiento de Microcréditos

Fuente: Elaboración Propia

El 56% lo conoce, el 22% no lo conoce y otro 22% lo conoce parcialmente. (Ver figura nº 10).

En la figura nº 11 se muestra qué porción de los encuestados tuvo alguna experiencia con operaciones de microcrédito y/o crowdfunding.

El 14,14% de los encuestados manifiesta haber experimentado alguna vez y el 85,86% manifiesta no haber tenido experiencia alguna con estas operaciones.

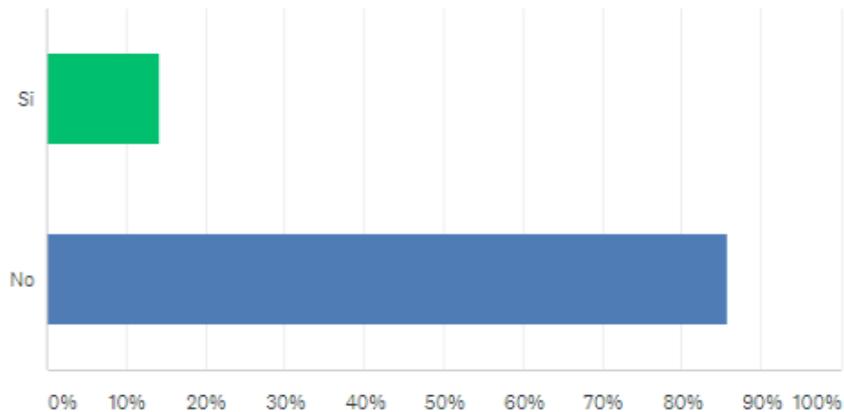


Figura n° 11: Porcentaje de personas que experimentaron en crowdfunding y/o microcréditos.

Fuente: Elaboración Propia

Esta figura permite observar que, pese a que la mitad de la muestra encuestada, conoce o conoce parcialmente las operaciones de crowdfunding y/o microcréditos, existe un porcentaje significativo que no ha tenido ninguna experiencia operando con alguna de estas. (Ver figura n° 11).

En la figura n° 12 se muestra la respuesta de las personas que sí tuvieron alguna experiencia en el mercado financiero colaborativo y se expone cómo fue la experiencia de estos encuestados que representan el 14,14%.

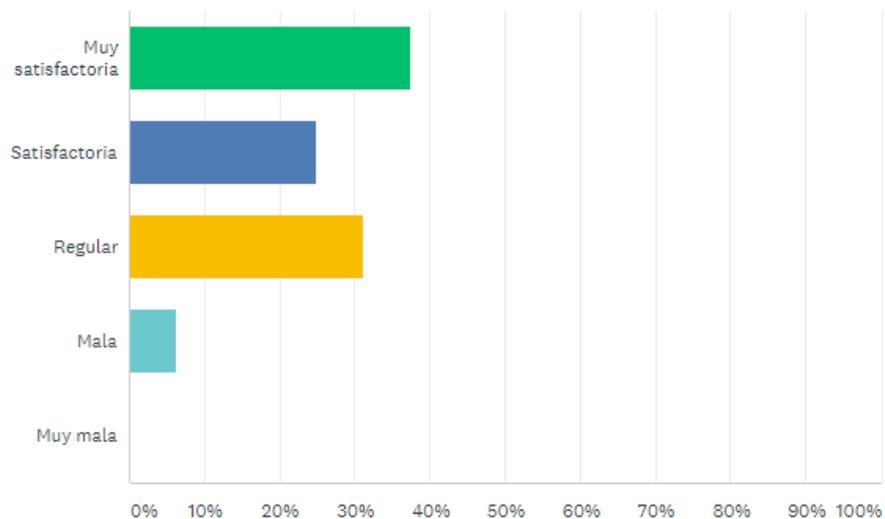


Figura nº 12: Experiencia habiendo operado microcréditos y/o crowdfunding

Fuente: Elaboración propia

El 37,5% manifiesta haber tenido una experiencia muy satisfactoria, el 25% manifiesta haber tenido una experiencia satisfactoria, el 31,25% expresa haber tenido una experiencia regular y el 6,25% manifiesta haber tenido una mala experiencia. (Ver figura nº 11)

La figura nº 13 muestra qué percepción tienen los encuestados en relación al futuro del sector colaborativo. Solamente el 4% considera que es una moda pasajera y el 95% considera que continuará creciendo. (Ver figura nº 13)

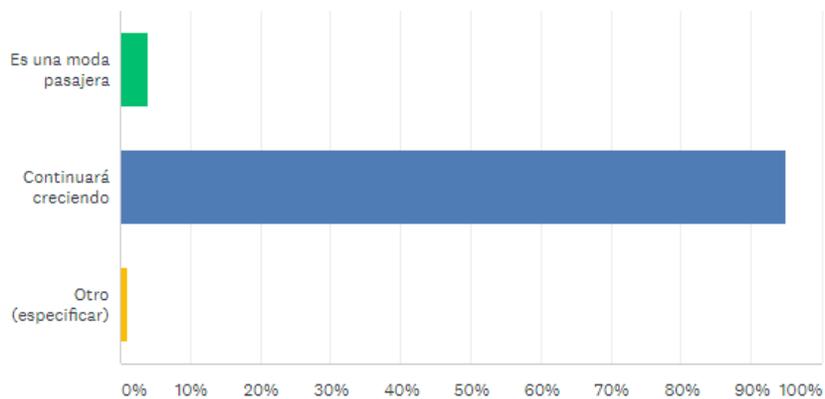


Figura nº 13: Percepción del futuro del sector colaborativo.

Fuente: Elaboración Propia.

Como se ve en la figura N° 13, es contundente la selección de alternativa de respuesta de los encuestados en relación al futuro de las economías colaborativas. Pese a que no todos tuvieron alguna experiencia, casi la totalidad de las respuestas obtenidas validan que existe potencial de crecimiento.

La figura nº 14 muestra con qué frecuencia los encuestados operan en el sistema como tomadores de préstamo o inversores.

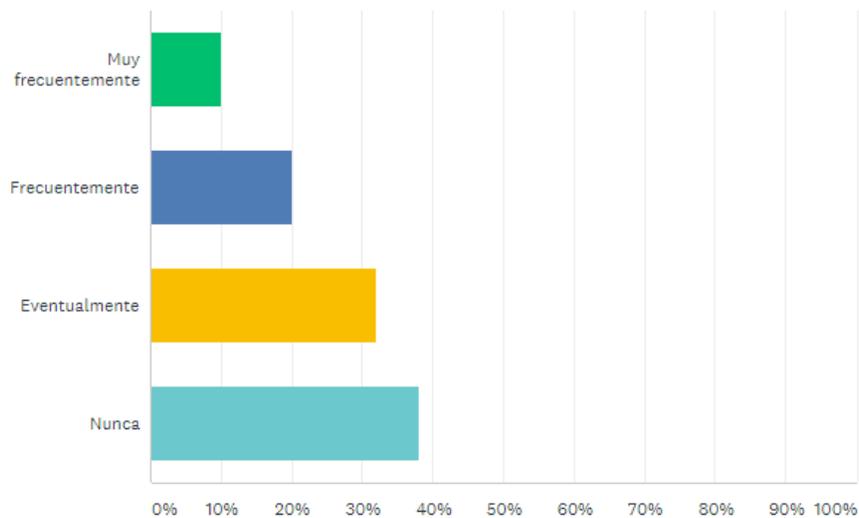


Figura nº 14: Frecuencia de participación en el mercado financiero.

Fuente: Elaboración propia

Se muestra que el 10% opera muy frecuentemente, 20% opera frecuentemente, el 32% opera eventualmente y el 38% nunca. Como se ve, el 70% de los encuestados tiene una participación en el mercado financiero entre bajo y nulo. (Ver figura nº 13).

En la figura nº 15 se muestran los factores que los encuestados consideran relevantes para que el sector colaborativo continúe desarrollándose. Cabe destacar la notable manifestación de los encuestados en relación a la necesidad de mejorar el marco legal como conductor para el crecimiento.

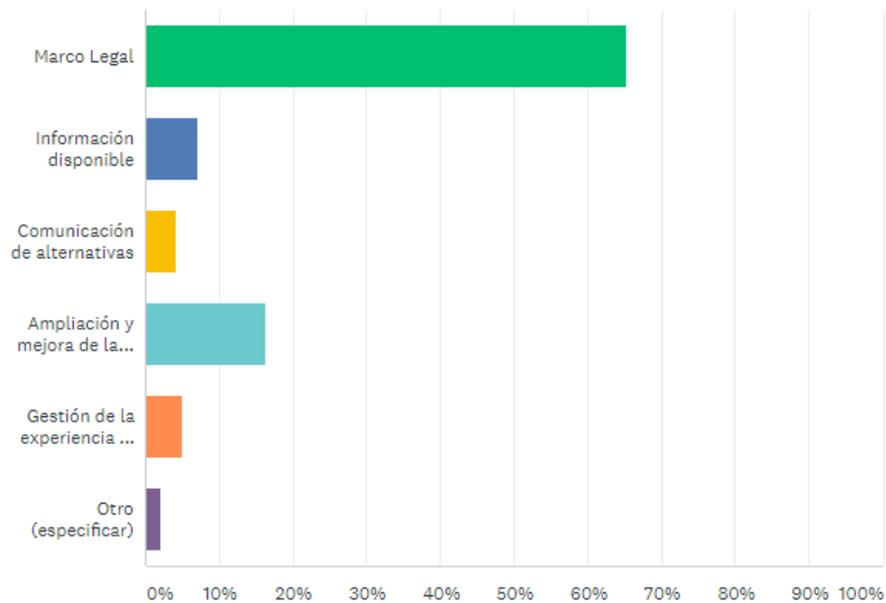


Figura nº 15: Factores de mejora para el crecimiento del sector colaborativo

Fuente: Elaboración propia

El 65,3% manifiesta que existe la necesidad de que el sector gestione el marco normativo, el 16,3% considera importante ampliar y mejorar la oferta disponible, el 7,14% considera que es necesario mejorar la información que se encuentra disponible, el 5,10% considera que hay que mejorar en la experiencia del cliente, el 4,08% manifiesta que hay que mejorar la comunicación de alternativas.

## 5.2 Entrevistas y análisis integral de datos.

A los efectos de contrastar los datos relevados a través de la encuesta, se llevaron a cabo entrevistas con Rodrigo Álvarez, representante de Foncap, y con Alejandro Cosentino, representante de la Cámara de *Fintech* Argentina.

Las mismas fueron realizadas el día 25 de marzo de 2019.

En el caso de Álvarez, se dialogó sobre aspectos vinculados a las diferencias entre las entidades de microcréditos en Argentina y en la región. Comentó que en otros países, como Perú o Bolivia, las entidades de microcréditos tuvieron sus orígenes como sociedades anónimas y que su crecimiento devino en la constitución de entidades bancarias de microcrédito. Esto se da por la ausencia de bancos provinciales en estos países, como el Banco Provincia, Banco Ciudad y otros, que en Argentina tienen una estructura dedicada al otorgamiento de microcréditos. Actualmente el Banco Nación está lanzando una oferta de microcréditos, con lo cual se espera un importante crecimiento de estas operaciones, dada la masividad del BNA<sup>38</sup>.

Álvarez señala una diferencia entre las entidades que funcionan como ONG y las sociedades anónimas. Las primeras otorgan microcréditos a tasas por debajo de la tasa de referencia del BCRA, dado que no tienen fin de lucro si no que su propósito está puesto en fomentar el empoderamiento de un sector vulnerable económicamente, que recurre al microcrédito en primera instancia como recurso paliativo para satisfacer sus necesidades básicas.

En cuanto a las sociedades anónimas, en algunos casos ofrecen tasas de hasta más del 300%. En este caso, los tomadores de préstamo ponderan el valor de cuota por encima del monto total a devolver al final del período acordado para la cancelación del préstamo. Lo importante en última instancia es tener una cuota accesible, aunque el costo sea muy elevado.

---

<sup>38</sup> BNA: Banco de la Nación Argentina.

Agrega también que es estas últimas entidades se sienten amenazadas ante el surgimiento del BNA en la línea de microcréditos, dado el tamaño de su estructura, sin considerar que el mercado aún tiene mucho potencial y que la oferta todavía no alcanza a cubrir la demanda.

Actualmente la cartera de microcréditos en Argentina incluye a unas 400.000 personas, mientras que todavía se encuentran sin poder satisfacerse las necesidades de 4.000.000 de usuarios potenciales.

Un aspecto fundamental que destaca para el crecimiento de este mercado es la necesidad de educación financiera, ausente no sólo en sectores vulnerables económicamente si no en todo el sistema financiero. Un conocimiento de herramientas básicas le abriría al mercado un abanico de posibilidades de cara al manejo del dinero, el ahorro y de las alternativas vigentes en relación a la obtención de préstamos.

Otro dato muy relevante que comparte Álvarez es que las organizaciones de microcréditos tienen prohibido por el BCRA recibir fondos en concepto de ahorro y pagar una tasa por ellos. Hasta ahora no hubo en Argentina tratamiento de una ley del mercado financiero que permita a este sector obtener fondos del mercado para la posterior colocación de microcréditos. Esto podría abaratar el costo de los microcréditos, la obtención de mayor volumen de capital para su posterior colocación y crecimiento del mercado. En una instancia mayor, esto implica contribuir al desarrollo de más micro emprendimientos productivos.

En este aspecto coincide con lo señalado por Cosentino cuando a este último se le consulta cual cree que es el factor fundamental que debe gestionarse en el sistema financiero colaborativo para continuar creciendo en los próximos años. Cosentino destaca que el organismo regulador (BCRA) está ocupándose de lo urgente dejando de lado lo importante.

Considerando que el factor a modificar por el sector colaborativo para continuar creciendo más ponderado por los encuestados fue el marco normativo, no quedan dudas de que la oportunidad de gestión y mejora en este orden es mandatorio.

Cosentino continúa comentando cuando se le consulta por las oportunidades de mejora que indica el mercado después del marco normativo, este coincide en que los usuarios que están menos satisfechos con el sector manifiestan que debe desarrollarse el segmento, que deben diseñarse más productos y que debe ampliarse la oferta. Para esto último es necesario obtener un mayor fondeo de inversores, que a su vez manifiestan que para incrementar los niveles de confianza requieren normas claras y que respalden su participación.

En cuanto al factor de la educación financiera, Cosentino manifiesta que no cree que las personas quieran ser educadas en finanzas si no que el mercado confía en las organizaciones de manera directamente proporcional a la antigüedad, experiencia y reputación que las mismas tengan en el mercado.

Cuando se le pregunta cual considera que es el factor diferencial más relevante entre el sistema financiero colaborativo y el sistema financiero tradicional, Cosentino indica de manera contundente que en el sistema colaborativo, el usuario siente que trata con personas, y no que trata con la estructura de un banco.

Luego de analizar tanto los datos relevados mediante la encuesta, como las entrevistas, es posible manifestar que este trabajo de campo verifica aspectos como que la banca tradicional se encuentra transitando cambios en pos de una re adaptación frente a los mercados desatendidos, como el caso del BNA, BAPRO<sup>39</sup> Y Banco Ciudad, mediante el otorgamiento de microcréditos. Esto no sólo aplica a la banca pública, si no que alcanza también a la banca privada. El sistema financiero colaborativo es percibido como un competidor, pese a la carencia de regulaciones, y frente a esto, el sistema tradicional aprovecha su estructura para poder competir.

Otro aspecto oportuno de destacar se relaciona con la información presentada en el informe del BCRA (2019) donde se muestra un porcentaje de crecimiento por debajo de la inflación en la cartera de préstamos de la banca pública y privada. Contrastando estos datos con lo obtenido en la encuesta, se ve que el 70% de los encuestados no

---

<sup>39</sup> Banco Provincia de Buenos Aires.

tiene una actividad frecuente en la banca tradicional, ya sea como para préstamos como para inversiones. Esto pone de manifiesto lo reducido del mercado financiero y la gran oportunidad de mejora, además del impacto que causa la coyuntura económica Argentina en las operaciones, tanto activas como pasivas del sistema financiero tradicional. Cabe destacar que más del 85% de los encuestados cuenta con un nivel de formación académica de grado, posgrado, maestría o doctorado. Es decir que el hecho de que tengan un alto nivel de instrucción, no representa una relación directa entre el nivel educativo y la cultura financiera. De hecho, casi el 50% de los encuestados no conoce o conoce parcialmente los términos microcréditos y *crowdfunding*. Esto hace surgir nuevos interrogantes sobre la importancia de la educación financiera en Argentina y de qué manera se puede introducir de modo que sea accesible, entendible y facilite recursos a todas las personas para la administración del dinero.

Como se observó en el marco teórico de esta tesis en relación a las desventajas del sistema colaborativo, el factor más resonante es la falta de regulación, lo cual coincide con lo que manifestaron los encuestados dentro de las alternativas de respuesta. Más del 65% manifiesta que considera necesario el desarrollo de un marco regulatorio como necesario para que el sector continúe desarrollándose.

En la última década la marcada tendencia de crecimiento de las economías colaborativas, en todas las industrias en las cuales se desarrollan, han provocado la re adaptación de sus competidores en los modelos tradicionales. Como se expuso en esta tesis, la industria financiera no ha quedado excluida de este proceso de cambios. El sistema financiero tradicional modifica sus estrategias para competir de cara a un mercado que demanda cada vez más flexibilidad y cercanía, mientras que el sistema colaborativo gana terreno ofreciendo al consumidor un vínculo de persona a persona, de confianza y a largo plazo, mientras los organismos reguladores desarrollan las condiciones necesarias para enmarcar la operatoria colaborativa dentro de reglamentaciones transparentes y confiables.

Como se mostró en esta investigación, en 2016 más de la mitad de la población encuestada en la Unión Europea conocía las economías colaborativas y 1 de cada 3 usuarios de internet había tenido alguna experiencia, mientras que en Estados Unidos la cantidad de usuarios de economías colaborativas se ubicaba en el 50% de las personas que las conocen. En Argentina, como se expuso a través de los datos relevados en la encuesta, pese a que el 56% de los encuestados conoce los términos *crowdfunding* o microcréditos, solo el 14% revela haber tenido alguna experiencia. Sin embargo, y en contraposición al bajo nivel de intervención del mercado en finanzas colaborativas, cuando se les consultó que expectativas tienen de cara al futuro del sector, la respuesta fue contundente. El 95% de los encuestados valida el modelo colaborativo manifestando que considera que seguirá creciendo y que no se trata de una moda pasajera. Como se vio, lo primordial para apalancar este cambio es la mejora del marco regulatorio. En este aspecto existe una coincidencia entre los encuestados y los representantes del sector *fintech* en Argentina, quienes consideran que en los próximos 3 años, como que se mostró en el marco teórico, habrá un notable crecimiento en temas como la oferta, demanda, la regulación y la disponibilidad de talentos para gestionar los proyectos previstos para apalancar dicho crecimiento.

Profundizando en el aspecto más relevante a mejorar en el sector colaborativo como es el marco regulatorio, a través de las entrevistas con Álvarez y Cosentino se logra entender que la ausencia de marco regulatorio en el ámbito colaborativo limita el fondeo, limita la confianza, incrementa costos para el usuario final y restringe la posibilidad de desarrollar nuevos productos que satisfagan la demanda insatisfecha en el mercado financiero.

A lo largo de diversos momentos históricos de Argentina, se han atravesado fenómenos económicos que han golpeado al mercado financiero causando incertidumbre, temores y contracción. Todo esto, sumado a la limitada o nula educación financiera, suma otra variable que dificulta el crecimiento del mercado.

En un mercado financiero pequeño como el de Argentina, el surgimiento de un modelo alternativo como el colaborativo representa oportunidad en diversos órdenes. Por un

lado se abren oportunidades comerciales a través del desarrollo de nuevos negocios, creativos e inclusivos que apalanquen la participación y el crecimiento de todo el mercado con potencial y necesidad de asistencia financiera. Como se expuso en los capítulos 3 y 4, el volumen de negocios pymes sin financiamiento conveniente supera el 80% y población vulnerable económicamente que todavía no puede acceder a alguna alternativa flexible y viable asciende al 90%.

Es menester destacar que el segmento pyme representa al empresariado que impulsa el desarrollo económico y la generación de empleo.

Por otra parte, es saludable para todo sistema que exista competencia en condiciones justas y equitativas para las partes. Esto moviliza a la constante innovación y renovación para adaptarse a las demandas de los usuarios.

En este sentido, a través de la encuesta efectuada, se pudo saber que un 38,5% de las personas que alguna vez operaron en el sistema colaborativo tuvo una experiencia regular o mala. Esto muestra que las oportunidades de mejora son elevadas dentro de lo que ofrece el sector. El 35% de estas oportunidades están ligadas a la experiencia de cliente, la oferta, la comunicación y la información disponibles.

A través de todo lo manifestado en esta investigación se muestra el estado de situación en el que se encuentra el sistema colaborativo financiero en Argentina, sus oportunidades de mejora y desafíos, en un contexto en el que se puede continuar esperando que la innovación venga desde países más desarrollados en la materia, o donde existe la posibilidad de tomar la posta para generar condiciones más propicias e innovadoras y ser referentes en la región.

## Conclusiones:

A los efectos de concluir esta tesis de investigación se retoman los interrogantes planteados en el origen.

¿Qué grado de conocimiento existe en Argentina de alternativas de inversión y financiamiento vigentes dentro del sistema colaborativo?

El grado de conocimiento en Argentina acerca de alternativas de inversión y financiamiento a través del sistema colaborativo es moderado. Se puede decir que la mitad de los encuestados no conoce o conoce parcialmente tanto el microcrédito como el *crowdfunding*, tal como se pudo demostrar en los resultados de la encuesta y entrevistas, como en el marco teórico. Una de las causas a las que puede atribuirse este desconocimiento puede estar relacionada con la falta de inclusión financiera, todavía muy elevada en Argentina y al alto nivel de desinformación y cultura financiera.

¿Qué características socio-económicas tiene el mercado que elige o tiene propensión a elegir operar en el sistema colaborativo?, ¿Cómo es su participación en el mercado financiero en general?

Según lo manifestado por Álvarez de Foncap, se verifica que en Argentina las características socio económicas que tiene el mercado que elige el sistema colaborativo para operar son: En el caso de los microcréditos, se trata de personas con un alto nivel de vulnerabilidad económica, principalmente mujeres en edad activa con nivel de escolaridad muy bajo. Toman este recurso para iniciar proyectos que le permitan obtener recursos para cubrir necesidades básicas y en muchos casos sostienen a toda la familia. En el caso de *crowdfunding*, el mercado que tuvo alguna experiencia en esta alternativa son personas con un nivel de escolaridad alto y muy alto, financieramente activo, con capacidad de ahorro y propenso a la digitalización, con lo cual se muestra que tiene acceso a la tecnología. Tal como surgió en el trabajo de campo, la participación en el mercado financiero tradicional es acotada,

representando un porcentaje del 30% de las personas que participan con mayor frecuencia operando en préstamos o inversiones.

¿Qué condiciones son necesarias para que las operaciones de microcrédito y *crowdfunding* se desarrollen en Argentina?

Para que tanto el microcrédito como el *crowdfunding* se desarrollen en Argentina o continúen ganando participación de mercado, tanto los encuestados como los entrevistados y los informes relevados en la teoría, ponderan las alternativas que les fueron presentadas en la encuesta en el siguiente orden:

- Implementación de un marco legal
- Mejora en la comunicación de alternativas disponibles.
- Ampliación de la oferta, incremento de fondos para colocación en el mercado.
- Diseño de nuevas propuestas comerciales.
- Mejora de la experiencia de clientes ya existentes a los efectos de fidelizarlos.
- Captación de talentos que se incorporen a las compañías del modelo colaborativo.
- Soporte a las incubadoras y compañías *fintech*.

## BIBLIOGRAFÍA

- De La Rosa (2015), <http://www.titonet.com/business/colaboracion-por-que-colaboran-las-empresas.html>
- Business Review (Núm. 265) (2017) <https://www.harvard-deusto.com/la-economia-colaborativa-en-las-ciudades>
- Collaborative Consumption. Leisure Report, abril de 2007.
- Botsman(2014)[https://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_case\\_for\\_collaborative\\_consumption/transcript?language=es](https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption/transcript?language=es)
- <http://www.titonet.com/business/colaboracion-por-que-colaboran-las-empresas.html>
- <https://www.grameenarg.org.ar/sobre-grameen-argentina.html>
- <https://www.verkami.com/page/about>
- Vives Business Review (Núm. 243).Estrategia. Febrero 2015 <https://www.harvard-deusto.com/la-revolucion-de-la-economia-de-plataformas>
- Masulli (2014)
- <https://www.compromisoempresarial.com/tercersector/2014/10/economia-colaborativa-el-poder-de-compartir/>
- <file:///C:/Users/Constanza/Downloads/Fintech-Am%C3%A9rica-Latina-2018-Crecimiento-y-consolidaci%C3%B3n.pdf>, consultado en enero 2019
- <file:///C:/Users/Constanza/Downloads/FINTECH-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-Caribe.pdf>, consultado en enero 2019
- <http://www.forbesargentina.com/crecimiento-las-fintech-argentinas/>
- Goudín (2016) <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57663/Regulaci%C3%B3n%20y>

[%20competencia%20en%20el%20sector%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colaborativa.pdf?sequence=1](#). Consultado en marzo de 2019.

- Yunus (s.f.) <http://www.grameen.com/what-is-microcredit/>. Consultado en enero de 2019
- <file:///C:/Users/Constanza/Downloads/66779-Texto%20do%20artigo-88167-1-10-20131125.pdf>
- <https://www.bbva.com/es/fintech-estan-transformando-banca/>
- [economiatic.com/fintech/](http://www.economiatic.com/fintech/)
- <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/icap/documents/icap/unpan027941.pdf>
- <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/Entidades/201811e.pdf>
- <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/infomondiae.pdf>
- [https://www.clarin.com/sociedad/52-cuenta-bancaria-crecio-brecha-ricos-pobres\\_0\\_r1mzAsTkm.html](https://www.clarin.com/sociedad/52-cuenta-bancaria-crecio-brecha-ricos-pobres_0_r1mzAsTkm.html)
- [https://www.foncap.com.ar/descargas/Mapeo\\_201809.pdf](https://www.foncap.com.ar/descargas/Mapeo_201809.pdf) consultado en febrero 2019
- <http://www.reddemicrocredito.org/index.php/publicaciones-ra> consultado en febrero 2019
- [https://issuu.com/criptonoticias6/docs/informe\\_fintech\\_arg2018](https://issuu.com/criptonoticias6/docs/informe_fintech_arg2018)
- Gansky (2010). The Mesh: Why The Future of business Is Sharing.

## **ANEXOS:**

### **ANEXO I**

#### **Encuesta de trabajo de campo**

##### **1 - Indique su franja de edad**

- 25-30

- 31-40

- 41-50

- 51-60

-Otra

##### **2 - Indique su nivel de formación alcanzado**

-Primario

-Secundario

-Terciario

-Universitario

-Posgrado/maestría

-Doctorado

**3- ¿Conoce el término de crowdfunding y cómo opera?**

-Si

-No

-Parcialmente

**4- ¿Conoce el término microcréditos y cómo opera?**

-Si

-No

-Parcialmente

**5- ¿Tuvo alguna experiencia operando en crowdfunding y/o microcréditos?**

-Si

-No

**6- En caso de haber respondido Si a la pregunta anterior, ¿Cómo calificaría su experiencia?**

-Muy satisfactoria

-Satisfactoria

-Regular

-Mala

-Muy mala

**7-Tratándose crowdfunding y microcrédito de operaciones financieras de economía colaborativa, como Uber en el transporte o AirBnb en hospedaje, ¿cree que el sector colaborativo continuará creciendo o es una moda pasajera?**

-Es una moda pasajera

-Continuará creciendo

-Otro

**8- ¿Con qué frecuencia toma préstamos o invierte a título personal o comercial en el sistema financiero tradicional?**

-Muy frecuentemente

-Frecuentemente

-Eventualmente

-nunca

**9- ¿Qué aspectos considera que deben mejorarse para que las economías colaborativas (Uber, AirBnb...) continúen desarrollándose?**

-Marco legal

-Información disponible

- Comunicación de alternativas
- Ampliación y mejora de la oferta
- Gestión de la experiencia del cliente
- Otro (especificar)

## ANEXO II

### DATOS DEMOGRÁFICOS

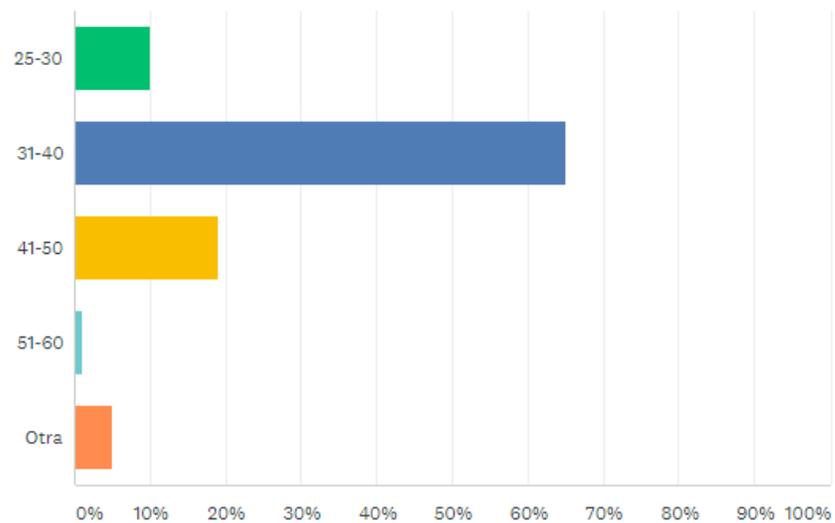


Figura nº 19: Franja de edad de personas encuestadas.

Fuente: Elaboración propia.

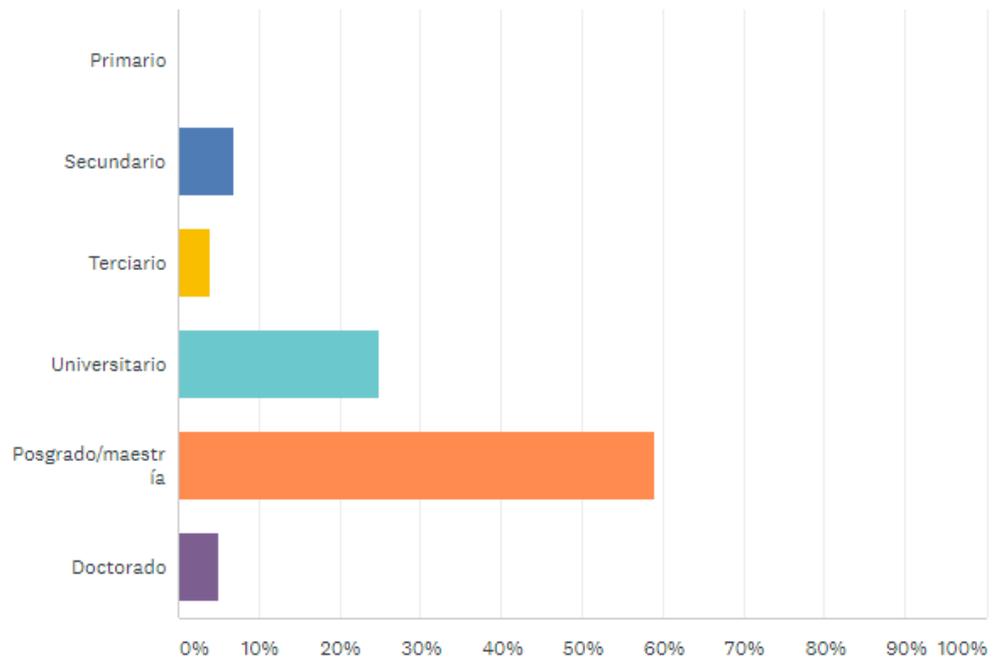


Figura n° 17: Nivel de formación alcanzado por los encuestados.

Fuente: Elaboración Propia