

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Inclusión Financiera: El efecto de la solución de pagos digitales Líder en Argentina en los emprendedores y micropymes

Autor/es:

de la Mata, Estefania – LU: 1074803

Anes, Pilar – LU: 1095606

Carrera:

Licenciatura en Economía

Tutor:

MSc. Cunquero, Camila

Año: 2020

## Resumen

La inclusión financiera abordada desde la perspectiva del acceso y uso de los servicios financieros brinda posibilidades de desarrollo a través de la utilización de soluciones de pago digitales por parte de emprendedores y micropymes. El objetivo de este trabajo consiste en comprender el comportamiento de este segmento y su interacción con la solución digital de pagos líder en el mercado argentino, Mercado Pago. Teniendo en cuenta esto, se busca comprobar si la demanda generada por los usuarios de la billetera de Mercado Pago en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires impulsa a emprendedores a digitalizarse. Por otro lado, se busca identificar qué beneficios tiene el acceso a dichas soluciones para los emprendedores y si, a través del uso, los mismos se consideran incluidos financieramente. Para llevar adelante esta investigación se realizaron 11 entrevistas semi-estructuradas utilizando la metodología de la teoría fundamentada a través del análisis cualitativo. Los resultados sugieren que la demanda fomenta el uso de esta plataforma, y a su vez, se identificó que su uso también es fomentado por los proveedores. Asimismo, se observa que los emprendedores entrevistados se consideran incluidos financieramente a través de su uso. Adicionalmente se observan factores necesarios para que esto ocurra tales como, la importancia del diseño y del ecosistema generado.

## Abstract

*Financial inclusion, considering the availability and use of financial services, offers development opportunities using digital payment solutions for entrepreneurs and micro-SMBs. The objective of this paper is to understand the behavior of this segment and its interaction with the leading digital payment solution in the Argentinian market, Mercado Pago. Taking this into account, we aim to verify whether the demand generated by the Mercado Pago wallet users in the Autonomous City of Buenos Aires drives entrepreneurs to digitize their businesses. On the other hand, we seek to identify the benefits these solutions offer entrepreneurs and whether they consider themselves financially included by using them. To carry out this research, 11 semi-structured interviews were conducted using grounded theory methodology through qualitative analysis. The results suggest that the demand encourages the use of this platform and that the interviewed entrepreneurs consider themselves financially included through the use of the platform. Furthermore, the necessary factors for this to occur, such as the importance of the design and the generated ecosystem, can be observed.*

# Índice

<b>1. Introducción</b>	4
<b>2. Inclusión financiera y microfinanzas</b>	6
2.1 ¿Cómo se define la inclusión financiera y las microfinanzas?	6
2.2 Caso de estudio: Inclusión financiera acceso y uso, por Muralidhar, Bossen y O'Neill (2019)	9
<b>3. Contexto argentino sobre inclusión financiera y Fintech</b>	11
<b>4. Los emprendedores y pymes argentinos</b>	14
4.1 Descripción de los sujetos de estudio	14
4.2 La interacción con soluciones de pago digitales	15
<b>5. Estudio de la digitalización de emprendedores y micropymes: Medición cualitativa</b>	16
5.1 Objetivos y metodología	16
5.2 Resultados	18
<b>6. Conclusiones</b>	24
<b>7. Bibliografía</b>	29
<b>8. Anexos</b>	33
8.1 Anexo I	33
8.2 Anexo II	34
8.3 Anexo III	38

## 1. Introducción

La inclusión financiera es un concepto dinámico que ha sido definido por diferentes autores con el objetivo de adaptarlo a las necesidades de los sujetos involucrados en función de cómo varíen las mismas de acuerdo a la coyuntura. En el caso de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2013), define a la inclusión financiera como un proceso de promoción del acceso adecuado a una amplia gama de servicios y productos financieros y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover la inclusión económica y social. Es decir, que la inclusión financiera abarca tanto el acceso a productos financieros integrales (de ahorro, crédito, pagos, transferencias y seguros) por quienes están excluidos, como el uso adecuado de los mismos, aún de quienes ya tienen acceso al sistema (FIEL, 2019).

Adicionalmente, en la actualidad existe una tendencia a considerar a las nuevas tecnologías financieras (Fintech) como un motor para la inclusión financiera y el crecimiento económico, ya sea en términos de proporcionar a las personas que se encuentran en la "base de la pirámide" alguna herramienta básica para evitar dificultades asociadas con el dinero en efectivo, o para darles acceso a los beneficios de una economía digital de la que, a su vez, también están excluidos. En este contexto, que se asocia a la revolución digital en las finanzas que promueven las Fintech, es donde los nuevos instrumentos de pagos digitales toman un rol protagónico (Carballo y Bartolini, 2019). A partir de esto, el objetivo de este trabajo consiste en comprender el comportamiento del segmento emprendedor y micropyme ante la solución digital de pagos de Mercado Pago en nueve barrios de las zonas centro y zona norte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y analizar las oportunidades, desafíos y barreras que existen ante dicha interacción. De esta forma, se busca comprobar si la demanda generada por los usuarios de la billetera de Mercado Pago en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires impulsa a emprendedores a digitalizarse. De ser así, qué beneficios tiene para los emprendedores el acceso a soluciones digitales de pago y si dichos emprendedores se consideran incluidos financieramente a través de los servicios digitales de pago. La hipótesis derivada supone que los emprendedores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires encuentran en las soluciones de pago digitales como Mercado Pago, el acceso y uso de los servicios digitales para poder desarrollar sus negocios y captar

nuevos clientes, dada la presencia de la billetera de Mercado Pago en los consumidores de la ciudad. De esta forma este medio funciona como un incentivo para los emprendedores y micropymes a formar parte del ecosistema digital, bajo el cual pueden acceder a servicios financieros digitales no bancarios.

Para realizar el estudio de la hipótesis descrita, se utilizó el método cualitativo a través de la Teoría Fundamentada, metodología de investigación que tiene como objetivo el desarrollo de la teoría a partir de un proceso sistemático de obtención y análisis de los datos en la investigación. Su abordaje se realizó a través entrevistas semi-estructuradas a 11 emprendedores y micropymes, que permiten la detección de un conjunto de categorías, subcategorías, propiedades y dimensiones interrelacionadas, a través de la utilización del software Atlas.ti, que facilita el análisis de investigación cualitativa.

El presente estudio de investigación se encuentra enmarcado en cinco secciones. En la primera sección se describe el concepto de inclusión financiera y microfinanzas a través de diferentes definiciones de autores a lo largo del tiempo y se profundiza en la definición de inclusión financiera a través del acceso y uso de servicios financieros. En la segunda sección, se analiza el contexto argentino sobre inclusión financiera y su relación con las Fintech, siendo el marco de esta investigación. Durante la tercera sección, se detallan y definen los sujetos de estudio, es decir, emprendedores y micropymes y sus características relevantes, como también de la solución digital en estudio: Mercado Pago. En la cuarta sección se encuentra una descripción de la metodología utilizada para el análisis cualitativo y los resultados obtenidos de la misma. Finalizando luego en la quinta sección con las conclusiones de la investigación, con las que se comprueba la hipótesis planteada observándose, a su vez, que no solo la demanda generada por la billetera de Mercado Pago fomenta a los emprendedores a implementar el uso de esta plataforma para su actividad, sino que también, esto se ve fomentado por los proveedores de los mismos.

## **2. Inclusión financiera y microfinanzas**

### **2.1 ¿Cómo se define la inclusión financiera y las microfinanzas?**

En los últimos 50 años el concepto de inclusión financiera ha ido evolucionando desde una interpretación del simple acceso al crédito por parte de la población marginada (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2005) hasta las finanzas digitales y el acceso y uso de una amplia gama de servicios financieros, aun por quienes ya tienen acceso al sistema (Muralidhar, Bossen y O'Neill, 2019). A continuación, exploraremos esta evolución agrupando los principales puntos destacados por distintos grupos de autores.

El estudio realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2005) presenta el acceso al microcrédito como sumamente positivo en lo que se refiere a la posibilidad de reducción de costos de producción por el acceso a mayor escala y mejora en la calidad de productos por la compra de activos fijos, además del crecimiento en los ingresos por el acceso a nuevos canales de comercialización e inicio de nuevas actividades. De esta manera, se plantea que el acceso a servicios financieros por sectores de bajos ingresos ayuda a mejorar la economía de las familias pertenecientes a estos sectores y contribuye así a la reducción de la pobreza. Refinando este concepto, autores como Orazi, Martínez y Vigier (2020) definen las microfinanzas como un conjunto de servicios financieros especialmente diseñados para atender las demandas de la población de menores recursos, con el objetivo de mejorar su calidad de vida, ingresos e inversiones en educación y salud. Desde esta perspectiva, el resultado de los estudios mencionados demuestra que el acceso al financiamiento por parte de la población excluida permite reducir la vulnerabilidad de los individuos en desventaja y promueve el crecimiento económico. Esto se ve principalmente reflejado en una mejora en la calidad de vida y el bienestar de los mismos. También se advierte un impacto positivo en la educación y en la salud. A raíz de los efectos positivos destacados, como reflexión final, ambos documentos hacen hincapié en la importancia del rol del Estado y la regulación como medio de promoción y fomento de las instituciones microfinancieras. En estos términos, la inclusión financiera queda definida por Rangarajan (2008) como el proceso de garantizar un acceso adecuado al crédito a los sectores vulnerables en forma oportuna y a un costo asequible.

Por su parte, el Banco Mundial (2018), amplía esta definición abarcando el acceso a múltiples productos financieros y contemplando a su vez la usabilidad de los mismos. Esto

implica la necesidad de considerar, por ejemplo, factores tales como el diseño de las soluciones financieras a partir de la necesidad de las personas que no se encuentran incluidas garantizando el debido entendimiento de los canales y productos. En continuidad con este concepto, la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL, 2019) considera que la inclusión financiera abarca tanto el acceso a productos financieros integrales (de ahorro, crédito, pagos, transferencias y seguros) por quienes están incluidos, como el uso adecuado de los mismos, aún de quienes ya tienen acceso al sistema.

Finalmente, Carballo y Bartolini (2019), alineados con la visión descrita por la OCDE (2013), destacan que algunas posturas entienden a la inclusión financiera como un proceso evolutivo o superador del fenómeno de las microfinanzas y que sus fines son más amplios que la reducción de la pobreza, contemplando también la reducción de riesgos y costos bancarios, el incremento de la economía formal, la creación de empleo, la mayor eficacia de las políticas monetarias, la estabilidad del sistema financiero, entre otros.

Por su parte, dos Santos y Kvangraven (2017), destacan la importancia del desarrollo de pagos electrónicos en economías emergentes como herramienta para la inclusión, siendo que esta promueve la economía dado que permite que los sectores de bajos ingresos sean capaces de obtener una mayor productividad laboral e impulsa su desarrollo. Por tanto, entienden como prioritario el establecimiento de una agenda política de acciones y medidas regulatorias orientadas a fomentar la inclusión financiera.

Matthews (2019) y Durai y Gilma (2019) realizan un análisis más coyuntural por el lado de las finanzas digitales. Matthews (2019) describe la inclusión financiera universal basada en que el mundo está avanzando hacia la alfabetización universal. Dado que los saltos tecnológicos no son saltos cognitivos, queda marginada la población adulta y sin alfabetización. Por tanto, se destaca la importancia de la alfabetización poniendo como principal desafío el diseño de interfaces para usuarios analfabetos. A su vez, Durai y Gilma (2019), mencionan que la inclusión financiera permite reducir el gap entre el uso del dinero en efectivo y los pagos digitales. Complementando la visión de las finanzas digitales, el informe de inclusión financiera de FIEL (2019) analiza el rol de las Fintech, como nuevos prestadores de servicios financieros que compiten con las entidades financieras siendo esta competencia un elemento central en los esfuerzos por lograr ampliar el acceso y la utilización de servicios financieros por parte de la población.

Muralidhar, Bossen y O'Neill (2019) definen que la prestación de servicios financieros digitales está determinada por dos factores principales: la sostenibilidad para los proveedores de servicios y asequibilidad para los clientes. Además de reducir los costos de transacción, un beneficio adicional que las tecnologías digitales ofrecen es que las transacciones digitales dejan un rastro electrónico detrás de ellas, siendo importante para los grupos de bajos ingresos en términos de no solo crear transparencia, sino también establecer un historial financiero. De esta forma queda demostrado que la inclusión tecnológica y la inclusión financiera van de la mano porque están impulsadas por los mismos factores clave: accesibilidad, asequibilidad y disponibilidad de un ecosistema abierto. La digitalización financiera en grupos de bajos ingresos no está exenta de desventajas, ya que su operatoria depende del acceso a los medios necesarios para su adquisición. Es decir, a dispositivos móviles modernos con acceso a internet, por lo que tiene asociado un conjunto de costos que lo alejan de su adquisición.

Se puede observar que existe cierto consenso en definir a la inclusión financiera como el proceso que asegura el acceso, uso y disponibilidad del sistema financiero formal a todos los miembros de una economía (Carballo y Bartolini, 2019). Por su parte, algunos autores destacan la importancia de las Fintech como una fuerza para la inclusión financiera y el crecimiento económico. Así, Carballo y Bartolini (2019) describen a las "empresas Fintech" como aquellas encargadas de ofrecer, mediante plataformas tecnológicas, tanto a los consumidores como a las propias instituciones financieras, una variada gama de productos o servicios financieros de forma efectiva y accesible. A su vez, todos los autores mencionan la importancia del rol activo del Estado en el abordaje de este tema.

En conclusión, la inclusión financiera debe permitir o eventualmente conducir a una mayor autonomía financiera de las comunidades hasta ahora marginadas y excluidas. Esto se basa en el marco de Sen (1999) de "desarrollo" como mejora de las capacidades de las personas: un estado de libertad y oportunidad en la que las personas pueden tomar decisiones y elecciones informadas y significativas, y mejorar sus resultados en la vida. La esperanza de que el dinero digital promueva la inclusión financiera y de que las plataformas "peer to peer" (red entre pares) beneficien a los trabajadores autónomos, no bancarizados o sub-bancarizados, se basa en cómo se diseñan estas infraestructuras empatizando con la necesidad de los potenciales usuarios (Muralidhar; Bossen; O'Neill, 2019).



## **2.2 Caso de estudio: Inclusión financiera acceso y uso, por Muralidhar, Bossen y O'Neill (2019)**

Tal como se describe en el apartado anterior, la concepción de inclusión financiera ha evolucionado con el transcurso del tiempo, y puede evidenciarse en el caso del estudio realizado por los investigadores Muralidhar, Bossen y O'Neill (2019), quienes sostienen que acotar la inclusión financiera en la visión de acceso, corre el riesgo de tratar a la inclusión financiera como un fin en sí mismo, y no como un medio para un fin más amplio, y por tanto, definen a la inclusión financiera a través del acceso, tanto como del uso de productos financieros.

Los autores demuestran a través del caso de estudio de la aplicación Ola (plataforma digital de reserva de traslados) en Bangalore, que el acceso es una condición necesaria, pero no suficiente para lograr la inclusión financiera. Por lo tanto, proponen agregar autonomía y posibilidades en términos de herramientas de acceso como dos factores que deben ser incluidos en el discurso de inclusión financiera, considerando de esta forma a la misma como un aumento del bienestar de las comunidades de bajos ingresos. Esto es, mejorar la autonomía financiera y las capacidades de los grupos marginados de bajos ingresos.

El estudio llevado a cabo por Muralidhar et al. (2019), se realizó en base a los trabajadores de Ola. El objetivo fue conocer cuál es la interacción de los conductores con la solución digital, y si a partir de la interacción logra la inclusión financiera de los mismos. En las entrevistas realizadas, los conductores de Ola manifestaron tener dos fuentes de ingresos digitales: 1) pago de viaje a través de dinero Ola, y 2) pagos de incentivo mediante transferencia bancaria. La dificultad se presenta dado que, si bien reciben sus pagos en forma digital, la única acción posible a realizar con el dinero acreditado es extraerlo, ya que es la única funcionalidad habilitada de su billetera digital. Por lo tanto, ante la falta de conocimiento de uso y de un ecosistema de pagos que le permita transaccionar con el dinero digital, los conductores se ven obligados a retornar al ecosistema de pagos en efectivo, a través de la extracción del dinero. Por otro lado, los investigadores observaron que los conductores de Ola acceden a préstamos a través de instituciones privadas dada la flexibilidad de pago, por ejemplo, diaria, demostrando la importancia de que los atributos del producto sean compatibles con la necesidad del usuario. Mientras que, por otro lado, en relación a entidades bancarias, consideran como única externalidad positiva, que les

proporciona una prueba legal de residencia. Sin embargo, no consideran que les proporcione una utilidad en términos de gestión y uso de servicios financieros. De esta forma queda expuesta la relevancia de la percepción de los usuarios ante el uso de una herramienta, que en términos teóricos fue creada para ellos, pero en lo práctico no les genera utilidad.

Luego, en lo que respecta a la recepción de pagos digitales, detectaron una ventaja, ya que de esta forma los usuarios retrasaron el gasto inmediato y, por lo tanto, funcionó como una forma de ahorro a corto plazo. Este hallazgo es bastante diferente de otras investigaciones sobre pagos digitales para comunidades de bajos ingresos que normalmente encontraron que los destinatarios retiran el monto total en efectivo tan pronto como se haya recibido. Esta diferencia se explica a través de la modalidad mixta de la forma de recibir sus ingresos, ya que el trabajo de los conductores por fuera de la plataforma tiene asociado un pago en efectivo, que le permite cubrir sus gastos diarios, y por otro lado, sus ingresos por el servicio de Ola, comienzan a formar parte de su ahorro (Muralidhar, Bossen, O'Neill, 2019).

Por lo tanto, en el caso de estudio de la plataforma Ola, se puede concluir que la misma fomenta parcialmente la inclusión financiera, ya que si bien en términos de acceso ha logrado la inclusión financiera a través de la apertura de cuentas y el pago digital a sus conductores, en términos de uso, se evidencia que Ola no intentó fomentar la inclusión financiera o digital, ya que sus usuarios no utilizaban la herramienta, pudieron haber revertido este comportamiento por ejemplo a través del diseño de su sistema de pago, o bien a través de capacitaciones sobre el uso de la herramienta, buscando de esta forma que los usuarios de la misma se sientan cómodos y atraídos en el uso de la misma. En conclusión, queda evidenciado que, el "acceso" a los servicios financieros formales es una condición necesaria pero no suficiente. Mirar más allá del acceso, por ejemplo, el uso, permite mirar las prácticas del usuario, la apropiación, infraestructuras, normativas, redes y vínculos sociales, relaciones de poder, y una serie de otros factores relevantes que pueden ayudar a comprender mejor la "inclusión" y el papel que juega la tecnología al respecto (Muralidhar, Bossen, O'Neill, 2019). Adicionalmente, los estudios realizados por Kaye et al. (2014), Vyas et al. (2016), Halloluwa et al. (2018) y Lewis y Perry (2019) demuestran que muchas veces las herramientas digitales para la gestión del dinero no son utilizadas debido a preocupaciones sobre la seguridad de transacciones, desajuste de las necesidades del usuario y el diseño de herramientas, y el trabajo adicional que conlleva. Los usuarios de

instrumentos financieros suelen evaluar los mismos a través de los siguientes criterios: confianza, conveniencia y flexibilidad (Muralidhar et al., 2019). La confianza puede entenderse como un término general en el cual conviven tanto la transparencia como la seguridad de los instrumentos financieros, conveniencia se refiere a su accesibilidad y asequibilidad, y, por último, la flexibilidad es un criterio importante, ya que las comunidades de bajos ingresos no tienen trabajos seguros con ingresos regulares y estables, por lo tanto, cuanto más flexibles sean, más se podrán adaptar a las diferentes realidades (Muralidhar et al., 2019).

A raíz de las características descritas, es decir, confianza, conveniencia y flexibilidad, se destaca la importancia de no solo pensar en diseñar la inclusión financiera a través de herramientas que reflejen la necesidad de los no incluidos financieramente, sino también brindar herramientas que a través del aprendizaje les permitan a las personas no incluidas sentir mayor confianza en el uso de los servicios y herramientas financieras. En virtud de lo descripto, la hipótesis de esta investigación plantea que los emprendedores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires encuentran en la solución de Mercado Pago, el acceso y uso de los servicios digitales para desarrollar sus negocios, dada la presencia de la billetera de Mercado Pago por el lado de la demanda. De esta forma este medio funciona como un incentivo para los emprendedores y micropymes a formar parte del ecosistema digital, accediendo servicios financieros digitales no bancarios.

### **3. Contexto argentino sobre inclusión financiera y Fintech**

En línea con Orazi et al. (2020) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2005), el rol del Estado y la regulación resultan de vital importancia para la promoción de las microfinanzas. En Argentina la inclusión financiera forma parte de la política pública del país. A partir del año 2016, se dictaron una serie de medidas, donde las más destacadas fueron de impulso a la digitalización financiera, facilitando de esta forma el desarrollo de un sector Fintech local con tanta potencialidad que permitió ubicar al mismo como el cuarto más desarrollado de América Latina (Carballo y Bartolini, 2019).

La estrategia nacional tiene como meta fomentar el acceso y uso de forma responsable y sostenible de servicios financieros en la Argentina, contribuyendo de este modo al desarrollo social y al crecimiento económico, logrando así reducir la vulnerabilidad

económica de diferentes sectores a través de la inclusión financiera (Banco Central de la República Argentina, 2019). En lo que respecta al marco regulatorio argentino, la autoridad de regulación sobre la prestación de los servicios financieros se concentra en tres entes: el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores y la Superintendencia de Seguros de la Nación. Actualmente, todas las categorías Fintech rigen bajo la regulación del BCRA, independientemente de su actividad.

Dado que no existe una regularización específica para la actividad Fintech, el BCRA actualmente está llevando adelante un plan que tiene 3 elementos:

- Regulación: El objetivo es analizar cómo organismos internacionales a través de diferentes enfoques abordan la temática para de esta forma aplicarlos en el contexto local.
- Mesa de Innovación Financiera: Generar una mesa de trabajo en conjunto de entes públicos y privados, integrado por especialistas de cada ente representativo.
- Programa de Innovación Financiera (PIF): Anualmente se realiza una convocatoria tanto a emprendedores, estudiantes y profesionales de diversas áreas con relación al mundo financiero para trabajar en proyectos que permitan resolver desafíos actuales tales como la digitalización, bancarización, etc.

El principal objetivo de la regulación debe ser armonizar, garantizar la competencia y prevenir los monopolios, y proteger a los consumidores. Es de suma importancia que el accionar de los reguladores en pos de evitar riesgos sistémicos, no genere cargas regulatorias en contra del desarrollo de la industria (BCRA, 2020).

En lo que refiere a la inclusión financiera en Argentina, la misma presenta aún muchas posibilidades de desarrollo. En noviembre de 2019, el BCRA publicó el primer informe de inclusión financiera (BCRA, 2019), abordando el concepto de inclusión financiera a través del análisis de las dimensiones de acceso a puntos físicos de atención y a productos de funcionalidades básicas, la utilización de los mismos, y su calidad en términos del nivel de satisfacción de las necesidades y del grado de comprensión ante la interacción de los usuarios. Por tanto, analiza la evolución de indicadores que miden el acceso, uso y calidad de los servicios financieros en el período comprendido entre diciembre de 2015 y marzo de 2019.

El informe publicado en 2019 realiza una distinción entre las diferentes dimensiones relevantes en el escenario de inclusión financiera. En lo que respecta a la dimensión de acceso, la infraestructura física del sistema financiero argentino aumentó su volumen, registrándose un aumento del 22% en el total de puntos de acceso a servicios financieros en términos absolutos (29.228) y un 17% en términos relativos a la población adulta, desde comienzos de 2016 a marzo de 2019. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires fue la jurisdicción que registró el mejor desempeño en esta dimensión, aunque en su interior presenta importantes desigualdades (BCRA, 2019).

Por otro lado, en lo que refiere a la dimensión de uso, el acceso al crédito en el sistema financiero de la población adulta argentina alcanzó un 51% de los adultos a marzo de 2019, avanzando cuatro puntos porcentuales desde diciembre 2015, siendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la que presenta mayor concentración de adultos con al menos un financiamiento a nivel provincial. En relación a la asistencia crediticia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), en promedio el 67% de las mismas habían tomado algún tipo de financiamiento entre septiembre de 2017 y agosto de 2018 en todo el país. Particularmente, en el caso de CABA, el 58% de las empresas MiPymes presentaron financiamiento durante los doce meses mencionados (BCRA, 2019).

Por último, sobre el análisis de calidad, según el informe de BCRA (2019), para el año 2017, Argentina logró un promedio de 11,5 puntos sobre 21 puntos, reflejando de esta forma un valor respectivamente bajo a nivel global. De esta forma se demuestra la importancia de que los productos financieros estén diseñados en forma acorde a la necesidad de los usuarios. El otorgamiento de una cuenta bancaria no es condición suficiente para garantizar la inclusión financiera, ya que queda por fuera el garantizar el uso y la utilidad de los mismos para los usuarios. Tal como se mencionó, Argentina presenta un gran porcentaje de la población bancarizada en términos de acceso, pero deja náufragos a los usuarios en la utilización de los mismos, por lo tanto, ante la falta de entendimiento y de empatía con la solución o producto financiero disponible, los mismos optan por abandonarlo rápidamente para continuar con su operatoria conocida a la hora de transaccionar, muchas veces identificada con el mundo del dinero físico en efectivo.

En síntesis, el estudio realizado demuestra una evolución en términos de acceso y uso con avances en la infraestructura bancaria, en las transacciones por medios electrónicos y en

los instrumentos de ahorro. Por otro lado, existen muchas oportunidades de mejora, como lograr una mayor cobertura de puntos físicos a lo largo del país, profundizar en el uso de los medios de pago digitales tanto para individuos como empresas y sin dejar de lado un punto fundamental, lograr un mayor grado de educación financiera de la población (BCRA, 2019).

## **4. Los emprendedores y pymes argentinos**

### **4.1 Descripción de los sujetos de estudio**

Según los datos del Consejo Internacional para la pequeña empresa, a nivel mundial las pymes contribuyen en al menos el 50% del PBI y el 66% del empleo formal, revelando de esta forma la importancia de las mismas para la estabilidad social, la innovación, el crecimiento inclusivo y el alivio de la pobreza (Naciones Unidas, 2020). A pesar de esto, y su relevancia para una economía sostenible y próspera, muchas veces se enfrentan con dificultades como en el acceso a la financiación que luego les permita avanzar en la innovación, adoptar nuevas tecnologías, y acceder a personal cualificado, además de las cargas administrativas que enfrentan que no son acordes a su estructura (Grupo de los 20 Alemania, 2017).

Según los datos publicados por el Ministerio de Producción y Trabajo (2016), en Argentina el segmento MiPyme representa un 64,7% del empleo privado registrado, siendo las micro y pequeñas empresas quienes conforman el 43,5% del mismo (Cámara Argentina de Comercios y Servicios, 2019).

En Argentina, una PyMe es definida por el Ministerio de Producción, como una micro, pequeña o mediana empresa que realiza su actividad en el país. La misma puede estar compuesta de forma unipersonal, como por varios integrantes, y su categoría se asigna a partir de los volúmenes de ventas declarados. En algunos casos, dentro de estos segmentos es posible encontrar emprendedores, a quienes, a partir de la publicación de la Ley 27.349, se los identifica como personas que inicien nuevos proyectos productivos en el país, o bien desarrollen un emprendimiento con o sin fines de lucro, en el marco de una nueva persona jurídica o como máximo de siete años de antigüedad en su constitución.

Aproximadamente, del total de pymes existentes en la Argentina, sólo el 50,1% se encuentran registradas y vigentes (con certificado de AFIP de Pyme activo), y las mismas en conjunto con los emprendedores representan cerca del 44% del PBI y el 51% del empleo en Argentina (Ministerio de Producción, 2017). Esto demuestra que respecto a la participación mundial, tanto en términos de PBI como de empleo, en Argentina el segmento MiPyme cuenta con posibilidades para continuar desarrollándose y captar mayor participación en estos indicadores, con suma relevancia para el país.

En el territorio de Capital Federal, según datos de febrero de 2020 del Ministerio de Producción hay un total de 221.003 Pymes, siendo las registradas el 48,6%, y junto con la Provincia de Buenos Aires concentran el 53% de las empresas de Argentina. En términos de densidad empresarial entre territorios, CABA es la única región que se destaca significativamente sobre el resto (42 empresas cada mil habitantes, según informe 2017, Ministerio de Producción).

A pesar de la importancia del desarrollo de micropymes y emprendedores tanto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como a nivel mundial, los mismos se enfrentan con muchas dificultades en su operatoria diaria y crecimiento, siendo el acceso a la financiación el principal problema al que deben hacer frente. Esta dificultad afecta de forma desproporcionada, ya que muchos casos cuentan con barreras y dificultades en el acceso a financiación, y en muchos otros no es posible el acceso a la misma, siendo estos mismos, entes que contribuyen en gran medida a la actividad económica y el empleo (Naciones Unidas, 2020).

## **4.2 La interacción con soluciones de pago digitales**

En los últimos años, se vieron impulsadas las soluciones de pago digitales. Actualmente, existen más de 6.5 millones de usuarios de billeteras virtuales en las 23 plataformas desarrolladas en el país (Cámara Argentina de Fintech, 2020), de las cuales 2 concentran aproximadamente el 80% del mercado siendo Mercado Pago la más fuerte con más del 50% de usuarios (Mercado Libre, 2020), seguida por Ualá con el 30% restante (Ualá, 2020). Si bien la última solo ofrece soluciones de cara a individuos y no al ecosistema en su conjunto (individuos y comercios) ha incrementado fuertemente su volumen de usuarios posicionándose como principal competidor de Mercado Pago.

El posicionamiento de Mercado Pago deriva de su origen como solución de pago de la plataforma de MercadoLibre, empresa argentina que nació dedicada a brindar soluciones de compras, ventas y pagos por Internet tanto a individuos como comercios, y con el tiempo sumó una amplia gama de soluciones digitales para los comercios. El desarrollo de esta empresa cobra importancia brindando soluciones de comercio electrónico, pagos, créditos, logística por Internet y el acceso al crédito con el objetivo de potenciar la inclusión financiera (incluyendo funcionalidades de inversión que permiten a los usuarios obtener un rendimiento por su dinero).

De esta manera, la solución de Mercado Pago permite a los pequeños comerciantes, PyMEs y microemprendedores operar con pagos digitales de forma simplificada a través de su billetera digital obteniendo la aceptación de pagos con tarjeta de crédito, débito y prepago. Adicionalmente, el uso del ecosistema de Mercado Pago permite generar un historial para cada usuario, bajo el cual, a través de un “*scoring*” y la integración de Mercado Pago y Mercado Crédito, se busca brindar la posibilidad de que los usuarios cuenten con el dinero de forma ágil, flexible y sencilla, con el objetivo de lograr la inclusión financiera de aquellos que se encuentran ante barreras para acceder a un crédito en el sistema financiero tradicional en América Latina (MercadoLibre, 2019).

En síntesis, Mercado Pago tiene como objetivo que sus soluciones sean simples, accesibles y seguras, siendo los mismos atributos de interés para los usuarios. Por lo tanto, se ha enfocado este trabajo en el análisis de la interacción de los sujetos de estudio con esta solución de pagos digitales, a los efectos de comprender su percepción acerca de los beneficios que la misma les ofrece y de la inclusión financiera que supone su uso.

## **5. Estudio de la digitalización de emprendedores y micropymes: Medición cualitativa**

### **5.1 Objetivos y metodología**

Para abordar el estudio del comportamiento del segmento emprendedor y micropyme ante soluciones digitales de pago en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, detectar y analizar



las oportunidades y desafíos que existen ante dicha interacción, utilizamos el método cualitativo a través de la Teoría Fundamentada.

La Teoría Fundamentada, técnica desarrollada por Glaser y Strauss (1967) y luego refinada por Strauss y Corbin (1990), es una metodología de investigación que tiene como objetivo el desarrollo de la teoría a partir de un proceso sistemático de obtención y análisis de los datos en la investigación. Su abordaje se realiza a través de la detección de un conjunto de categorías, subcategorías, propiedades y dimensiones interrelacionadas, mediante un proceso de descripción, comparación y conceptualización de los datos, en donde el investigador codifica y analiza los datos simultáneamente, para de esta forma desarrollar ideas teóricas que tengan correspondencia con los datos. (Glaser & Strauss, 1967).

Se avanzará en la metodología descrita a través de entrevistas semi-estructuradas, que se caracterizan por preguntas relativamente abiertas en formato de guía de entrevista, ya que permiten dado su carácter conversacional, la creación de situaciones que facilitan la expresión natural de percepciones y perspectivas por parte de los entrevistados (Flick, 2012). A través de preguntas abiertas se buscó lograr un acercamiento a la realidad en la cual se encuentran inmersos los emprendedores y micropymes entrevistados y el contexto que los lleva a transitar la experiencia con las soluciones digitales de pago. Las preguntas guiadas por la teoría-hipótesis contribuyen a convertir en más explícitas las ideas y concepciones implícitas del entrevistado (Flick, 2012).

La muestra de estudio se encuentra enmarcada entre nueve barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a saber: Almagro, Flores, Parque Chacabuco, Boedo, Núñez, Belgrano, Villa Urquiza, Colegiales y Saavedra, correspondientes a las comunas 5, 7, 12 y 13, de forma tal de poder contar con un universo heterogéneo en términos de ubicación para identificar patrones en común que los vinculen ante el uso (o no uso) de soluciones digitales de pago. Es por esto que los comercios abordados fueron seleccionados por sus características del segmento objetivo independientemente de los medios de pago que disponen. En lo que respecta al rubro, la investigación se acotó al rubro gastronómico no desarrollado, esto implica que se encuentran incluidos: Panaderías, Pastelerías, Fiambrerías, Pizzerías, etc., y excluidos Restaurantes, Almacenes, Cadenas consolidadas, dado que el objetivo de análisis es sobre el segmento emprendedor y micro pyme. Por

último, se realizó el análisis de once testimonios, distribuidos equitativamente entre las 4 comunas mencionadas.

Para avanzar en las entrevistas, compartimos a los entrevistados una nota que describe el objetivo de la investigación y establece la confidencialidad de la información compartida (véase Anexo I). Si bien, como mencionamos, las entrevistas son de carácter semi-estructuradas para lograr captar no solo el trasfondo de la pregunta, sino también la experiencia y los efectos en cada entrevistado, las mismas se pueden dividir en cuatro secciones: identificación, acceso a servicios financieros, Mercado Pago, educación financiera (véase Anexo II). La primera sección supone un entendimiento del entrevistado en términos sociológicos que luego permitan una agrupación de los mismos (edad, nivel de estudios, barrio, etc.). En la segunda se da inicio a la conversación sobre su actividad comercial para lograr el entendimiento de la importancia de la misma en sus ingresos y principales indicadores del negocio. El tercer bloque de la entrevista se concentra en el entendimiento sobre el acceso a los servicios financieros, tanto para su operatoria directa con entidades bancarias, como también con sus clientes en el momento de la comercialización de sus productos. Por último, finaliza la misma profundizando en la educación financiera de los entrevistados.

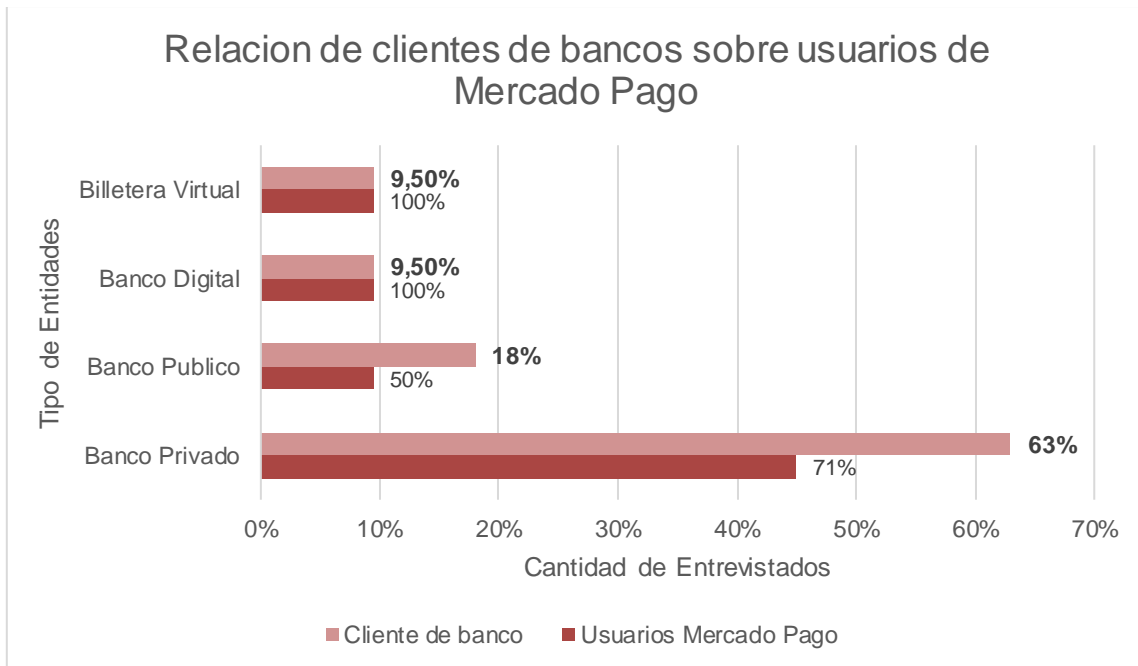
Para realizar el análisis de las entrevistas utilizamos el software Atlas.TI. Esta herramienta permite, ante una gran cantidad de información, optimizar la habilidad de clasificar, examinar e identificar patrones (Lu y Shulman, 2008). Los elementos utilizados en el análisis fueron las grabaciones de las entrevistas, las cuales fueron volcadas en la herramienta, complementadas con las notas de campo tomadas durante la realización de las mismas. De esta forma es posible automatizar el proceso de codificación dentro del método de investigación cualitativa, ya que a través del software es posible organizar, buscar, ordenar y procesar de forma eficiente la información contenida en cada entrevista.

## **5.2 Resultados**

Se realizaron once entrevistas enmarcadas en diferentes barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, específicamente, seis entrevistados del círculo de la zona norte de CABA (comprendidos entre comunas 12 y 13) y cinco entrevistados de zona centro de CABA (comprendidos entre las comunas 5 y 7). Del total de entrevistados el 54% se los identifica

con la categoría de emprendedor (según Ley 27349), mientras que el 46% restante son identificados como micropymes distribuidos de forma equitativa en los dos grandes círculos geográficos de estudio. La distribución de segmento emprendedor y micropyme guarda estrecha relación con la principalidad de la actividad realizada, es decir, los entrevistados identificados como emprendedores en su mayoría declaran que la actividad realizada, no es su actividad principal, mientras que, aquellos identificados como micropymes, manifiestan que la actividad comercial descrita es su principal fuente de ingresos. Asimismo, el 80% de las micropymes entrevistadas cuentan con local físico de venta al mostrador y el 50% de ellos cuenta con empleados a cargo, ocurriendo lo opuesto en el caso de los emprendedores, en donde el 83% de los mismos operan a través de tienda virtual y no cuentan con empleados. Por otro lado, no se encontró en la edad de los entrevistados un patrón que permita explicar la relación con la venta online, ya que la edad de los mismos se encuentra distribuida de forma relativamente equitativa, es decir, 54% jóvenes y 46% adultos (se denomina adulto a partir de los 40 años).

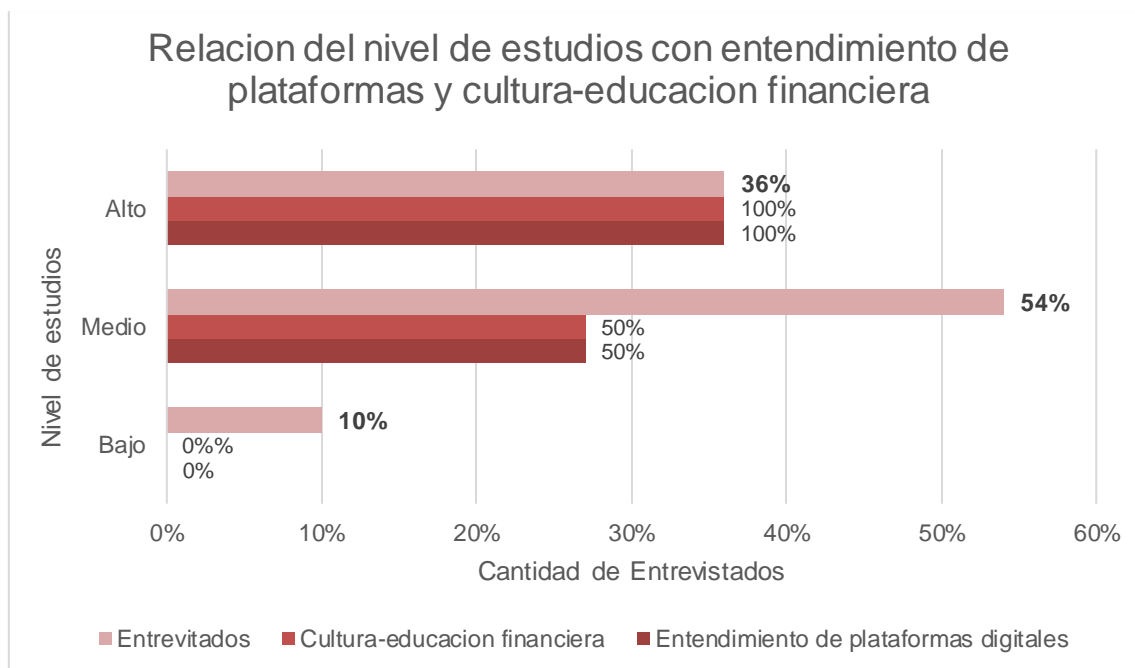
Continuando con la descripción y análisis de resultados desde el aspecto socio cultural, el total de entrevistados se encuentran bancarizados, y la distribución de los mismos está dada de la siguiente manera: el 63% son clientes de bancos privados, 18% de bancos públicos y quienes conforman el 19% restante, se distribuyen equitativamente entre banco digital y billetera virtual. No obstante, observamos que el 27% no realiza operaciones ni utiliza los servicios prestados por ninguna de estas entidades, y presentan afinidad por el efectivo. Por otro lado, del total de entrevistados, el 72% utilizan Mercado Pago. Este número está compuesto por la totalidad de los clientes mencionados de bancos digitales y billeteras virtuales, el 71% de los clientes de bancos privados y el 50% de los clientes de bancos públicos.



Fuente: elaboración propia en base a las entrevistas realizadas.

Por último, en relación con el nivel de estudios, detectamos que el 54% presenta estudios medios (secundario completo, universitario en curso), el 36% cuenta con estudios altos (universitario completo) y el 10% restante cuenta con un nivel de estudio básico (primario completo).

Los entrevistados con nivel de estudios altos, fueron identificados con patrones de buen entendimiento de plataformas digitales, cultura y educación financiera, y por afinidad a pagos digitales. Por otro lado, quienes se encuentran en el segmento de nivel de estudios medios, el 50% cuenta con cultura financiera y buen entendimiento de las plataformas digitales. Mientras que en el otro 50% y en conjunto con el restante porcentaje con nivel de estudios bajos, no se identifica este patrón, lo que se encuentra directamente relacionado con la afinidad por el efectivo y el bajo entendimiento de las plataformas digitales, reflejado como una dificultad de acceso a Mercado Pago. Este último resultado es consistente con el estudio realizado por Durai y Gilma (2019), en el que se destaca como aspecto negativo, en la importancia de la inclusión financiera para reducir el gap entre efectivo y pagos digitales, la dificultad de adaptabilidad de los individuos a los medios digitales.

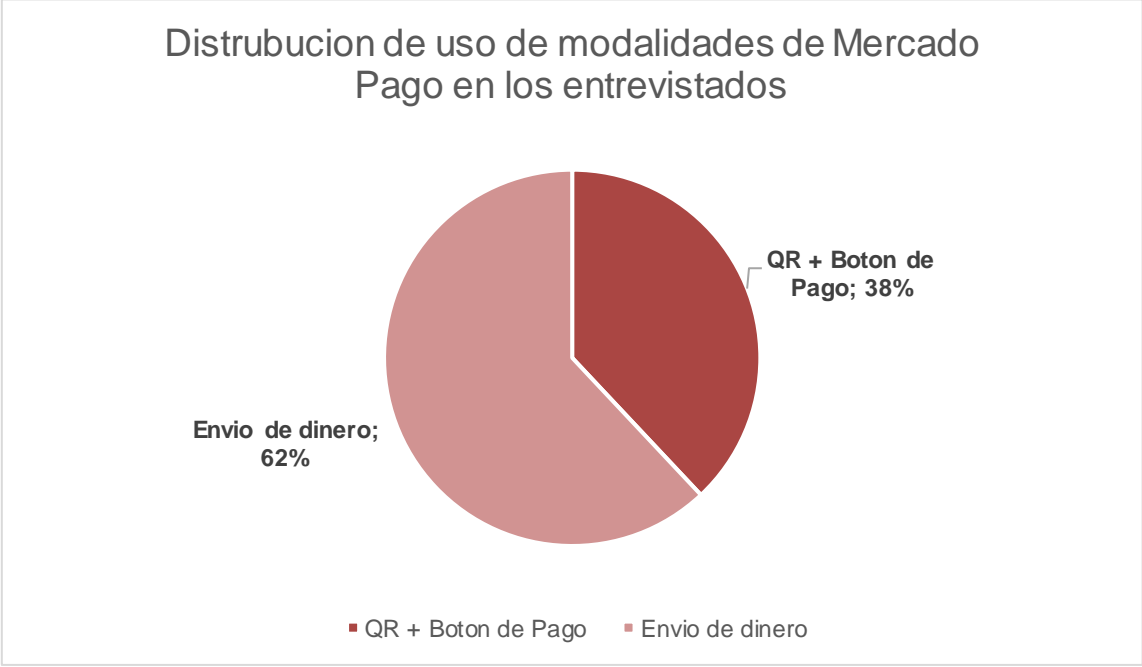


Fuente: elaboración propia en base a las entrevistas realizadas.

Profundizando en las características de la operatoria comercial, de los casos analizados, detectamos que más del 50% tiene principalidad de pagos en efectivo, lo que se encuentra potenciado por una demanda que no fomenta el uso de Mercado Pago. En segundo lugar, se observa una distribución equitativa entre medios de pago digitales y efectivo, en parte impulsada por el uso de Mercado Pago como medio de pago con sus proveedores. Finalmente, el único caso en el que detectamos que presenta principalidad de pagos por Mercado Pago, se deriva de que el inicio de su emprendimiento tuvo origen a través de la plataforma de Mercado Libre, y a su vez, ya que su negocio es de ventas minoristas en grandes cantidades, destaca que su demanda presenta una clara afinidad por Mercado Pago. Adicionalmente se puede observar que los casos de estudio que manejan un volumen alto de ventas mensuales (alrededor de \$1.000.000), utilizan mayormente Mercado Pago, evidenciando de esta forma la necesidad de contar con una alternativa adicional al efectivo que permita manejar ese volumen de fondos.

Los casos de estudio identificados como usuarios de la plataforma de Mercado Pago brindan a sus clientes la posibilidad de pagar con medios de pagos digitales a través de las diferentes funcionalidades disponibles, esto es, QR, botón de pago y envío de dinero. Siendo las dos primeras las funcionalidades mayormente utilizadas por los entrevistados detectados dentro del segmento micropyme y representando el 38% del total de los

entrevistados que utilizan Mercado Pago, mientras que el envío de dinero, al brindar la posibilidad de que el cliente final sea quien absorba la comisión, es la solución utilizada por los emprendedores representando el 62% restante.



Fuente: elaboración propia en base a las entrevistas realizadas.

Profundizando sobre el impacto de la comisión en los emprendedores y micropymes, detectamos que en todos los casos que se utiliza la solución de Mercado Pago hay reticencia al pago de comisiones, intensificado en el segmento emprendedor y de volúmenes de venta medios y bajos, que presentan dificultades para afrontar el pago de las mismas.

En términos de beneficios, los usuarios de Mercado Pago destacan como característica principal que es una solución ágil: “...para nosotros es fácil, pero mucho más rápido que con tarjeta de crédito, por lo cual ahí tienes otro punto a favor. Por tanto, una tarjeta de crédito te tira error de comunicación, no te conecta, no te lee la tarjeta porque está gastada, QR es un segundo y se fue el cliente...” (Cecilia, comunicación virtual, 6 de noviembre de 2020), y que permite rápidamente formar parte de la aceptación de pagos digitales a través de una solución conocida por el consumidor: “...la mayoría de la gente ya está familiarizada con el QR.” (José, comunicación personal, 7 de noviembre de 2020). Esta última característica permite que los emprendedores puedan captar nuevos clientes ya que

encuentran en Mercado Pago la posibilidad de brindar una imagen de “seriedad” ante el consumidor. Por último, minimiza el riesgo de contar con gran parte de las ventas del día en efectivo, ante posibles eventos de seguridad.

En línea con esto, el 75% de los entrevistados que utilizan Mercado Pago hacen uso del ecosistema de dicha plataforma. Esto se encuentra relacionado con un alto nivel de entendimiento de las plataformas digitales y la comprensión de la operatoria específica de la plataforma de Mercado Pago, encontrando como un aspecto destacable la facilidad en el acceso a la misma y la agilidad en su operatoria. Y, por último, un aspecto muy relevante es el rol de los proveedores quienes fomentan fuertemente el uso del ecosistema, a través de la aceptación del mismo como medio de pago. Esto se corresponde con presencia de cultura financiera y nivel de estudios medio-alto. Asimismo, el 63% de los casos estudiados, expone que la demanda fomenta el uso de Mercado Pago, obteniendo como contrapartida, que un amplio porcentaje de los entrevistados utilice su ecosistema de pagos.

Sin embargo, se encuentran desventajas ante el uso del ecosistema, como la necesidad de contar con un ente físico al cual poder dirigirse ante inconvenientes que lo requieran y que no sea el medio digital el único medio para canalizar todo tipo de operaciones y, por otro lado, la necesidad de contar con el asesoramiento de un profesional especializado cuando se trabaja con volumen grandes, ya que Mercado Pago engloba las ventas y esto genera obstáculos a la hora de individualizar las mismas ante el tratamiento impositivo correspondiente.

Por su parte, el no uso de ecosistema de Mercado Pago se encuentra relacionado a la afinidad por pagos en efectivo, debido al bajo entendimiento de plataformas digitales y falta de incentivos por parte de la demanda y de los proveedores. Este patrón se identifica mayormente en la zona centro-sur de CABA, asociado a adultos sin cultura financiera.

Finalmente, del total de los entrevistados, el 80% de los mismos considera que Mercado Pago influye en la inclusión financiera destacando, por ejemplo, que brinda la posibilidad a aquellos emprendedores que se encuentran iniciando su actividad y nunca manejaron medios de pago digitales, siendo una buena forma de comenzar, sin tener que realizar gestiones que requieran constancias y trámites necesarios para cursar la operatoria, además de brindar la posibilidad de ofrecer variadas alternativas de pago captando de esta

forma nuevos clientes. Por último, a través de su uso, fomenta el entendimiento de la operatoria financiera, esto es, comisiones, tasas, plazos de pagos, entre otros, profundizando de esta forma su cultura financiera. Encontramos aquí, estrecha relación con lo destacado por Carballo y Bartolini (2019), que describen la importancia de las Fintech como una fuerza para la inclusión financiera presentándolas como las empresas encargadas de ofrecer, mediante plataformas tecnológicas, una variada gama de productos o servicios financieros de forma efectiva y accesible.

## **6. Conclusiones**

El acceso y uso de los servicios financieros se encuentra inmerso dentro del estudio de la inclusión financiera, ya que permite abordar el concepto desde la perspectiva del entendimiento ante la utilidad de los mismos por parte de emprendedores y micropymes en nuestro espectro de estudio. Las soluciones de pago digitales brindan herramientas para potenciar el desarrollo de emprendimientos y micropymes, otorgándoles la posibilidad de formar parte del ecosistema digital de pagos y el acceso a servicios financieros. El desafío actual es que las soluciones de pago sean diseñadas acorde a las necesidades de quienes utilizarán las mismas, para que de esta forma se sientan atraídos a su uso, y encuentren una solución que les permita formar parte del ecosistema financiero. La plataforma de Mercado Pago cuenta con el potencial para llegar a gran parte de este segmento ofreciéndoles una solución ágil, de fácil acceso y con múltiples funcionalidades, permitiendo a su vez, el desarrollo del negocio potenciando sus ventas impulsadas por la demanda generada dentro de la billetera de Mercado Pago.

Dentro de los objetivos de esta investigación, en primera instancia se buscó comprender el comportamiento de los emprendedores y micropymes ante la solución digital de pagos de Mercado Pago. Sobre ello, se observó que el comportamiento de los mismos se encuentra vinculado con diferentes aspectos de su contexto sociocultural, puntualmente se advierte una tendencia al uso de Mercado Pago en los casos analizados con niveles de estudios medio-alto, un buen entendimiento de plataformas digitales y presencia de cultura financiera.

En relación con el desarrollo del negocio, el comportamiento se traduce en la necesidad de captar nuevos clientes o bien brindar un medio de pago alternativo (y conocido por los



consumidores) particularmente en el caso de aquellos que manejan grandes volúmenes de ventas. Con respecto a los costos asociados a la operatoria, detectamos que la mayoría se inclina por el uso de la solución de envío de dinero (solución para particulares), en lugar del uso de las soluciones de botón de pago y QR a los fines de evitar el pago de comisiones. En conclusión, tanto consumidores como proveedores condicionan y repercuten en el comportamiento del uso de la plataforma incentivando o no el uso la misma.

En segunda instancia, el objetivo fue analizar las oportunidades, desafíos y barreras identificados en esta interacción. En términos de oportunidades se identificó a partir de los datos publicados por el Consejo Internacional para la pequeña empresa que demuestran que a nivel mundial las pymes representan al menos el 50% del PBI y el 66% del empleo formal, una oportunidad de desarrollo para el segmento, dado que en Capital Federal según datos del Ministerio de Producción solo el 48,6% de pymes se encuentran registradas. Sumado a esto, el desarrollo exponencial de las billeteras digitales en Argentina demuestra que el mercado argentino presenta una alta adaptación a las soluciones digitales. De esta forma, la oportunidad de potenciar el segmento no registrado de micropymes a través del uso de soluciones de pago digitales, logrando progresivamente la inclusión financiera de las mismas. En relación a los desafíos, identificamos la importancia de contar con soluciones diseñadas acordes a las necesidades de los usuarios y que les permitan el debido entendimiento de las funcionalidades. Por lo tanto, el desafío es contar con soluciones dinámicas que permitan adaptaciones en términos de diseño y funcionalidades, logrando así el objetivo de potenciar su uso y la inclusión de la herramienta en la cotidianidad de los usuarios en función de sus necesidades.

Por último, dentro de las barreras detectadas, se observa como punto débil, y se presenta como una dificultad para la penetración de Mercado Pago, la presencia factores culturales asociados al temor en la sostenibilidad de las instituciones financieras: "Tenemos familiares que lo han hecho. Su mamá, mi tía, decí que no perdieron todo. Con el corralito, el otro corralito, la hiperinflación. Quién sabe si a otro país le pasa lo mismo. Nunca escuché que haya pasado semejante barbaridad como acá. Jamás se me ocurriría ahorrar acá. A veces te tientan porque ahí nos dan mucho interés. Pero eso siempre es darte para después... Cuando fue lo de Alfonsín en el 89, o en el 2001 era así. O cuando Macri se fue. Te daban los intereses... Y después, la gente lo perdió todo. Entonces acá hay que ser iluso para poner plata en el banco, o por no tener memoria. Mientras no cambie la forma de vida, la forma que tenemos los argentinos. Decimos nosotros que son corruptos, nosotros somos

corruptos porque elegimos corruptos, sean del partido que sea. Entonces apoyamos corruptos, entonces, mientras sea así, no podés confiar en tu país.” (Estela, comunicación personal, 11 de noviembre de 2020).

Otro aspecto a destacar, que fortalece la afinidad por el efectivo, se corresponde con la complejidad del sistema regulatorio que requiere conocimientos profesionales a los fines de realizar debidamente declaraciones de ingresos y cumplimiento impositivo que atenta contra la acotada rentabilidad de los emprendedores entrevistados. Adicionalmente, se observa que, si bien Mercado Pago influye en la inclusión financiera, no logra alcanzar a adultos con bajo nivel de estudios quienes, en línea con Matthews (2019), se encuentran excluidos también por no haber podido adaptarse al rápido desarrollo de nuevas tecnologías. Asimismo, se identifica que tampoco logra alcanzar al segmento que no tiene acceso a dispositivos electrónicos modernos ya que son un medio necesario para acceder al servicio de soluciones de pago digitales de Mercado Pago.

En cuanto a la principal cuestión de análisis en este trabajo, con respecto a si la demanda generada dentro de la billetera de Mercado Pago en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, impulsa a emprendedores a digitalizarse, a partir de las entrevistas realizadas observamos que la mayoría de los emprendedores y micropymes se vieron motivados a habilitar la solución de pago de Mercado Pago, debido a la demanda de los clientes, quienes ya contaban con la solución y demostraban el interés por el pago a través de la misma o de soluciones digitales de pago. Adicionalmente, encontramos que en el 27% de los casos, también el impulso se originó a partir del uso de la solución por parte de los proveedores con quienes interactúan con la misma, cerrando de esta forma el ecosistema de pagos y, por otro lado, se motivó a partir de la observación del conocimiento y uso de la plataforma por los consumidores en general.

Como primer análisis derivado de la pregunta principal, referido a qué beneficios tiene para los emprendedores el acceso a soluciones digitales de pago, observamos en las entrevistas realizadas que predomina la percepción de la característica de solución ágil y de fácil acceso. Adicionalmente, los entrevistados destacan el aprovechamiento de todas las funcionalidades y beneficios que se ofrecen dentro del ecosistema, encontrando en la herramienta su necesidad de uso indispensable pudiendo realizar todas las operaciones necesarias, es decir, pago de servicios, transferencias y compras.

Luego, en un segundo análisis derivado, con relación a si dichos emprendedores se consideran incluidos financieramente a través de los servicios digitales de pago, los mismos manifiestan, en su mayoría, que perciben la inclusión financiera del segmento ante la interacción con los diferentes servicios, que permiten ampliar su cultura financiera a través de la interacción con herramientas financieras tales como, tasas, plazos de pago, comisiones, entre otros. Por otro lado, les permite fácilmente formar parte de los comercios con aceptación de pagos digitales. Particularmente, a raíz de determinados comentarios y conductas observadas ante la interacción con la plataforma durante las entrevistas, se evidencian contundentes señales de inclusión financiera, tales como: la fluidez del manejo de la aplicación, descripción de sus funcionalidades, la operatoria que realizan, conocimiento de ventajas y desventajas entre las alternativas, entre otras.

En cuanto a la hipótesis de esta investigación, de que los emprendedores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires encuentran en las soluciones de pago digitales como Mercado Pago el acceso y uso de los servicios digitales para poder desarrollar sus negocios y captar nuevos clientes, los resultados muestran que el 67% de los entrevistados se vio motivado a habilitar la plataforma de Mercado Pago principalmente por la demanda. Esto se debe a la presencia de la billetera de Mercado Pago en los consumidores de la ciudad, que funciona como un incentivo para los emprendedores y micropymes a formar parte del ecosistema digital, bajo el cual pueden acceder a servicios financieros digitales no bancarios. Por lo tanto, validamos la hipótesis y, a su vez, identificamos factores adicionales tales como la importancia del diseño, evidenciado en la agilidad de acceso y facilidad de uso, y el ecosistema formado tanto por consumidores y proveedores cerrando de esta forma el círculo de pagos.

Una reflexión adicional que se desprende de los testimonios sobre la complejidad del sistema impositivo refleja, tal como mencionan dos Santos y Kvangraven (2017), la importancia de que se encuentren alineadas las políticas impositivas con la estrategia y políticas de inclusión financiera, para potenciar el desarrollo de los negocios y no ser un obstáculo a la hora de operar en grandes volúmenes como expresaron parte de los entrevistados.

Para finalizar, destacamos que este trabajo fue realizado durante el contexto de la pandemia mundial lo cual dificultó la realización de las entrevistas en vivo (las mismas se realizaron en su mayoría por videollamada) presentando una limitación para una mejor

apreciación del comportamiento del entrevistado. En línea con esto, encontramos en los testimonios de los entrevistados que la pandemia provocó cambios de comportamiento en los individuos, que fomentan el uso de soluciones de pago digitales en reemplazo del efectivo. Esto se presenta como desafío para futuras investigaciones, que busquen comprender los motivos que llevan a los emprendedores y micropymes a modificar su comportamiento y de qué forma los llevan a cabo.

## 7. Bibliografía

1. Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), *Gran Encuesta a Microempresas: Informe de Resultados 2018*, 2018.
2. Bachella, P. P. (2019). *Descripción y análisis de la disrupción tecnológica en los servicios financieros impulsado por empresas de tecnología en Latinoamérica*.
3. Bartollini M, Carballo I.E. (2019). *Pagos digitales para la inclusión financiera de poblaciones vulnerables en Argentina: Un estudio empírico en comerciantes del barrio Padre Carlos Mujica*.
4. Banco Central República Argentina (BCRA), *Informe de Inclusión Financiera*, 2019.
5. Banco Central República Argentina (BCRA), *Innovación Financiera*, 2020.
6. Belacín, M., Arnoletto, M. (2019). *Panorama de las empresas en Argentina*.
7. Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC), *Las pymes: Antídoto contra la pobreza*, 2019.
8. Cámara Argentina de Fintech, *Billeteras virtuales: los pagos con QR crecieron 500% en supermercados*, 2019.
9. Dos Santos, P. L., & Harvold Kvangraven, I. (2017). *Better than Cash, but Beware the Costs: Electronic Payments Systems and Financial Inclusion in Developing Economies*. *Development and Change*, 48(2), 205-227.
10. Durai, T., Stella, G., King, R., Velrajan, M., Narasimhan, D., Kumar, R. R., ... & Karthikeyan, S. (2019). *Digital Finance and its Impact on Financial Inclusion*. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 6.
11. Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.

12. Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL), *Inclusión Financiera en la Argentina. Diagnóstico y propuestas de política*, 2019.
13. Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter.
14. Grupo Banco Mundial (GBM), *Entendiendo la pobreza: inclusión financiera*, 2018.
15. Grupo de los 20 (G20). *Think Big for Small: Small and Medium Enterprises as Pillar for Future-oriented, Sustainable Growth*, 2017.
16. Halloluwa, T.; Bandara, P.; Usoof, H.; and Vyas, D. (2018). *Value for Money: Codesigning with underbanked women from rural Sri Lanka*. OzCHI'18: Proceedings of the 30th Australian Conference on Human-Computer Interaction, Melbourne, Australia, 5–7 December 2018. New York: ACM Press, pp. 63–73
17. Kaye, J. J.; McCuiston, M.; Gulotta, R.; and Shamm, D. (2014). *Money Talks: Tracking Personal Finances*. CHI'14: Proceedings of the International SIGCHI Conference Rethinking Financial Inclusion: from Access to Autonomy 543 on Human Factors in Computing Systems, Toronto, Canada, 26 April – 1 May 2014. New York: ACM Press, pp. 521–530.
18. Lewis, M. and Perry, M. (2019). *Follow the money: Managing personal finance digitally*. CHI'19: Proceedings of the international SIGCHI conference on human factors in computing systems, Glasgow, UK, 4–9 May 2019. New York: ACM Press.
19. Lu, C.-J., & Shulman, S. W. (2008). *Rigor and flexibility in computer-based qualitative research: Introducing the coding analysis toolkit*. International Journal of Multiple Research Approaches, 2(1)
20. Matthews, B. H. (2019). *Hidden constraints to digital financial inclusion: the oral-literate divide*. *Development in Practice*, 29(8), 1014-1028.

21. Mayan, M., & Introdutoria, N. (2001). *Una introducción a los métodos cualitativos. Módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales*. Alberta: International Institute for Qualitative Methodology, 34.
22. MercadoLibre (MELI), *Reporte de Sustentabilidad: El efecto emprendedor*, 2019.
23. MercadoLibre (MELI), *Investor Mercado Libre*, 2020.
24. Dudovskiy, J. (2020). *The Ultimate Guide to Writing a Dissertation in Business Studies: a step by step approach*.
25. Naciones Unidas, *Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresa*, 2020.
26. Orazi, S., Martínez, L. B., & Vigier, H. P. (2020). *Las microfinanzas en Argentina: una revisión sistemática de la literatura*, *Visión de Futuro*, 24(1).
27. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas (Serie políticas públicas y transformación productiva N. 12)*, 2013.
28. Prof. Pelz, B. (2010). *Análisis cualitativo: métodos de investigación para las ciencias sociales*. Florida, Estados Unidos. Herkimer College / SUNY.
29. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Microfinanzas en la Argentina, 2005*.
30. Rangarajan, C. (2008). *Report of the committee on financial inclusion*. New Delhi: Ministry of Finance, Government of India.
31. Sabariego Puig, M., Vilà Baños, R. *Introducción al análisis de datos cualitativos: Prácticas: Atlas.Ti 7*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/19959361.pdf>
32. Sampieri, H. (2010). *Metodología de la Investigación*, Colombia, México, Venezuela, Argentina: Quinta Edición

33. Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. New Delhi: Oxford University Press.
34. Muralidhar, S, H., Bossen, C., and O'Neill, J. (2019). *Rethinking Financial Inclusion: from Access to Autonomy*.
35. Strauss, A. y Corbin, J. (1990). *Fundamentos de la investigación cualitativa: procedimientos y técnicas de teoría fundamentada*, Beverly Hills, CA: Sage Publications.
36. Ualá, *Ualá prensa*, 2020.
37. Vyas, D.; Snow, S.; Roe, P.; and Brereton, M. (2016). *Social Organisation of household finance: Understanding artful financial systems in the home*. CSCW'16: Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing, San Francisco, USA, 27 February – 2 March 2016. New York: ACM Press, pp. 1777–1789



## 8. Anexos

### 8.1 Anexo I



Estimado \_\_\_\_\_,

Antes que nada, queremos agradecerles el tiempo destinado a nuestra investigación.

Somos Estefanía de la Mata (Legajo: 1074803) y Pilar Anes (Legajo: 1095606), estudiantes de la Licenciatura en Economía de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

Por medio de esta nota queremos dejar constancia que la entrevista realizada y su contenido es de carácter confidencial y el uso de su contenido solo será destinado a fines propios de la investigación.

Sin dudas creemos que el segmento pyme-emprendedor tiene mucho potencial en la Argentina, y es por eso que elegimos dedicar nuestra tesis de grado analizando y detectando cuáles son sus necesidades y soluciones digitales disponibles en el mercado para canalizarlas.

Una vez más, ¡les agradecemos su colaboración!

Estefania De La Mata

Pilar Anes

## 8.2 Anexo II

Guía de preguntas:

### Identificación

1. ¿En qué Barrio se encuentra el entrevistado?

CABALLITO

ALMAGRO

FLORES

PARQUE CHACABUCO

BOEDO

NUÑEZ

BELGRANO

VILLA URQUIZA

COLEGIALES

COGHLAN

2. ¿Cuál es su edad? \_\_\_\_\_

3. Sexo \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es su nivel de estudios máximo alcanzado?

Sin estudios

Primario incompleto

Primario completo

Secundario incompleto

Secundario completo

Universitario incompleto

Universitario completo

Post universitario

5. ¿Además de esta actividad, hay alguna otra fuente de ingresos en el hogar?

Sí

No

6. En cuanto a la estructura comercial de esta actividad económica, usted es:  
Dueño /Socio

7. A qué rubros pertenece esta actividad económica:  
Rotisería  
Panadería  
Fiambrería  
Fábrica de Pastas, etc.

8. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad?

9. ¿Cuáles son los medios de venta que utiliza? Venta al mostrador, delivery, etc.

10. ¿Para iniciarlo o para su expansión tuviste que requerir tus ahorros, préstamos familiares, préstamos bancarios?

11. ¿Cuál es el valor medio de lo que usted ofrece para vender? (lista de precios)

12. ¿Cuál es el valor de compra promedio?

13. ¿Cuántas ventas por día aproximadamente se realizan?

14. ¿Cuán rentable es el negocio?

No cubre gastos

Cubre costos

Cubre gastos (gastos implica tanto del propio negocio como personales)

Permite generar ahorros

15. ¿Tiene empleados para el desarrollo de esta actividad económica?

Sí, ¿cuántos? \_\_\_\_\_

No. Tener en cuenta que puede ser un grupo familiar.

Acceso a servicios financieros

16. ¿Es cliente de alguna de las siguientes entidades? ¿Qué servicios/productos tiene?  
¿Qué uso les da? Entender cómo es su experiencia con cada uno de ellos (tanto por el sí, como por el no. Intentar identificar trabas de “acceso”).

>Banco Público

>Banco Privado

>Billetera Digital

>Otros

17. En el transcurso de un mes, ¿cómo es la interacción con estos servicios? Ej.:  
Depósitos, transferencias, extracciones, pagos electrónicos. ¿Cómo es la  
distribución? (físico en sucursal y de forma electrónica)

1 a 2 veces

3 a 5 veces

6 veces o más

Ns/Nc

18. ¿Qué medios de pagos aceptas en tu negocio? Efectivo/Tarjeta Débito y  
Crédito/Mercado Pago

19. ¿Cómo se distribuyen sus ventas en las modalidades mencionadas? ¿Qué uso le  
dan a cada uno?

20. ¿Qué los motivó a habilitarlos? ¿Qué beneficios encuentran en contar con estos?

21. ¿Cómo fue tu experiencia con el uso de los medios de pago mencionados?

### Mercado Pago

22. ¿Qué usabilidad le dan?

23. ¿Qué limitaciones encuentra?

24. ¿Su utilización, profundizó su cultura financiera?

25. ¿Considera que el uso de medios de pagos digitales influyó en su inclusión financiera?

Educación financiera

26. ¿Qué medios de ahorro utilizan? ¿Conoces alguno o algún otro? ¿Por qué lo preferís?

Dólares, Plazo Fijo, Fondos de Inversión, etc.

### 8.3 Anexo III

#### Entrevista 1

Dueño de micropyme de género masculino, del rubro pastelería, 47 años de edad, ubicado en el barrio de Nuñez. Entrevistado el 11 de noviembre de 2020.

Investigador: Bueno, te cuento un poco cómo se estructura la entrevista. Primero vamos a hablar un poco de entender un poco su emprendimiento. A qué se dedican, cuánto hace que están y demás. Y después nos aventuramos un poco más en lo que son los medios de pago, ¿sí?

Micropyme: Sí, perfecto.

Investigador: Bien. Buenísimo. Ustedes están en el barrio de Núñez, por lo que estuve viendo, ¿no?

Micropyme: ¡Es así!

Investigador: ¿Y cuánto hace que están?

Micropyme: Hace doce años.

Investigador: ¡Doce años! ¿Siempre en el mismo lugar?

Micropyme: ¡No, no! Nos mudamos hace un año y medio a donde estamos ahora. Un local un poquito más grande, que veníamos de un local de 25 metros cuadrados y vamos a uno el doble. Bueno, por suerte fue creciendo un poco el, digamos, el emprendimiento y se dio todo, digamos, el año pasado para poder hacer la mudanza.

Investigador: Genial. Buenísimo. ¿Y cuál es tu edad?

Micropyme: ¿Mi edad?

Investigador: Sí.

Micropyme: 47.

Investigador: Y en este emprendimiento que ya te diría es como una micro pyme por el tiempo que llevan y que tienen un local y demás, ¿lo haces con alguna otra persona de tu círculo familiar o estás vos solo?

Micropyme: Bueno, ahí te tengo que hacer una pequeña historia. El alma mater del emprendimiento es mi mujer. Ella comienza con la pastelería y yo tengo una profesión totalmente diferente. Yo soy diseñador gráfico, trabajé en medios de publicidad durante 18 años y bueno, en 2015 me canse de la parte de publicidad y siempre me gusto en sí la pastelería y terminamos no solamente juntos en el matrimonio, sino más bien negocios.

Investigador: ¡Muy Bueno! La verdad es que sí, buenísimo que lo puedan compartir en conjunto y cada uno a su lado. ¿Ella se encarga de hacer todo lo que es la pastelería?

Micropyme: Los dos, los dos cocinamos, llevamos adelante, digamos administrativamente el local en todo sentido, desde los números, digamos pagos a proveedores, ir a comprar mercadería, en un poco a poco de todo. Polimodales, muy polifuncional mejor dicho.

Investigador: Exacto, muy bien, buenísimo. Y hoy, ¿es su actividad principal de los dos?

Micropyme: Sí, sí... Yo sigo con el diseño, pero, sí, lo que me lleva tiempo, sobre todo a partir de marzo, con la pandemia y todo cambió... y bueno, para nosotros también.

Investigador: Totalmente. Sí, sí, tal cual. Es como que se reconfiguró todo el esquema de lo que veníamos haciendo para todos, cada uno desde un lado diferente quizás, pero sí totalmente.

Micropyme: Tal cual! Bueno, yo soy docente también de Antropología en la UBA y bueno, se puso un parate muy grande los primeros cuatro meses, si no me equivoco, era un poquito menos de tres meses. Tuvimos mucha incertidumbre. Ahora si, las clases ya tienen una más, una fluidez digital bastante aceptable y pero bueno, pero si en los primeros, digamos

primeros tiempos de la cuarentena al poquito empezó la demanda por suerte. Y bueno, ahora estamos a full.

Investigador: ¡Qué Bueno! Que Bueno que de a poco todo está volviendo a la normalidad, porque me imagino al tener el local y demás es re importante que se pueda.

Micropyme: ¡Si! A pesar de ser gastronomía, que es un segmento muy golpeado por el formato que siempre tuvo nuestro local, que siempre fue “take away” y bueno, mucho boca a boca. La verdad es que en ese sentido pudimos adaptarnos bastante bien a lo nuevo, algo distinto que supone esto, que todavía sigue en realidad... pero bueno.

Investigador: ¡Si, total! O sea, ustedes además de la venta mostrador que tienen el local, ¿tienen delivery?

Micropyme: Tuvimos delivery los primeros meses de la pandemia, pensamos en contratar algún servicio tipo Globo, Pedidos Ya, Rappi, pero bueno, las condiciones no eran las mejores... exigían esta cuestión de que por lo menos tenes que subir un 30 por ciento el precio. Y bueno, nada, un costo demasiado elevado que no lo habíamos tenido. Y el delivery lo empezamos a hacer nosotros. Y cuando ya empezamos a ampliar el horario de atención, digamos dentro del local, no tuvimos la espalda como para bancar delivery, producción en el local y todo. Ahora ya estamos otra vez igual.

Investigador: Bien, perfecto. Perfecto, perfecto, y en su momento, cuando ustedes se lanzaron con este emprendimiento, para poder iniciarlo, ¿tuvieron que recurrir a ahorros propios, a un préstamo bancario, un préstamo familiar, que acceso tuvieron ahí?

Micropyme: No, fueron ahorros propios principalmente, y un préstamo familiar, digamos, en el inicio, ¿no? Después fue siempre ahorro propio.

Investigador: Bien, perfecto, perfecto y aproximadamente como para tener un dato, ¿cuál es el valor medio, o promedio de las compras que ustedes tienen por sus clientes, de las ventas?



Micropyme: Más o menos tenés un promedio de entre \$700 y entre \$500...si, entre \$500 y \$700.

Investigador: ¡Bárbaro! Y un aproximado por día, ¿cuántas ventas tienen? o por mes. Un dato así como para poder segmentarlos en las entrevistas que estamos haciendo

Micropyme: Estamos entre las 1000, 1200 ventas por mes

Investigador: Perfecto. Y hoy este emprendimiento, micropyme a ustedes, ¿les permite cubrir gastos, costos? ¿les permite invertir y seguir invirtiendo, entiendo que en algún punto se los permitió para poder expandirse, pero hoy en qué situación se encuentran?

Micropyme: Sí, con un margen menor, sobre todo en lo que hace a la reinversión. Por ejemplo, te pongo un ejemplo: estamos necesitando un horno más grande y no lo puedo comprar todavía, este año no lo voy a comprar. Pero bueno, lo que hace a otras cuentas en general, si cubre todo eso que dijiste perfecto, salvo este año en particular, la cuestión de la conversión, que viene un poco más lenta, ¿no?

Investigador: Con este contexto me imagino que si..

Micropyme: Pensa que yo antes, digamos ¿por qué tengo más trabajo? en realidad, porque achicamos formatos. Antes lo que me costaba vender una torta y lo que ganaba por una torta la tengo que vender dos o tres tortas más chicas, pero me supone mucho más cantidad de horas hombre empleadas para hacer ese producto. Así que el día en comparación, me rinde menos porque hago más cosas chiquitas que suponen mucho más trabajo, pero en definitiva, un rédito económico mucho menor en comparación a lo que trabajaba antes. Antes también trabajaba con mucho catering, mucho servicio para eventos.

Investigador: ¡Ah, mira vos!

Micropyme: Bueno, te daras una idea que este año no lo tuvimos. Para que te des una idea, recién hicimos el primer catering del año. Hace una semana y algo muy chiquitito

Investigador: Claro, tal cual, porque estás limitado hasta con la cantidad de personas y por ende la cantidad de oferta de productos que ustedes tienen en el catering.

Micropyme: Exactamente, exactamente. Bueno, todo eso cambió. Digamos que es el cómo se dio el cambio, por eso te digo, hay un margen para reinversión, bueno, poco. La inflación también te juega en contra claramente. Y bueno, pero si, el local camina solo, en eso bien, no tuvimos que poner de nuestro bolsillo, a pesar de este año horrible.

Investigador: Sí, está bien.

Micropyme: Bueno, también tenemos una estructura chica. Somos cuatro personas, nosotros dos y dos personas más que nos ayudan y eso es todo. Así que yo creo que esa fue la ventaja también, si hubiese tenido una estructura mucho mayor con más gente en relación de dependencia, ya no te da..

Investigador: Y se complica...

Micropyme: Sí, sí, sí, sí, sí, sin duda.

Investigador: Bien. Buenísimo, perfecto. Bueno, ahora pasando a la segunda parte de la entrevista, es para charlar un poco sobre los servicios financieros que ustedes, o sea que vos conocés y que tenés vos como persona para entender un poco de tu conocimiento y después un poco a ver cómo lo manejan en el local. ¿Sos cliente de alguna de las siguientes entidades puede ser, por ejemplo, de un banco público, un banco privado, una billetera digital u otros?

Micropyme: Si, si, de banco privado y después operamos con Mercado Pago.

Investigador: Bien, ¿y en el caso del banco privado suelen ir a la sucursal o se manejan todo digitalmente?

Micropyme: Solíamos ir a la sucursal, pero ya a partir de bueno, justamente todo este descalabro que fue la cuarentena, intentamos llevar todo digital. O sea, al principio íbamos

al cajero, pero después nos acomodamos como para poder hacer todo digital. Bueno, ahora te diría que los últimos 4 meses operamos todo digital.

Investigador: Y, ¿consideran que es un hábito que va a quedar en ustedes, por ejemplo, de manejarse más online con lo del banco?

Micropyme: Yo creo que sí. ¡Yo creo que si!

Investigador: Buenísimo, genial. Después un poco referido a lo que me estabas contando que ustedes aceptan en el negocio, ¿aceptan entonces Mercado Pago y tarjetas de crédito y efectivo?

Micropyme: Tal cual. Si, pero no tengo posnet ni lapos por ejemplo. Nucleo todo directamente en Mercado Pago

Investigador: ¿Y más o menos cómo se distribuyen las ventas que tenés entre la modalidad en efectivo y en este caso Mercado Pago?

Micropyme: Y 50/50 ya casi...

Investigador: ¡Ah! Mira...

Micropyme: Al principio no. Al principio no, pero bueno, cada vez más, cada vez es mayor... La verdad es que es un sistema práctico, cómodo para la gente... La gente no sabe que, en realidad, supone un montón de costos, ¿no? En el precio que terminan pagando. Porque yo obviamente tengo que trasladar todos esos costos que tengo de porcentaje que te van comisionando con cada una de las ventas, pero bueno, está tan bien vendido, en definitiva, que bueno la gente paga con el teléfono y dice: "no pago nadie!!"

Investigador: Si, si, tal cual. No sentís que estás gastando... jaja

Micropyme: Exactamente. Yo hago el chiste con algunos clientes más amigos y les digo: "¡dale, dale! ¡paga con el teléfono que no te duele!" y es un poco así...

Investigador: ¿ustedes tenían Mercado Pago antes de la cuarentena de la pandemia?

Micropyme: Sí, sí,...No! Casi un año antes, pero tuve un problema... Empezamos a operar y me empezaron a cobrar ingresos brutos de la provincia de Córdoba, porque todas las operaciones que yo hacía, las hacía con un wifi de Movistar y la operación tenía una IP que estaba linkada con la dirección legal de Movistar que es Córdoba... Algo loquísimo que la contadora pudo desanudar. Yo tuve que mandar una intimación a MercadoLibre para en ese momento MercadoLibre, me deje de cobrar sujetos de Córdoba...pero así todo lo congele, porque me agarró una calentura, porque recién a los seis meses me devolvieron toda la plata que había prestado, todas las operaciones y bueno, nada, lo freeze. O sea, no quise hacer nada, en ese momento tenía Lapos y Posnet, los dos servicios, y después las comisiones de tanto Lapos y Posnet empezaron a subir tanto, que volví un poco a caballo cansado a Mercado, y bueno, me di cuenta de que justamente los gastos de mantenimiento son bastante menores, la disponibilidad de efectivo es verdaderamente inmediata, si bien tenes que pagar un plus, pero por ejemplo los plazos de las tarjetas de crédito bancarias para operar con Lapos o Posnet son tremendos. Ahora 10 días, pero antes de la pandemia eran 28 días y me la tenía que fumar pero olímpicamente. Así que ya te digo. Por eso volví con Mercado y aparte me di cuenta de que ya te digo, la cuestión que te dije antes, las características que tiene de uso hace que sea muy amigable...entonces la gente garpa y no tiene problema. Sacar la tarjeta cuesta más, ni te digo el efectivo. Sacar la tarjeta cuesta más y el teléfono menos. Entonces ahí está el plus que tiene para mí el sistema de pago. Y ya te digo. Por eso es casi 50 y 50, no llegamos pero estamos ahí...

Investigador: Y entonces, por lo que me estás diciendo, de algún modo los usuarios de Mercado Pago, o sea, que haya usuarios de Mercado Pago te motivó a vos a habilitar este medio de pago, además de los beneficios que tenes, ¿no?

Micropyme: Si, si tal cual. Es que tenés que estar atento un poco atrás de eso. Entendés? Porque si no, aparte ahora la cuestión de la pandemia también es pensar que mucha gente estaba fobia al billete, que no querían tocar porque no sabía si el virus se iba a pegar en el dedo pulgar derecho y te arrancaba el ojo y entraba el bicho y terminas muriendo. Entonces, cuanto menos, más distancias se podía guardar al principio mucho mejor. Bueno, ahora ya está, tengo el teléfono todo el día en la mano, pago con el teléfono.

Investigador: Y ustedes ahí utilizan... Sé que tienen soluciones como QR, botón de pago, envío de dinero. ¿Cuál de ellas usan mayormente?

Micropyme: Y todas, menos envío de dinero que en este momento las cuentas local no lo tienen habilitado ya, supongo que por una cuestión impositiva, pero después si envío dinero no, pero QR, link de pago, no envío, sino el link de pago. Y bueno, a full, porque también trabajamos con redes, así que toda consulta que llega, ¡como vos! me contactaste via Instagram y yo vendo tortas vía Instagram, y bueno mando link de pago ¡y listo!

Investigador: Buenísimo. Muy, muy, muy bueno. Y te hago una pregunta con el saldo que se les acredita a ustedes en la cuenta virtual que tiene Mercado Pago, ¿lo usan? O sea, piden que se acrediten en su cuenta bancaria o lo usan en su ecosistema que tiene para pagar servicios y demás.

Micropyme: Mitad y mitad. Algo queda en cuenta de Mercado, y otra cosa obviamente se pasa a la cuenta del banco para afrontar gastos de la AFIP, todo lo demás, algunos servicios que no están, no los pagamos en mercado lo pagamos vía la cuenta del banco y bueno nada, pero como te digo, siempre algo de dinero en la cuenta de mercado tenemos, o hay compras que hacemos por Mercado Libre y nos sirve, es muy cómodo. Así como nosotros recibimos pagos, tenemos muchos proveedores que nos dicen, bueno mandame la guita por Mercado Pago y ¡ya está!

Investigador: ¡Que bueno eso! Porque te permite de algún modo no tener el efectivo, y vas cancelando tus cosas.

Micropyme: ¡Si tal cual! ¡Está bueno! Y está esta cuestión de la cuestión de la inmediatez que tiene para para mover guita, la verdad en eso ¡es muy ágil!

Investigador: Sí, totalmente.

Micropyme: Más ágil que las apps y el site de un banco.

Investigador: Sí, es muy dinámico, tiene un flujo muy muy amigable, ¿no?

Micropyme: Si sí, ¡tal cual! Interfase amigable, tal vez podría decir un poco insegura. Los últimos meses es un poco quisquillosa, preguntando la identidad de la persona que opera con esa cuenta, te pido por ejemplo que digas un número de teléfono, o ingreses una clave para acceder.. se ve que detectaron algún tipo de falla de seguridad en ese sentido, sobre todo del que opera en la cuenta de Mercado Pago, pero bueno.. bien bien. En ese sentido creo que el banco es un poquitito más histérico, te pone más trabas, o están los token, o tenes que sacar tarjeta de coordenadas, todas esas cosas Mercado Pago no lo tiene, más ágil pero también hay riesgo de inseguridad de la operación de la cuenta, pero en cierto criterio no tenes mayores problemas.

Investigador: Y ustedes ¿encuentran alguna limitación por ejemplo en Mercado Pago, limitación o algo que para ustedes debería sumar? ¿Alguna necesidad que no puedan cubrir con Mercado Pago?

Micropyme: No, no, no, no, no. Si escuchas ruido soy yo que estoy estirando masa ¡eh! Limitación no, no, no, de hecho tiene un montón de herramientas que no utilizo. Ya te digo, por ejemplo de pago de servicios, no lo utilizamos, que lo podría utilizar, pero no, la verdad es que las prestaciones que tienen son bastante amplias.

Investigador: Si cada vez van sumando más servicios, es como que están armando un abanico bastante interesante, ¿no?

Micropyme: Sí, sí, sí, sí, son un pulpo, creo que son un pulpo muy bien pensado. Creo que es, como decirte, que es un emprendimiento 100 por ciento argento, que la verdad que es bueno, de hecho un modelo capaz que vos sabés mucho más que yo de hecho, pero es medio modelo en Sudamérica. Vendió bien, bien, creo que intentó entrar en el mercado mexicano y ahí creo que hizo un poco de agua porque Amazon ya le ganó, estoy hablando más que nada de mercado libre, Amazon ya copó digamos el mercado mexicano, pero en Brasil también, o sea es fuerte y creciendo. Y digo no lo vuelven tan, no lo enferman de la cabeza como aca con un montón de trabas y cuestiones que tienen que ver con la burocracia propia de este país y también con la política de nuestro país. Espero que no lo terminen asfixiando, ¿no? Siempre tenes esa sospecha, pero bueno.

Investigador: Pero bueno, esperemos que no, la verdad que sí. Es muy cómodo y yo creo que logró como una conducta en todos de pagos con QR y aceptación, que quizás en otros lugares del mundo está más todo lo que es la tecnología contactless, viste acá el QR es muy fuerte, es terrible, es terrible, y eso lo crearon ellos.

Micropyme: Si si, tal cual. Por eso te digo, es un desarrollo bien argento, muy bien pensado. Y bueno, es una comodidad. Ya te digo esta esta cosa que intentaron hacerlo muy bien, como para que pagar no sea un hecho traumático, ¿viste?

Investigador: ¡Sí tal cual! Estoy pensando cada vez que uso Mercado Pago y para mi es como nada. Estoy usando una aplicación, pero estoy comprando

Micropyme: Tal cual, ves que se un numerito en realidad del dinero que tenes en cuenta y decis: Ah bueno ya esta! ¡Lo pagó otro! En realidad yo no fui, pero bueno, ahí se fue la plata.

Investigador: Sí, tal cual, tal cual. Y ustedes ¿consideran que la utilización de Mercado Pago en este caso profundizó su cultura financiera?

Micropyme: ¿A qué te referís por cultura financiera?

Investigador: Me refiero a que de algún modo quizás no conocían algunas posibilidades, o por ejemplo, temas de tasa, o de que tener que pagar algo más para que tengas dinero antes.

Micropyme: Ah. Ah. Bueno, sí. En ese sentido si, se supone que te tenés que ayornar y si y leer todo dos veces ¿no? Porque si es así acepto tarjeta de crédito. No hay problema y ¿Qué diferencia hay con la de debito? ¿Qué diferencia hay cuando paso el link? En ese sentido, se puso...bueno nada, a aprender un poco. Si, si en ese sentido, ¡si!

Investigador: Perfecto y ¿consideran que de algún modo a los emprendimientos los ayuda a estar incluido financieramente Mercado Pago?

Micropyme: No sé si es que los ayuda, es que no te queda otra. O sea compulsivamente te lleva a eso, ¿no? No se si te ayuda, No te queda otra que entrar en una cultura financiera con un conocimiento mínimo de tasas, de costos, de operación y todo que si no lo tenes, se te puede ir mucha guita porque estás ofreciendo un servicio que no está contemplado en tus costos. Entonces bueno, ahí podes llegar a pasarla mal a fin de mes, ¿no?

Investigador: Sí, totalmente. Y también, no sé, por ahí vos que tuviste terminales como Lapos y Posnet, en términos de requisitos, pienso en Mercado Pago seguramente tiene menos requisitos y de algún modo le sirve a un emprendedor para aceptar esos medios de pago, que quizás de otra forma no se si lo pueden hacer...

Micropyme: Tal cual. Mira, te pongo un ejemplo Lapos o Posnet te cobran un mantenimiento mensual. Obviamente eso viene de la mano de Visa o Mastercard y están linkeado con algún banco que está sacando o chupando la sangre ahí y Mercado Pago te dice: ¡Toma! ¿Vos quieres el Point, o vas a operar con QR o quieres el Posnet en definitiva? El posnet de Mercado Pago que tiene última tecnología: 4G, conectividad wifi, bla bla, bla, bla. Y directamente dicen bueno, yo te lo vendo, lo vendo por lo que te cuestan 6 meses de mantenimiento, en costo habitual de mantenimiento de los Posnet, en 6 meses ya pagaste el equipo y es tuyo y si operas con Point, que es un aparatito, lo conoces ¿no? Que se conecta por Bluetooth o lo enchufas al teléfono, ¡es exactamente lo mismo! Ese estaba, \$300 pesos cuando lo compre, un poco menos de \$180 y pico..ahora, ahora creo que lo he visto 160.

Investigador: Pero sí, creo que sí tengo la imagen de haberlo visto en algún lugar.

Emprendedor: Sí, bueno, nada. Y con QR no te sale nada, ya está. Te imprimis un QR que está linkeado con tu cuenta, y ya está, ¡operas! Así que, los requisitos que te pide un banco, es enfermante.

Micropyme: Aparte tenés que ir a firmar una solicitud. Tenés que sentarte con el muñeco del banco, que te va a abrir una cuenta, porque si no tenés una cuenta en un banco donde va a ir la plata que vas a operar con Lapos o Posnet, entendes Mercado Pago tenes una



guitar cautiva si no tenes cuenta bancaria, pero bueno. Obviamente, tenes un negocio, tenes que tener una cuenta bancaria.

Investigador: Totalmente, sí, sí, sí, es cierto. Bueno, la última pregunta que te hago, es sobre los medios de ahorro que ustedes conocen. Puede ser que los usen o no, pero simplemente para entender qué conocimiento tienen de los medios que hay de ahorro, cómo puede ser plazo fijo, dólares, acciones y demás.

Micropyme: Sí, como conocimiento, todo, casi todo, desde las acciones, los fondos de inversión, plazo fijo o compra de dólares. Conocemos a todos, que podamos hacer uso de todo eso, es otra cosa distinta, pero cómo conocer los conocemos.

Investigador: Si bien, muy bien. Bueno, Miguel, simplemente era eso. Muchísimas gracias. Yo después te mando una nota para que te quede y real hoy cuando entré a Google para ver dónde quedaba, estoy en Cabildo y Nuñez yo, ¡re cerca!

## **Entrevista 2**

Emprendedora de género femenino, del rubro pastelería, 20 años de edad, ubicado en el barrio de Saavedra. Entrevistado el 6 de noviembre de 2020.

Investigador: ¡Ahí estamos, perfecto! Bueno, un poco la entrevista se estructura de la siguiente forma: primero charlamos un poquito sobre tu emprendimiento como para poder encuadrarlo en los tipos de casos que tenemos y después un poco nos iniciamos en lo que son los medios digitales, ¿sí?

Emprendedora: Bueno, desde agosto, ya van a hacer tres meses, cuatro, un emprendimiento de cocina desde acá de mi casa con lo que tengo con lo que hay porque bueno, yo el año pasado trabajaba en un colegio y tengo 20, bueno terminó el año me fui de vacaciones empecé este año marzo, iba a entrar en un centro de estética mandé el currículum listo bárbaro buenísimo..marzo Boom pandemia!! inhabilitadísimo es poco llega más o menos agosto y digo yo cocino desde muy chica por gusto no por otra cosa, estudio diseño interior y aparte de eso soy muy detallista perfeccionista y digo bueno por qué no me mandó a ver qué onda capaz para que se yo bancarme los materiales de la maqueta esas cosas.

Investigador: ¡Bien!

Emprendedora: Aparte también antes tenía un emprendimiento desde los 15 de años, como que siempre me gustó tener.

Investigador: Sin dudas que lo tenes, sisi.

Emprendedora: Incorporado bueno y bueno nada me puse estuve como un mes sacando precios armando una lista, viendo bueno, esto lo hago bien, esto no, vamos a probar a ver cómo sale esto porque tampoco es que te puedes mandar sin saber viste a ver bueno tengo un pedido voy a agarrar y buscar en Google una receta.

Investigador: No da..sisi

Emprendedora: No y bueno nada un mes así y en agosto más o menos que arranque y nada por suerte por suerte por suerte me va bastante bien, o sea dentro de todo digamos y viendo la gente que hay mucho sin laburo o sea bien.

Investigador: Bien, buenísimo buenísimo. Entonces por lo que me decís no es tu actividad principal sino que lo tenes como un extra para poder cubrir tus gastos personales, ¿no?

Emprendedora: Sisi.

Investigador: Bien.

Emprendedora: O sea me gustaría capaz tener un laburo fijo pero digo en esto que es todo muy raro o sea yo mi prioridad es estudiar entonces es todo medio así por esto y lo otro y no sé qué dije bueno tampoco me voy a volver loca buscando la hora, la realidad es que tampoco es que digo che sino me tengo que pagar la facultad me tengo por suerte, no así que es un extra una ayuda.

Investigador: Buenísimo, si tal cual de repente después puede ser tu emprendimiento y que te dediques full a eso o sea todo puede pasar.

Emprendedora: ¿Quién dice? Sisi, ni hablar.

Investigador: Totalmente. ¿Vos estabas en Saavedra, no?

Emprendedora: Si

Investigador: Bien, perfecto. ¿Me dijiste que tenías 20 años?

Emprendedora: 20.

Investigador: Perfecto, ¿estás estudiando diseño de indumentaria?

Emprendedora: De interiores.

Investigador: De interiores, perdón. Bien, perfecto. Muy bien, ¿Y lo haces vos sola? ¿Tenés alguien que te ayude?

Emprendedora: Si lo hago sola, me cuesta mucho como dejar que los demás hagan cosas que después van con mi nombre, ¿entendes?

Investigador: Bien.

Emprendedora: Lo único para el día de la madre que fue hace poco me mandé a hacer desayunos viste y dije pongo un máximo de 20 vendí 18 nunca más jajaja.

Investigador: Jajaja. Estuviste corriendo por todos lados.

Emprendedora: La mesa llena de cajas, corrí todo allá la televisión no sé qué otras cajas mucho y ahí el día anterior, llame a mi mejor amiga le digo por favor venís a ayudarme!!

llegó y le dije andá a bañarte a desinfectarte toda vení ayudarme!! viste cuando decís no puedo.

Investigador: Sisi.

Emprendedora: Lo que tiene la cocina es eso, hay gente que capaz lo hace, era un domingo empezamos el viernes las cosas que las podía frisar las dejé ahí pero hay cosas que son de horno o que dos días antes de hacerlas no tiene el mismo gusto que el recién hecho entonces fue el sábado el día de cocina y el domingo se iban capaz a las ocho de la mañana.

Investigador: Claro, Y con el tema de los envíos ¿como hiciste? ¿los iban a buscar?

Emprendedora: La mayoría los vino a buscar.

Investigador: Claro.

Emprendedora: Pero generalmente desde que empecé me ayuda a mi novio pero ahora se puso a laborar, consiguió un laburo y entonces como que me abandonó jajaja.

Investigador: Jajaja.

Emprendedora: Fue así ja ja ja, pero bueno voy bien. ¡No! pasa que también los desayunos será más importante el envío porque es mucho más frágil si vos me decís necesito unos alfajores, van en una bolsita, una cajita no sé qué te lo mando por rappi, Uber, lo que sea, en cambio si es una torta, un Cheesecake con frutos rojos arriba el rappi hace así, y el Cheesecake vuela.

Investigador: Totalmente, tenes razón. Sisi, es cierto.

Emprendedora: Así que es como muy depende..

Investigador: Depende lo que te pidan. Tal cual.

Emprendedora: Por experiencia, o sea lo probé con una amiga le mandé un desayuno tenía me acuerdo, tengo una foto de qué tenía unas cosas abajo y arriba torta, torta y una bolsita y cuando llegó tenía torta, bolsita, torta, o sea invertido.

Investigador: Uhh

Emprendedora: Y eso no fue todo si no que el tipo agarró viste cuando vos decís ¿está donde iba? bueno acá, y dije no, no mando más no, no ja ja ja.

Investigador: Jaja, sisi, tal cual, es un tema, es cierto, me imagino el pedido de un postre deambulando yo uso mucho Rappi pero tal cual nunca pedí una torta es como que lo veo difícil.

Emprendedora: Claro, capaz alguna medio viste con...

Investigador: O chiquita por ahí sí. Y por fuera de lo del día de la madre entonces los medios de venta que vos tenés ¿es a través de Instagram o no sé tenés otro?

Emprendedora: Si tengo Instagram y la verdad que tendría que activar Facebook pero no lo hice, todavía, pero si uso Instagram y después es mucho el boca-boca o sea.

Investigador: ¡Bien!

Emprendedora: Instagram no se, no tengo ni idea cuantos seguidores tengo, pero tengo no sé un 30% por ahí y un 70% "mi hija te compró", "mi nieta", "mi X te compro y me recomendó así que quería ver tu lista de precios", así o sea por ejemplo mi mamá trabaja en una oficina ella llevó no sé qué y ahora tengo a media oficina.

Investigador: Y si, es lo mejor

Emprendedora: Es buenísimo. Probar y ahí ves.

Investigador: Totalmente, totalmente y ¿al momento de iniciarlo tuviste que recurrir a tus ahorros a un préstamo o cómo fue que hiciste para poder iniciarlo?

Emprendedora: Mi socia capitalista es mi madre.

Investigador: Muy bien.

Emprendedora: La realidad es que yo acá cocinamos mucho, tenemos molde, espátula, rolo.

Investigador: Claro, están re equipados.

Emprendedora: Si si, me prestó una plata para comprar comida básicamente, la materia prima y Packaging, bandejitas, cajas, y al principio compraba no sé cinco bandejas, cinco cajas y ahora compro cada 20 obvio vas aumentando. Me prestó una plata y después se la devolví una parte en plata y otra parte en comida me pedía: "bueno, te voy a pedir un cuarto de chipa" bueno, sale esto, listo.

Investigador: Muy bien, perfecto.

Emprendedora: Y le dije no te digo más nada, "bueno, listo", jaja.

Investigador: Jaja, muy bien, muy bueno. Y aproximadamente Agus ¿cuántos pedidos tenés por semana? Como para tener un número.

Emprendedora: Y, mira la verdad que tengo bastantes ponele en la semana capaz que tengo dos o tres, y el finde, el domingo vendí seis tortas.

Investigador: Claro.

Emprendedora: Estuvo buenísimo o capaz no se, llega a la semana lunes martes más o menos después miércoles jueves viernes sábado y domingo, porque claro yo lo pienso

estás en tu casa y capaz un martes X qué al otro día seguís tu semana normal como que es otra cosa pero llega el jueves viernes, y decís bueno capaz el sábado me quedo tirada.

Investigador: Así que es como que el fin repunta un poco, buenísimo, buenísimo.

Emprendedora: Sisi.

Investigador: Y ¿el valor promedio de tus productos cuál es? aproximadamente como para tener una idea, una noción.

Emprendedora: Y mira yo arme desde lo más chico que es capaz un cuadrado de brownie o de pastafrola \$100 pesos y la torta creo la más cara que tengo es el Cheesecake que es por un tema de los frutos rojos que es lo más caro capaz para comprar está \$1400. Yo me guío quizá por páginas y está en \$1800 o \$2000 pesos y digo no es como a lo que yo voy.

Investigador: Bien, perfecto. Y ¿qué es lo que más te piden?

Emprendedora: El Cheesecake es uno de los más pedidos la verdad que sí porque también hay cosas que yo capaz probé para diferenciar, a mí no me gusta tanto con gelatina El Cheesecake lo suelen hacer con gelatina porque es más fácil, es más práctico, gelatina, heladera y chau, En cambio el que yo hago es con horno, qué es una hora de horno, una hora de reposo en el horno, con el horno apagado, ocho horas de heladera.

Investigador: Ah, bueno.

Emprendedora: Es otra gusto, a mí las tortas con gelatina no me gusta siento que es como insulso entendés? así que nada bueno que se yo las tortas están entre \$1000 y \$1400 hay de \$900 hay de \$800.

Investigador: Perfecto, tenes un poco de todo.

Emprendedora: \$500 pesos una pastafrola o una de coco que de \$500, son más baratas, pero no hago cosas caras no, ni ahí.

Investigador: Perfecto, buenísimo, Y ¿hoy la dinámica que tiene tu emprendimiento te permite poder invertir para poder ir expandiéndose? ¿te da esa posibilidad?

Emprendimiento: Si, no lo tengo en plan expandir cómo expandir local y la verdad que no por el momento es como que ya van tres meses, fui comprando capaz al principio que son muchas cosas por mayor y esas cosas que nada que van agilizando un poco, nada ahorrando para ocasiones o qué se yo X, pero no lo tengo así como Plan: bueno, listo, me pongo ahorrar así alquiló un local.

Investigador: bien, perfecto, pero o sea ¿cubrir los gastos que tienen asociados si lo puedes hacer y te permite ahorrar?

Emprendedora: Sisi.

Investigador: Bien.

Emprendedora: No te digo que ahora estoy ahorrando y tengo mucho, pero...

Investigador: Sisi, bien, perfecto, buenísimo. Bien ahora hablando un poquito sobre los servicios financieros un poco de vos, no sé si sos cliente de algún banco en particular, no quiero saber cuál, pero sí de estos que te nombro decime si conoces alguno y si de alguno sos cliente:

Por ejemplo un banco público, un banco privado, alguna billetera digital que puede ser mercado libre o Úala, ¿de alguno de ellos sos cliente?

Emprendedora: Si de un banco no sé si es público o privado no sé la diferencia.

Investigador: Bueno no hay problema no hay ningún problema y ¿a ese banco soles ir a las sucursales o te manejas todo digitalmente?

Emprendedora: Mira, últimamente estoy yendo a la sucursales porque tengo un problema y viste que la clave, se me bloqueó pero si no, digitalmente me manejo.



Investigador: Si, okey. Bien buenísimo.

Emprendedora: Pero viste que cuando hay que ir, hay que ir.

Investigador: No te queda alternativa, tal cual. Y sobre tu emprendimiento ¿qué medios de pagos aceptas?

Emprendedora: En este momento estoy con efectivo y transferencia bancaria. El tema de Mercado Pago, se usa mucho pero es todo un lío porque a veces te cobran el recargo y no sé qué y esto y lo otro y 5% y te descuentan y te los suman, hay que aggiornarse, o sea es así, la gente está en Mercado Pago Tenés que empezar a usar Mercado Pago no me queda otra ya lo estoy como evadiendo mucho tiempo, entendes? pero no, por el momento transferencia bancaria.

Investigador: ¿Tuviste algún caso donde algún cliente te pidió Mercado Pago o te pregunto: “che aceptas Mercado Pago”?

Emprendedora: Sisi, más que nada la gente como de mi edad.

Investigador: Bien.

Emprendedora: O eso de qué capaz tiene la tarjeta en el celular y es como, pero si yo sé que lo tengo que hacer es lo próximo a hacer digamos este mes pero bueno también es como que esto, lo otro y no sé qué y te agarra la emoción de decir bueno voy a sacar tortas nuevas, y cosas nuevas y no se qué.

Investigador: Claro, está justo en la etapa de un montón de cosas. Y ¿sos cliente de Mercado Pago? Vos de la billetera, ¿la usas?

Emprendedora: No, ese es mi problema, yo creo que todo el mundo que lo usa lo ama y yo no lo uso.

Investigador: Está bien, pero de igual manera por lo que me estás contando algo investigaste porque sabes que tiene algún recargo la operatoria y demás.

Emprendedora: Sisi, es que realmente mucha gente lo usa, conozco personas que van y QR y otra cosa pero no yo lo había descargado una vez creo que para un regalo de unas amigas que teníamos que transferir y no sé qué y yo a ella me embole porque tuve que transferir de mi cuenta a Mercado Pago y de Mercado Pago a mi amiga viste cuando decís.

Investigador: Claro, tuviste que hacer otro movimiento adicional.

Emprendedora: Claro, y me da fiaca, pero sé que mucha gente lo usa estuve averiguando obvio y lo voy a tener que hacer.

Investigador: Y más que nada para entender eso que vos decís “lo voy a tener que hacer” ¿está más asociado porque la gente te lo pide? ¿porque vos estás cómoda hoy operando con efectivo y con transferencia? ¿A vos te cierra?

Emprendedora: A mi me es re cómo va a estar con transferencia y con efectivo porque es como lo más digamos común y lo que tenemos a mano siempre pero si la verdad es que uno también tiene que aggiornarse a lo que la gente le gusta y a lo que la gente usa en cualquier emprendimiento también le pones lo tuyo tu estilo tu onda y lo que sea pero también hay que hacer lo que la gente quiere porque si no no rinde.

Investigador: Bien perfecto buenísimo... después respecto un poco a lo que son estos medios de pago digitales ¿vos consideras que quizás pueden influir en la inclusión financiera en este caso tuya poder sumarte a los medios de pagos digitales te pueden ayudar a estar más incluido en términos de con herramientas digitales que quizá de repente te ayuden con tu negocio? ¿Lo ves como algo positivo o cuál es tu percepción?

Emprendedora: Y, en este momento con la gente que me pide que la mayoría es conocida y eso no tengo tanto problema yo creo que si tenés un negocio capaz más grande o más desarrollado más formado etc. yo creo que sí, mientras o sea mientras vos ofreces más opciones tenés un rango más grande de gente que se pueda aggiornar a lo que vos tenés.

Obvio que para mí lo principal es que lo que vos vendes sea bueno, que lo que vos das sea lo mejor, o sea lo mejor que vos puedas dar eso, entonces ahí está lo que vos tenés que asociar lo que vendes al precio a la zona hay muchas cosas pero bueno si yo creo que mientras más métodos tenés de pago y más opciones creo que sí puede fomentar o aumentar tu negocio.

Investigador: Buenísimo bueno y ya finalizando quería consultarte qué medios de ahorro conoces, usas pueden ser no sé bueno en este caso si usabas Mercado Pago tiene algunas modalidades de ahorro pero también en este banco que vos tenes conoces algunas funcionalidades de inversión cómo puede ser plazo fijo, bonos, acciones, ¿usas alguna de ellas?

Emprendedora: Si, la verdad que no, no uso ninguna. Estuve hace tres meses cuatro que arranqué lo que junté lo pasé a dólares porque es como lo único que hay seguro en este país, que ni siquiera te diría así qué, es como que no hay que estar seguros en realidad. Me comentaron del tema de que vos lo pones y ya cierto tiempo aumenta lo puede sacar ibas ganando plata, no me metí mucho en el tema. Tengo un amigo que estudia economía y es super mega fanático y me explica todo y es como: ¿que me estás diciendo? ¿Yo estudio diseño me entendes? no estoy para eso jaja.

Investigador: Está muy bien bueno buenísimo Agus buenísimo la verdad mil gracias nos sirve un montón tu caso y seguramente yo vivo en Núñez así que seguramente te tengo que hacer algún pedido.

Emprendedora: Espectacular, cuando quieras.

### **Entrevista 3**

Emprendedora de género femenino, del rubro pastelería, 44 años de edad, ubicado en el barrio de Villa Urquiza. Entrevistado el 5 de noviembre de 2020.

Investigador: Bueno Vicky, como estábamos charlando recién, la idea es que hagamos esta entrevista para la tesis de economía. Nosotras queremos ver entender la relación que tienen los medios de pago digitales con el segmento de emprendedores. Primero vamos a arrancar unas preguntas por ahí más para poder segmentarte junto contra otros casos que tenemos

y después charlamos un poquito de tu operatoria, ¿sí? ¿Vos estás ubicada en qué barrio? en Villa Urquiza, ¿no?

Emprendedora: Sí en Villa Urquiza.

Investigador: Perfecto, bien, perdona esta pregunta pero ¿qué edad tenés? es para poder segmentarte.

Emprendedora: 44, no tengo ningún problema.

Investigador: Bien, buenísimo. ¿Es tu actividad principal el emprendimiento que tenés?

Emprendedora: No. Lo principal no...

Investigador: Bien, Y ¿cuánto hace más o menos que lo tenes? ¿Cuándo fue que lo lanzaste?

Emprendedora: Y...cuando me recibí hará 3 años, qué me dedique a hacerlo, antes era puertas adentro, en la familia digamos, familia y amigos. Cómo emprendimiento una vez que conseguí el título.

Investigador: Bien, perfecto. ¡Buenísimo! ¿Cuál es la metodología que tenés a la hora de comercializarlo? ¿Lo haces a través de redes? ¿por delivery? ¿Cómo es?

Emprendedora: Y ahora con todo el tema este de la pandemia es como que me animó a lanzarme un poco más y al estar más tiempo en casa y todo es como que me anime más con eso y si empezar a utilizar un poco más el tema de las redes antes era más el boca-boca a través de ya te digo la familia, los amigos, de el amigo de, me llamaba alguien y me decía: "che, te llamo de parte de fulano de tal", Y ahora con el tema de las redes no soy muy ducha todavía en el tema, pero bueno de apoco es como que por ese lado me largo, me lanzo un poco más.

Investigador: Bien buenísimo y volviendo un poco cuando vos te lanzaste cuando te recibiste que dijiste bueno voy a emprender y voy a empezar a dedicarme a esto, cómo fue que iniciaste tuviste que acceder tuviste que pedir algún préstamo o tus ahorros ¿cómo fue que diste ese inicio?

Emprendedora: No, no pedí ningún préstamo. Lo hice de los ahorros que tenía, siempre como que sabía que en algún momento lo iba poder hacer porque quería hacerlo entonces si bien es el sueño mío es en algún momento es dedicarme exclusivamente a esto qué es lo que me gusta realmente pero por una cuestión económica no puedo hacerlo necesito el otro trabajo y bueno tenía mis ahorros como para empezar y bueno así de a poco con los ahorros que tenía empecé con mi batidora y poco a poco así seguimos juntando para ampliar todo.

Investigador: Bien entonces de algún modo ¿este crecimiento que tuvo tu emprendimiento te está permitiendo de a poco ir avanzando y poder expandirlo? Por lo que me estás contando.

Emprendedora: Sisi, claro, es como que todo lo que ingresa de ahí en mi caso yo lo guardo y lo invierto todo lo que se queda ahí es una cadena que va para el emprendimiento.

Investigador: Buenismo, y más o menos cómo es el flujo de pedido que tenés tenés una cierta cantidad por semana haces entregas por ahí únicamente los fines de semana, ¿cómo te organizas?

Emprendedora: No, no, los pedidos van surgiendo hay momentos que hay más que otros hay fechas más puntuales como el día del niño, el día de la madre y después van surgiendo en las semanas a medida que la gente te va pidiendo. Si bien tuve un momento en el que yo proponía, me lanzaba a hacer por ejemplo unas cajas dulces que eran semanales ahí es como que los incentivo más a la gente y te llaman al toque y se comunica más. En este momento estoy más parada con eso de preparar y publicitarlas por el tema de el colegio como que se está complicando El trabajo de todos los días míos más la docencia que no hay docencia se complica entonces es como que eso es lo frene y en este momento estoy a la espera de que me llames, de la otra manera yo te tentaba, ahora estoy un poco frenada no tengo tiempo.

Investigador: Bien perfecto y en la vida normal si se puede pensar así o más o menos promedio de ¿cuántos pedidos se solías tener en un mes como para entender un poco una cantidad así media a vuelo de pájaro?

Emprendedora: Y ponele un promedio, serán unos cuatro o cinco pedidos por semana ponele que vinieran en una normalidad salvo... ya te digo las fechas especiales.

Investigador: Claro, que ahí se dispara de otra forma.

Emprendedora: Si, más o menos será un promedio de 3-4 por semana.

Investigador: Perfecto, bárbaro. Bueno genial todo esta información de contexto la verdad que es un montón. Ahora pasando un poco a cómo es la operatoria que vos tenés para poder comercializar entender si usas todo lo que es efectivo o transferencias, si hay algún otro medio de pago digital como puede ser por ejemplo Mercado Pago todo pago y las billeteras que existen ¿usas algunas de ellas? ¿todas? ¿algunas? ¿depende?

Emprendedora: Actualmente la mayoría de la gente se maneja con transferencias conmigo y si no efectivo y hay algunos, no muchos pero algunos como la tercera opción de lo que recibo siguen yo lo ofrezco es Mercado Pago. Todo pago la gente no...

Investigador: Si, entiendo. Entonces si tenemos que pensar en una distribución, la mayoría sería por transferencia, después tenemos el efectivo, y después Mercado Pago.

Emprendedora: Si, la mayoría se maneja por transferencia, también es cierto que yo si no te conozco te pido un adelanto, un 50% previo, entonces eso muchas veces es más fácil que te hagan la transferencia.

Investigador: Bien, perfecto.

Emprendedora: Después si ya nos conocemos, la gente mayor generalmente me da efectivo y los más jóvenes Mercado Pago.

Investigador: Y en lo que respecta a Mercado Pago ¿cuáles son los beneficios o qué es lo que te motivó primero digamos a habilitarlo? porque tranquilamente vos podrías no haberlo habilitado.

Emprendedora: Porque me pedían si tenía tarjeta: ¿"tenes tarjeta?" "¿Te puedo pagar con tarjeta?" y yo decía, ¿Mercado Pago? Y por eso.

Yo les ofrecí el otro que es todo pago la realidad es que a la gente les ofrecí y no lo conocen, o no lo tienen o te dicen Nono, bueno Mercado Pago si, entonces será por eso.

Investigador: Y vos desde tu lado, si bien desde lado de los que te compran el beneficio está que tienen en la billetera desde tu lado cuál es el beneficio que le encontrás a Mercado Pago además de que aceptan tarjetas ¿a través de qué medio lo usas sé que tienen funcionalidades como por ejemplo el QR, el botón de pago, otros hacen envío de dinero?

Emprendedora: Si, yo les pido envío de dinero porque de la otra manera ya sea con el QR por lo que estuve investigando también que con el tema del QR o en el botón de pago es como que siempre te cobran un excedente, y por decir, no recuerdo puntualmente, pero si yo te mando el QR te tengo que sumar X por ciento para recibir yo realmente el valor de lo que te estoy cobrando en cambio si me lo mandan ellos por envío de dinero te cobra un porcentaje pero se lo cobra directamente al cliente y yo ni me entero.

Investigador: Ah, Perfecto.

Emprendedora: Yo en lo personal si puedes retirar el dinero también que te queda en esa billetera transfiriendolo yo como uso bastante la aplicación para comprar la verdad que lo dejo pero si no sé qué puede retirar.

Investigador: ¡Ah ok! vos lo dejas ahí y lo aprovechas para usarlo después con otras compras tuyas.

Emprendedora: Claro, claro, yo lo dejo porque después lo termino utilizando.

Investigador: Bien, buenísimo, ¿hay algún otro servicio de Mercado Pago o que uses además de el envío de dinero? viste que tienen de todo.

Emprendedora: No para lo que es el emprendimiento yo no para otra cosa no lo uso.

Investigador: perfecto y ¿alguna desventaja o algún punto que consideres que estaría bueno que tenga que te vendría bien que te serviría?

Emprendedora: Capaz más publicidad creo que ahora te permiten hacer algo de publicidad publicar cosas el otro día vi que tenía algo de emprendedores para tener una especie de comercio digamos como que te lo publican por otro lado también me llegó justo en la aplicación de personal.

Investigador: Yo sé que tienen de Mercado Pago toda la parte que es mercado crédito como que te dan créditos y demás pero más que nada para entender.

Emprendedora: La verdad, tendría que investigar un poco más.

Investigador: Genial estoy revisando un poco todas las preguntas pero venimos super bien un poco hablando ahora si bien en lo que son las transferencias imagino que son a tu cuenta personal obviamente.

Emprendedora: Si, está asociada la CBU, vos asocias la CBU y ellos te lo transfieren. Demora un poco creo el que te lo giren onda no sé si vos me lo compras ahora yo tengo la plata acreditada pero no es que ya la puedo sacar porque tengo que esperar un tiempo alguna vez lo he sacado pero en general lo dejo.

Investigador: Y ¿sabes si te da algún rendimiento por dejarla ahí?

Emprendedora: Creo que deja algo, porque dice... no le doy yo mucha bola y además no es qué uf tengo un montón lo uso. Me acostumbre mucho a no salir con billetera billetera de la antigua entonces capaz que salgo a caminar y Uy tengo que comprar tal cosa, uy no traje la billetera, no importa tengo Mercado Pago, tengo celular, eso me resulta, entonces



siempre está en movimiento, pero creo que te hace rendir la plata, pero entiendo que debe ser a partir de cierto monto importante.

Investigador: Bien, pero qué bueno que le das uso o sea de una forma de armaste tu ecosistema porque recibís el dinero por lo que vos haces y después lo pagas con lo que vos consumís está buenísimo.

Emprendedora: Claro, sisi. Aparte ya no sé donde estás pero acá hasta la verdulería tiene Mercado Pago.

Investigador: Si, hay en todos lados.

Emprendedora: Es súper práctico.

Investigador: Y por ejemplo respecto con esto que estamos hablando estoy pensando los bancos me imagino que obviamente por tu trabajo relación de dependencia debes tener una cuenta en algún banco ¿como esta interacción con las entidades bancarias en términos de vas a la sucursal haces todo digitalmente? un poco me imagino por lo que me estás contando de Mercado Pago como te manejas pero para saberlo.

Emprendedora: No, evito totalmente ir a las sucursales o sea trato de manejar todo lo que sea virtual virtual débito automático para todo todo por internet de hecho por ejemplo desde que empezó la pandemia nunca más aparecí en un cajero automático no voy directamente en su momento retiraba el dinero desde la oficina donde trabajaba y ahora como mi marido tiene que ir cada 15 días al banco, labura en un banco me retira efectivo, pero yo hago todo todo por internet creo que fui únicamente cuando me cambiaron los plásticos en medio de la pandemia y no lo pude recibir y tuve que ir pero no, lo evito totalmente.

Investigador: Bien, buenísimo, Y te pregunto o sea ¿vos consideras que los bancos con todo esto que hay ahora de la pandemia mismo también Mercado Pago de algún modo profundiza la cultura financiera de uno? la cultura digital financiera me imagino por ejemplo Mercado Pago alguien que por ahí no tiene banco únicamente conoce Mercado Pago ¿vos consideras que de repente le abre la cultura financiera? o sea de repente tiene acceso a

herramientas para poder pagar para poder comprar sin tener la tarjeta de crédito ¿cuál es tu percepción?

Emprendedora: Y capaz que se puede, yo no sé si se lo confiaría, no sé por un lado si bien me gusta todo lo virtual y todo no sé si por mi trabajo soy muy desconfiada, como que necesito ver bien las cosas, no sé ayer tuve que hacer una transferencia de mis viejos que tenía que pagar la cochera y pedí que me pasara la CBU del chico al que le teníamos que transferir me pasó una CBU que era del Brubank y yo ya....esas cosas viste, jaja, o sea no sé si le confiaría todo mi dinero todo a Mercado libre que no sé quién es, si capaz el Santander físico, por más que no falla...

Investigador: O sea que esa presencia física te da cierta seguridad de decir bueno.

Emprendedora: Si.

Investigador: Yo te iba decir si era cliente de Úala,, Brubank, todos estas billeteras o bancos digitales.

Emprendedora: No.

Investigador: Bien, Perfecto.

Emprendedora: No me animo, todavía no me animo.

Investigador: Bien, muy bien, Y ya finalizando ¿en lo que es los medios de ahorro que ustedes tienen en este caso a vos como emprendedora es a través de la billetera de Mercado Pago en este caso no es que después otro medio de ahorro que tengas, que usen?

Emprendedora: No, o sea utilizo eso y después los que me hagan las transferencias me quedarán en la cuenta del banco.

Investigador: Bien, Perfecto.

Emprendedora: O el efectivo para algunos pequeños insumos que tenga que comprar en la diaria, porque también generalmente donde yo compré los insumos es todo por transferencia.

Investigador: Ah, bien, Perfecto. Bueno buenísimo creo que estamos, estoy revisando por si nos quedó algo pendiente pero me parece que no. ¿Estás vos sola en este emprendimiento no tenés a nadie que te ayude?

Emprendedora: No, yo sola. Tengo a mi delivery boy que es mi marido a veces.

Investigador: Está muy bien.

Emprendedora: A veces lo uso de delivery, pero si no no estoy yo sola.

Investigador: Muy bien, bueno me parece que estamos Vicky genial, muchísimas gracias, te agradezco un montonazo.

Preguntas realizadas posteriormente:

Investigador: ¿Cuál es el valor promedio de los pedidos?

Emprendedora: El promedio de lo que sale generalmente suelen ser tortas, hoy te digo un promedio, \$1500 \$1700 ponele... el tema es que como están los insumos y todo el tiempo van aumentando las cosas, no es que te digo es tal el promedio.... pero ese es el general.

Investigador: ¿Qué herramientas piensas que podrían ayudarte a potenciar tu emprendimiento y que sea tu actividad principal?

Emprendedora: Y... debería hacer más publicidad, y también el tema de whatsapp..a través de los estados para gente más grande y demás. Y además tomar la decisión de irme de mi trabajo.. y por ahora no lo voy a hacer.

Investigador: ¿Considerás que el uso de medios de pago digitales influyó en tu digitalización financiera?

Emprendedora: Si, si bien yo utilizaba algunas billeteras, con todo que la gente me lo pide mas y eso, hizo que yo empezara a utilizar más todo lo que es Mercado Pago, como te

comentaba, me pagan a través de Mercado Pago y no retiro el efectivo sino que lo utilizo a través de Mercado Pago en compras de insumos o compras de diferente tipo que hago.

#### **Entrevista 4**

Dueños de micropyme de género femenino y masculino, del rubro fiambrería, de 35 y 37 años de edad, ubicado en el barrio de Colegiales. Entrevistado el 9 de noviembre de 2020.

Investigador: Es una pyme familiar, no?

Micropyme: Si

Investigador: Bien, y ¿quienes participan? ¿Están ustedes, su papá?

Micropyme: Estamos. Mi papá, Nico y yo. El fundador de todo fue mi papá. Previo a mi papá estaba el tío de mi papá que sólo tenían la distribuidora. Y muchos años después mi papá le compró la distribuidora al tío. Eh, que bueno, nosotros no lo conocimos, falleció cuando nosotros no habíamos nacido. Y después bueno, cada uno terminó el colegio y típico que empezabas a trabajar así un par de horitas, hasta que bueno, empezás a trabajar en serio. Nico trabajó toda su vida acá y yo fui y vine. Yo tic, tic, tic. Pero bueno.

Investigador: ¿Y cuánto hace que la tienen? Más o menos. ¿Qué antigüedad tiene?

Micropyme: La distribuidora en sí, contando lo de mi tío 70 años. Pero a cargo de mi papá debe estar hace cuarenta y cinco años más o menos.

Investigador: Buenísimo. Perfecto. Bien. Y... ¿están ubicados en Villa Urquiza, no?

Micropyme: No, Colegiales.

Investigador: Ah, perdón, yo me confundí.

Investigador: Colegiales perfecto, ¿siempre estuvieron ahí?

Micropyme: Sí.

Investigador: Bien, buenísimo. Y ¿es la actividad principal de ustedes a nivel de ingresos del hogar?

Micropyme: Si es nuestro único ingreso personal.

Investigador: Más que nada porque muchas veces pasa como que entiendo igual por antigüedad que tienen el caso de ustedes es lógico, pero para los que recién empiezan es como que nada lo van repartiendo hasta que logran despegar con con ese emprendimiento o con la pyme. Si bien buenísimo. ¿Cuáles son los medios de venta que ustedes usan? ¿Venta mostrador? Tienen un local, delivery?

Micropyme: Bueno, tenemos lo que es la distribuidora, que es al por mayor. Después tenemos el local en mostrador. Acá mismo en Colegiales, la distribuidora de la fiambrería, están unidas todo en el mismo lugar. Y bueno, ahora con toda esta situación de la pandemia, nosotros veníamos bastante atrasados en algunas, en todo lo que era el e-commerce, teníamos una página web, todo, pero no se le brindaba la atención que requería. Y entonces hoy. Tenemos pauta en google. Tenemos eh. Bueno, estamos con Instagram que en su momento la pandemia e hicimos otro Instagram del reparto y nos salvó bastante. Y bueno, estamos también con Mercado Libre y ahora acabamos de ingresar a Avenida.com también.

Investigador: Ah, muy bueno. De algún modo la pandemia ¿los ayudó a consideran ustedes a sumarse a todo este mundo digital?

Micropyme: Sí, nos vimos obligados. Era algo que capaz queríamos hacer hace tiempo, pero al ser un negocio familiar siempre surgen excusas en cuanto a la falta de tiempo, porque uno hace 40000 mil cosas por día. Entonces no te daban las horas para seguir haciendo cosas y seguía. Entonces postergaba o postergabamos todo lo que era el e-commerce, más allá que se sabía que era lo que venía. Pero. Pero bueno, no le dábamos bolilla.

Micropyme 2: Y también previo a la pandemia, nuestro negocio más importante era la distribuidora. No era local y hoy se equiparó mucho.

Micropyme: También armamos una tiendita online también en la pandemia que al principio hicimos un formulario por Google Form, que era bastante básico, pero también nos ayudó. Y bueno, ahí en el ínterin empezaron a aparecer un montón de agencias paracaidistas por Instagram que nos ofrecían servicios. Esto que lo otro ya teníamos un diseñador, pero apareció esta que nos ofreció este programita para la tiendita online, que era algo que podíamos acceder y bueno, y la verdad es que nos generó un montón de orden y es como en algún punto un lindo canal de ventas que muchos directamente hacen el pedido o nos encuentran por la página y ya no nos hacen tanta preguntita. Y el otro canal, por supuesto a WhatsApp que bueno que ya se volvió primordial a full.

Investigador: Qué bueno de algún modo si bien el contexto que estamos viviendo no está bueno, pero los ayudó en este caso particular a poder sumar estos medios, que la verdad que tienen mucho tráfico. Un poco para poder segmentarlos a ustedes en el análisis que vamos a hacer con otros casos de estudio, les hago algunas preguntas. Es un valor aproximado para entender un poco qué tamaño tiene su negocio. ¿Aproximadamente cuántas ventas por día realizan aproximadamente?

Micropyme: ¿Entre el local y el reparto o cada uno por separado?

Investigador: Todo lo que es la fiambrería más que la distribuidora.

Micropyme 2: Más o menos a 50 por día. Chiquito.

Investigador: Y ¿un valor promedio que tengan esos pedidos?

Micropyme 2: El ticket promedio en el local es de 1200 pesos.

Investigador: Bien, perfecto. Perfecto. Y... ¿hoy este negocio de la fiambrería les está permitiendo de algún modo cubrir los gastos, poder ir ampliando en funcionalidades, hacer publicidad y demás?

Micropyme 2: Los dos necesitamos de los dos negocios, porque hay un negocio, el que te cubre ciertos gastos y el otro que te cubre. Lo que es la distribuidora tenés márgenes mucho más chicos y necesitás volumen y el local te permite tener más rentabilidad y jugar con eso. Pero los dos son igual de importantes.

Investigador: Bien, perfecto. Clarísimo. ¿Están ustedes únicamente trabajando en el local o además tienen empleados?

Micropyme: Tenemos empleados. Cuatro empleados y lo que es el diseñador gráfico, todas esas cosas, pero son externos.

Investigador: Son súper completos, ¡me encanta! Muy bien, muy bien. Básicamente estas preguntas eran un poco para poder encuadrarlos a ustedes, como les digo, en el caso de estudio. Ahora, la idea de sacar un poquito de los que son los servicios financieros, su entendimiento personal y después también como lo manejan un poco en su local. ¿Son clientes de alguna de estas entidades? Les doy algunos tipos: Banco público, banco privado, digital u otros.

Micropyme: Banco privado.

Investigador: Bien. ¿Únicamente no tienen billetera digital ninguna de ustedes?

Micropyme: ¿Billetera digital? No.

Investigador: Y ustedes, por ejemplo, a banco privado, el que sea, ¿suelen ir a la sucursal o se manejan todo a través del home banking digitalmente, como es su uso?

Micropyme 2: Previo a la pandemia íbamos todas las semanas. Como todo el mundo. Se iba regularmente. Hoy no, hoy más que no se retira una chequera algo muy particular.

Investigador: ¿Después lo resuelven todo con los canales electrónicos que tienen?

Micropyme: Si.

Investigador: Bien, buenísimo.

Micropyme 2: Y es más, chequera próximamente vamos a dejar de ir a buscar porque estamos con los e-checks también. Así que esperemos no ir más.

Investigador: Muy bien, muy bien. ¿Y en el negocio qué medios de pago aceptan?

Micropyme: Efectivo. Efectivo o tarjeta de débito o crédito, Mercado Pago, transferencias. Por ahora ya estamos. Ahora surgió uno nuevo del banco, el de Santander, que todavía no lo empecé a estudiar. Pero dicen como que va a ser como una contra del mercado, pago por el tema, las comisiones, etcétera. Pero bueno, todavía no, no empezamos el análisis al respecto.

Investigador: Muy bien, pero ya lo tenés ahí, en el radar. Sí, muy bien. Sí, sí. Y seguramente al empezar van a querer. O sea, de algún modo van a tener algunos beneficios, que en su momento Mercado Pago tenía. Así que nada, ahí va a estar bueno para aprovechar.

Micropyme: Sí, sí. Mercado Pago últimamente agrega más cositas, ¡eh! Y bueno, hay que tener cuidado con todo eso.

Investigador: Bien, y más o menos ¿cómo se distribuyen en un porcentaje de sus ventas del negocio entre la modalidad efectivo, tarjeta y Mercado Pago?

Micropyme 2: Entre 30, 30 y 30 más o menos.

Investigador: Ok. Y ¿piensan que alguno de ellos se potenció con la pandemia?

Micropyme 2: Mercado Pago tenía una participación de un 5% antes y hoy está en 30 y pico, y venta de Visa y Master será otro 30 y pico, y el otro 30 y pico es efectivo.

Investigador: Bien, perfecto.



Micropyme 2: Pero Mercado Pago estaba una participación muy chica y en la pandemia se disparó.

Investigador: Bien. Y ustedes lo tenían habilitado ante la pandemia, por lo que me decís en ese momento, ¿qué fue lo que los motivó a ustedes a habilitar Mercado Pago si ya tenían efectivo y tarjeta de débito o crédito?

Micropyme 2: Tenemos nuestro cliente que siempre está ahí con lo nuevo y acá en nuestro barrio tenés que estar con lo último.

Micropyme: A mí lo que me pasó es que al principio, donde le veía todo el tiempo era dentro de UADE e ibas a.. Petersen tenía mercado, ibas a e, a, a cualquier lugar de, tenías Mercado Pago. Yo decía y yo también quiero tener Mercado Pago. Y entonces bueno, ahí me puse a buscar todo eso. Y bueno, le pregunté al contador un par de cositas que tenían que meter y lo metimos y un montón de gente joven, eh? Claro que directamente se lleva el celular y bueno, me resulta más práctico porque vengo en la bici, en el monopatín y no me gusta llevar cosas así y ya está. Es como la nueva generación.

Micropyme 2: Pero hay un montón de gente grande que ya usa Mercado Pago.

Micropyme: Ahora sí, con todos estos se digitalizaron un montón. Ahí tuvieron que aprender todo, claro.

Investigador: Bien, bien, bien, buenísimo. Y ¿qué beneficios le encuentran ustedes desde su lado a Mercado Pago?

Micropyme: Y la verdad que hay, por un lado hay muchos, porque hoy, con esta situación de que no quieren que la gente toque el dinero. Que haya demasiado contacto. Esto está bueno, ¿eh? Es rápido, es ágil, ¿eh? Vos armas un link, un QR y el cliente ya es como que directamente te lo pide o le ofreces cualquier medio de pago y dice no te pago con Mercado Pago y a veces nada. Por un momento es medio un bajón porque sabes que Mercado Pago te cobran algo de comisión, que no es lo ideal. O te cobran. Por ejemplo, no se el el link de

pago te cobra más comisión que el QR, entonces no tratás de transmitirles que usa el QR, pero el cliente la la practicidad al cliente es directamente apretar el link, porque si no tiene que escanear el QR desde otro celular o de otro dispositivo y le es engorroso entonces vos para no molestar al cliente y para que el cliente no se quede ofuscado le decis si bueno todo OK, no hay problema. Pero bueno, osea tiene un montón de cosas positivas, pero a la vez sabes como que está bajando tu margen.

Micropyme 2: Lo otro positivo que tiene es la seguridad. Si a vos hace 6 meses te entraron a robar tenías la mitad de las ventas en efectivo. Hoy bajaste 20 puntos en efectivo y se van a llevar mucho menos efectivo.

Investigador: Tal cual, tal cual. Es un buen punto ese. Si, ¿y ustedes lo que Mercado Pago ofrecen el QR y el link de pago, entonces?

Micropyme: Si.

Investigador: Bien, y ¿obtienen un mayor beneficio en el QR en términos de comisión?

Micropyme: Si.

Investigador: Y ¿hay alguna limitación más allá de la que estamos charlando que ustedes se encuentren en esta solución digital?

Micropyme: Limitación no.

Investigador: ¿Es fácil de usar para ustedes?

Micropyme 2: Si para nosotros es fácil, pero mucho más rápido que con tarjeta de crédito, por lo cual ahí tienes otro punto a favor. Por tanto, una tarjeta de crédito te tira error de comunicación, no te conecta, no te lee la tarjeta porque está gastada, QR es un segundo y se fue el cliente.

Micropyme: Claro, y más ahora que de repente el local es chiquito local y entran de a una persona los hacemos entrar. Entonces ya de por sí lo que es el corte de fiambre demanda un montón de tiempo. Tratamos siempre de cortarlo, de que salga todo prolijo, entonces ya ahí ya tenés una pérdida constante y tenés gente esperando en la cola y encima de repente viene gente grande y pasame la tarjetita y no funciona. Y estoy ahí perdés 10 minutos más. Y el QR del local es como dice Nico en un segundo no tarda nada, tiene mucho, mucho a favor.

Investigador: Bien, buenísimo. Y por lo que yo sé de la metodología Mercado Pago es como que las ventas que ustedes hacen se les acreditan en el saldo de Mercado Pago. ¿Lo usan mismo en la plataforma o lo acreditan directamente en su cuenta?

Micropyme 2: No, te da la opción de tenerlo como un fondo común, un interés, entonces tenes el dinero trabajando y ahora, los márgenes, la tasa interés es muy baja. Pero hasta el año pasado era un cincuenta y pico. Entonces la dejabas ahí.

Investigador: Osea, como les servía como un ahorro.

Micropyme 2: Ahora lo que buscamos es bueno, si hay proveedores que lo cobran con Mercado Pago y le pagamos directo a los proveedores o sino hay que enviarlo al banco para hacer la transferencia y también pagamos los servicios allí por ahora por Mercado Pago.

Investigador: Buenísimo. Muy bueno. O sea que lo recontra usan, intentan como que sea un ecosistema donde de un modo ingresa dinero, y ven de qué forma lo pueden usar. Si buenísimo y un poco con esto que estamos charlando. La utilización de Mercado Pago ¿consideran que profundizó su cultura financiera?

Micropyme: Yo creo que sí. La realidad es que se notó mucho y de hecho el mes pasado lo que hicimos fue largamos como una promo y un movimiento llama rueda contra rueda. Como el local tiene una bicisenda. Toda esa gente que pasa no es cliente nuestro. Son dos ciclistas que van de un extremo al otro. Entonces lo que pensamos fue bueno, cómo hacemos para captar esos clientes que no, no nos dan bolilla. Y largamos como una especie de carné para los ciclistas, ¿eh? Que cada vez que el carné es digital, cada vez que los

ciclistas vienen, les otorgamos algún descuento o algún tipo de beneficio. A todo eso lo que armamos fue una promo con Mercado Pago y Mercado Pago nos dio un 15 por ciento de descuento para las ventas durante todo un mes entero, lo cual incrementó las ventas con Mercado Pago no sólo para los ciclistas, sino para los clientes recurrentes al negocio. Y si la verdad es como que de a poco vemos que es esto va avanzando y va bien el asunto. O sea, lo que pasa es que hay que explotarlo y hay que tratar de encontrarle la vuelta.

Investigador: ¡Qué bueno eso que hicieron! Yo lo vi en Instagram. Muy bueno.

Micropyme: Si, bueno, cuesta. Agarramos y pusimos unos cartelitos cuadra por cuadra era 100 metros. Algo te está esperando tal y tal cosa y todavía nos falta explotarlo un poco, pero estamos consiguiendo varios ciclistas y entonces conseguimos el whatsapp y ya y les damos el carné tipo RBN rueda contra rueda y después cuando seguimos una bicicletería que parece que es bastante famosa, que se yo pegue onda y la la chica, la dueña que tiene algunas sucursales me publica eh las cosas que son de ciclistas. Traté de meterme en todo, toda el ámbito ciclista. Si de a poco, vamos tratando de encontrarle la vuelta.

Investigador: Está muy bien, está muy bien. Me encanta. Muy, muy bueno.

Investigador: Bueno, y esta es la última pregunta referida de Mercado Pago. Después pasamos a una última y ya casi estamos chicos, no les quiero robar más tiempo. Ustedes ¿consideran que los medios de pago digitales influyen en su inclusión financiera en este caso Mercado Pago?

Micropyme: Sí, sí. Sí, en este momento, así como te decía Nico, como que se incrementó abismalmente a lo que era antes de la pandemia en este tiempo. Fue algo, algo, algo crucial para nosotros.

Micropyme 2: Y también ayuda donde estamos ubicados. Estamos en Capital, donde todo siempre es distinto. Todo llega antes, pero ni siquiera te hablo de barrios más en el conurbano. Vicente López, que es lo más pegado a capital, está mucho más atrasado.

Micropyme: El vive en Vicente López ya en San Isidro. Y hay un abismo en todo, en todo. En la forma de los comercios, de cómo operan con esta situación de la pandemia. Yo no sé. La otra vez fui a comprarle un juguete a mi nene y te atienden no hay alcohol en gel. Vos entrás al local de estamos todos, que parecemos todos médicos con los guantes de barbijo. El alcohol, siempre capital, está avanzado, desde otro punto. Es otra cosa.

Investigador: ¡Cómo influye también el contexto donde uno se encuentra! Porque también depende ahí como la gente donde Mercado Pago se usa, mucho más. Hoy vas a cualquier lugar acá y podés pagar Mercado Pago mismo. También lo que contaban de la pandemia se nota mucho la diferencia.

Micropyme 2: Hoy es raro sacando las verdulerías un comercio que no cobra un Mercado Pago.

Micropyme: Si, y como medio que miras raro. Como che que no aceptas, como cuando vas a un local y: ¡No, no! Sólo efectivo. Bueno, flaco sos comerciante. Está bien, te perdes cosas, pero no podés porque hoy hay que pensar con la mente del consumidor. O sea, ¡no! ¿Qué es lo práctico? Bueno, hoy te compro en efectivo, pero mañana me voy al otro.

Investigador: Totalmente. Es así, tal cual. Bueno, última pregunta y estamos! Sobre educación financiera como para entender su conocimiento, simplemente eso. ¿Qué medios de ahorro ustedes conocen y cuáles prefieren?

Micropyme: Plazo fijo, bonos, pero no, o sea nosotros no tenemos ninguno de esos, si plazo fijo. Pero y después bueno acciones, todas esas cosas, los bitcoins. Pero no los utilizamos. O sea, todavía en algunas cosas somos muy precarios, ¡eh! Estamos de poquitito avanzando, sobre todo en la parte financiera que justamente ahora estamos empezando a hacer ciertos análisis, que justo mi marido, es contador y es contador egresado de UADE. Y nosotros tenemos nuestro contador, pero ya como que no estamos confiando mucho en ciertas cosas y mi marido se encarga de asesorar empresas, así que estamos con justamente con eso. Con que de repente, a veces uno no tiene el tiempo para o no tiene tiempo y a veces no tiene los conocimientos adquiridos y necesitas si o si un profesional, algo en algún punto estás perdiendo. O sea trabajás mucho y perdés, ¿eh? Y bueno, y justo ahora estamos con toda esa situación, ¿eh? Queremos empezar el año que viene ya con

otro. Bueno, estábamos tratando de darle como otra cara al negocio. Antes era como pensado como un almacén y ahora pensamos como una mini pymes o micro pymes, como quiera llamarlo, pero queremos profesionalizarnos. También tenemos un sistemita de procesos, o sea, estamos de a poco organizándolo como para generar más análisis. Antes todo era intuitivamente y ahora ya, eh. Ya eso de a poco está quedando en el olvido. Y si el área financiera es un eslabón que está bastante flojo. Y bueno, y queríamos antes de la pandemia queríamos contratar a un administrativo, porque el que se encarga de la parte administrativa, es Nico. Y llega un momento que estas desbordado de cosas.

Micropyme 2: Hacemos tantas cosas que llega un punto en el cual dejas de ser eficiente. Abarcas mucho y es difícil controlar todo después.

Micropyme: Y es cierto, es hora de que también capaz que no contás con las herramientas. O sea, no te podes poner a estudiar todo. Es imposible ponerte a estudiar todas las carreras de todo. Pero si uno quiere crecer necesitas un asesoramiento y eso es lo que estamos cambiando.

Investigador: Y consideran que esto que hablábamos antes de Mercado Pago, que nosotras estamos haciendo ese análisis justo ahí tiene apenas ustedes herramientas como para que de algún modo puedan utilizar servicios financieros. Si bien no es un banco, pero esto que me comentaban que dejan la plata ahí porque te da un rendimiento el año pasado ¿les explican o sienten que les dan conocimiento o viene de ustedes por otro lado el averiguarlo y demás?

Micropyme: Te hacen alguna notificación de que podes hacer esto, pero realmente te tenés que poner vos a indagar un poquitito la página y de repente no es tan cómodo hacerlo desde el teléfono, ese tipo de cosas es más cómodo hacerlo desde la compu. Y ahora hubo un incremento del 5 por ciento. No me acuerdo en qué cosa de los bancos no me sale ahora, que aumentaba Mercado Pago, como que todos los días te aparece algo nuevo. Llega un momento en que, por ejemplo, esto que nos decía nuestro nuevo asesor financiero: hay que tener mucho cuidado con Mercado Pago porque de repente no hace los descuentos que dice que qué hace, como que hay que mirar después, como que el contador a veces dice no, bueno, todo sale por AFIP, en AFIP aparece toda la información, pero no es tan verídico y no sale todo tan al 100 por ciento. Entonces sí o sí la tarea del contador tiene que

ser fijarse operación por operación minuciosamente a la hora de presentar el análisis que tenemos que realizar. Como que está buenísimo el tema de tener Mercado Pago. Después otra cosa que yo tampoco tenía idea, esto te lo digo de forma que no sé cómo explicarlo, pero si de repente no tenés convenio multilateral, vos agarrás y viene un cliente y te compra a vos y ese cliente es de provincia te retienen, y por más de que haya venido al local y haya comprado un mostrador, a vos te retienen, y eso no te lo informa Mercado Pago. Y esas cosas de repente eso te lo retiene de ese margen, te lo retienen. Nunca más te va a volver ARBA y esas cositas que son muy meticulosas pero que existen. Y uno tiene que estar medio al tanto para saber. Bueno. ¿Cuál es el riesgo que uno quiere evaluar? ¡Que bueno! ¿O bien, tengo hasta riesgo? Para ver si me sirve o no.. ¿Hasta cuándo? ¿Hasta dónde me sirve? Tengo Mercado Pago porque hoy todo el mundo lo necesita, pero ¿cuál es el riesgo que tengo? ¿Tengo que incrementar el valor de los productos? No sé. Son cosas que hay que uno se pone a pensar porque después, al fin del día, terminás trabajando gratis con todos los intereses. Esto o lo otro. Por eso en algunos comercios dicen solo en efectivo.

Investigador: ¡Tal cual! Aparte de estar atento de algún modo tal cual si te olvidás y decis: ¡con esto puedo vender mis productos y ya! Bueno, pero ¿qué hay detrás de todo esto? Entenderlo y saber hasta qué punto te conviene y hasta qué punto no, porque tampoco imagino esto que contaban: Viene un cliente de provincia, ¿qué le vas a decir no vos sos de provincia no te voy a cobrar con Mercado Pago?

Micropyme: Y aparte, ¿cómo sabés hasta que allá se generó la venta? Otra cosa que nos pasó es que Mercado Pago nos sale de esto y ya no me explayo más, pero me Mercado Pago nos salvó en un punto con las ventas del reparto, porque el reparto pensá que nosotros le veníamos a restaurantes, hoteles, etcétera y todos ellos quedaron varados durante meses y por ende nos debían mucho dinero y nosotros quedamos ahí estancados o también le teníamos que pagar a los proveedores. Entonces una forma que se nos ocurrió fue ofrecerles el medio de pago Mercado Pago para decirles bueno, mira, lo pagas. ¡Así que es como la tarjeta de crédito! Pero también ¿no? O sea, nosotros el reparto marcamos muy bajo para poder vender y aparte tenés la comisión de Mercado Pago. Entonces decis bueno, ahora con la pandemia, para que no quede colgado todo lo que me debes, bueno, acepto esto y entiendo que tengo que perder un poco para no perder el total, pero digo a partir del año que viene... y bueno, no Mercado Pago, listo con tanto porcentaje para lo que

es venta al por mayor, porque si no, entre la entrega y todo se pierde un montón. La parte logística también es cara.

Investigador: Bien, perfecto. Bueno chicos, muchísimas gracias por el tiempo. La verdad me re sirvió todo lo que charlamos.

Micropyme: Qué bueno, Pili!

Investigador: Seguimos en contacto como siempre.

Micropyme: Dale Pili, un beso!

Investigador: Que anden muy bien. Un beso grande.

Micropyme: Gracias por todo. Chau

## **Entrevista 5**

Emprendedora de género femenino, del rubro conservas, 25 años de edad, ubicado en el barrio de Belgrano. Entrevistado el 5 de noviembre de 2020.

Investigador: Nosotras estamos haciendo la tesis de economía, nuestra idea es poder analizar y entender si las soluciones de pago que hoy existen en el mercado le sirven a los emprendedores y micropymes, si le dan uso o ,no porque sí y por qué no, más que nada porque entendemos que es una buena herramienta para poder potenciar su negocio. La estructura de la entrevista es primero entender un poco a qué se dedican y demás cuando comenzó un poco en general.

Emprendedora: En el emprendimiento nos estamos dedicando a vender conservas, por el momento tenemos berenjenas y morrones al escabeche, la receta la hacía mi abuelo toda la vida, todo el mundo, todos los amigos de mi abuelo siempre fascinados iban a la casa y se llevaban frascos, y mi papá también las hacía, y en cuarentena fue bueno y porque no empezamos a vender en este momento que estamos todos pensando, aburridos a nuestras casas, fue bueno, empecemos a vender a ver si a la gente le gusta, si todo, ir haciéndolo y



de hecho todavía es el día de hoy que lo estamos recontra moldeando, es a lo que recién arranca y vamos de a pequeños pasos.

Investigador: ¡Bien! ¿ustedes arrancaron cuando más o menos? ¿Este año a mitad de año, junio más o menos?

Emprendedora: En abril-mayo.

Investigador: ¡Ah, bien con la cuarentena!

Emprendedora: Sisi, bien con la cuarentena. Empezó la idea empezamos a decidir si vale la pena o no vale la pena empezamos a ver precios de los frascos de los morrones de las frutas todo de cuanto sale porque en un momento dijimos bueno lo hacemos más o menos vamos vendiendo nuestros amigos nosotros somos cuatro hermanos y con mis papás estamos los seis en casa y es como que se empezó esta discusión de bueno si lo hacemos lo hacemos bien tenemos que hacer bien el Packaging bien la etiqueta como que salga todo perfecto estuvimos bastante tiempo a prueba de mi papá hacia frascos en casa los dejábamos tantas semanas veíamos que pasaba si tenía en el me gustó como que hicimos todo me dio una investigación de cómo era nuestro producto que también nosotros lo que nos gusta es decir que es realmente hecho en casa, es sin conservantes es totalmente natural es como lleva la receta de nuestro abuelo a las casas de las personas y así fue como mi hermano que es diseñadora industrial y mi hermana es arquitecta yo también trabajo Freelance en redes como que empezamos todos medio diseñar el logo que nos gustaba que colores como empezar a orientar y segmentar a un público de personas como qué es lo que vamos a orientar nuestro público y en base a eso empezamos a formar el emprendimiento al principio empezamos con nuestros allegados familiares amigos y de repente es como que se empezó a correr la bola por así decirlo y los métodos de pago que estábamos utilizando era Mercado Pago y efectivo o transferencia a cualquiera de las cuentas de nosotros por el momento no hacemos factura está como todo ilegal por así decirlo pero porque no tenemos la estructura económica para poder avalarlo y estuvimos averiguando y realmente en el momento en que lo tengas que hacer tenés que tener una venta muy masiva que es lo que nosotros vamos a llegar a apuntar pero por el momento la estructura del emprendimiento no te sirve si querés usar alguna aplicación mismo Mercado Pago por lo que estuvimos averiguando hay una opción que vos tenés para brindar servicios

digamos pero también la comisión es altísima entonces nosotros usamos por Mercado Pago en la manera que es de enviar plata de un usuario a otro.

Investigador: Si, el envío de dinero.

Emprendedora: Exacto, pero bueno como te comentaba recién estamos arrancando y nuestra idea es ya ahora vamos a empezar a hacer como unas cajas, a unos Box que vamos a empezar a vender vinos berenjenas como más para regalos empresariales Y dependiendo de cómo nos vaya con esto es la estructura económica nos da o sea las bases nos gustaría capaz de implementar algún y ecommerce, alguna tienda nube pero realmente eso todavía no tenemos idea no tenemos idea cómo está regulado mismo nosotros al vender alimentos es como que tampoco estamos en proceso de tener las habilitaciones para poder venderlo y nada como que algunos detalles que antes de realmente largarlo en un mercado que se tienen que tener algún par de regularizaciones las vamos a reever digamos como que tenemos que terminar algunas.

Investigador: Se van a ir adaptando sin dudas es como una primera etapa donde lo van texteadando con el mercado y ver ahí para dónde va.

Emprendedora: Si gusta si no gusta así sirve si no sirve pero bueno.

Investigador: Buenísimo así que es un emprendimiento en el cual está toda la familia involucrada.

Emprendedora: Si, en parte sí.

Investigador: Buenísimo, me imagino esto que me comentabas que surgió desde la cuarentena no es tu actividad principal cada uno tiene lo suyo.

Emprendedora: Sisi.

Investigador: Yo un poco estuve mirando su Instagram y vi que están en la zona norte de capital ¿están en algún barrio en particular ustedes?

Emprendedora: Estamos en Belgrano.

Investigador: En Belgrano y ¡por eso es que llegan hasta Núñez y demás!

Emprendedora: Exactamente. Nosotros lo que hacemos es toda la franja digamos de Núñez Palermo más o menos como zonas allegadas hacemos el delivery gratuito de manera gratuita y si no es un mínimo de compra de dependiendo de la zona de lo que sea vea lo que no sirva y que no perdamos digamos lo que ganamos que no se vaya en costo de transporte.

Investigador: Claro, total, es re importante eso. Y...¿tienen algún flujo más o menos para decir no sé en una semana tenemos tantos pedidos como para tener más o menos idea de la relación de pedidos que ustedes tienen? Vi que además o sea si bien como me comentabas hacen ustedes elaboración propia de estos productos los acompañan con vinos y demás, ¿puede ser?

Emprendedora: Exacto, Empezamos a averiguar nos contactamos con algunas bodegas y llegamos a un distribuidor que tiene varias bodegas entonces por el momento a nosotros nos conviene comprárselos a él porque comprándole a él no tenemos que comprar grandes cantidades de una sola variedad entonces lo que hacemos es comprar variedad de vinos. Igual tenemos 34 porque nuestra idea es realmente hacerlo despacito, lento y que los cimientos van a estar fuertes van a estar en eso cuando lo contactamos a él que es un distribuidor grande de varias bodegas y con él le compramos directamente o sea voy a tener que comprar un mínimo creo que son seis cajas de vinos y en esas seis cajas puede variar entonces, nada lo conseguimos y después también estamos sumando quesos y provoletas hay lugar que se llama la Nonna Pia que hace lácteos que es la que nos da nosotros las provoletas que también la sumamos y la verdad que eso nos compran bastante y después ahora estamos armando como los box de las cajas y vamos a sumar otros tipos de quesos y hablamos con una fiambrería de acá de la zona de Belgrano le contamos nuestro emprendimiento y nos dijo bueno yo si quieren lo que puedo hacer es venderles las hormas y envasarlos en paquetes chiquitos al vacío entonces es como que nosotros esa parte ya la tenemos! o sea, nos lo hacen ellos, tienen la máquina para envasar al vacío y nos olvidamos de un problema, por así decirlo, pero bueno es como que vamos aprendiendo,

vamos contactando, vamos hablando con personas y así es como va surgiendo, en un momento de la cuarentena también dijimos bueno sumemos miel, dulces, cómo hacer más quizá una cantina y de repente dijimos bueno creo que se nos está yendo el foco de lo nuestro que capaz es más para acompañar en una picada y en un asado y de repente es como que te transformas en un almacén como que era medio raro entonces es como que frenamos toda esa investigación y ese research de buscar dulces, miel etc. y es como que nos vamos a basar más en lo que es capaz fiambre, quesos, cervezas, como más lo que se buscaría en una picada o cuando vas a comer un asado ese tipo de público y de momento digamos estamos buscando.

Investigador: Genial, buenísimo, Y con esto que vos me comentabas de la acción que hacen a través de Instagram y demás ¿les sirvió para captar más clientes?

Emprendedora: ¡La verdad que sí! O sea con todo esto de los sorteos y eso, mismo nuestro círculo cercano es como que la primera rueda se rompió y ya llegó a los amigos de nuestros amigos, es capaz gente conocida pero no gente que le mandas un mensaje le decís che arranque un emprendimiento, es como la gente que te conoce y de repente que mis amigas en lo subieron a sus historias y es como si todo un mismo ambiente empieza subir.

Investigador: La recomendación es lo mejor.

Emprendedora: Exactamente. Y también la verdad es que nos recontra sorprendió el primer mes que largamos todos tuvimos siete ventas por Instagram y nosotros decíamos ¡Wow! nosotros íbamos a hacer Instagram todo como para tener presencia en redes pero de ahí a vender realmente era como que nos sorprendió que gente “random” te escriba: ¡Hola! ¿Cómo están? ¡Quiero probar! y dentro de esas 7 personas nosotros hicimos como medio un análisis de quienes volvieron a pedir, cada cuanto tiempo y eso y las siete personas volvieron a pedir no me acuerdo bien ahora el tiempo estimado entre el pedido y pedido pero bueno como que dijimos vamos por buen camino si personas que no nos conocen vuelven a comprar el producto.

Investigador: Totalmente.

Emprendedora: Nos dio un poco de seguridad a la hora de bueno como decir, bueno seguimos.

Investigador: Si, totalmente, es buenísimo ese dato porque si te vuelven a comprar ya ves como que fidelizas al cliente y más si no te conoce, vino a buscarte sin ninguna recomendación ¡eso es buenísimo! Y hoy más o menos aproximadamente a nivel general ¿cuántos pedidos tienen en un día en una semana como para tener un número en la cabeza?

Emprendedora: Estoy pensando porque mi papá también es entrenador de hockey y mis hermanos juegan al hockey y todos los de hockey ya lo conocían de antes esto, entonces como que semana a semana les hacen un pedido y se llevan al club y las reparten ahí que esos no son digamos de redes son gente que nos conocen pero aproximadamente serán 15 o 20 pedidos por semana. Es grande pero al mismo tiempo es como que nosotros esto de tener el club organizamos todo en un mismo pedido y capaz se está llevando 15 pedidos a distintas personas y después si siempre tres o cuatro personas nos compran que sean gente que vuelve a repetir de comprar o amigos de conocidos como que vamos teniendo y ahora muchos nos estuvieron pidiendo para hacer algún regalito si se lo podíamos poner en una caja y eso y ahí es donde dijimos bueno vamos a aprovecharlo porque la verdad que para regalos empresariales y eso capaz está bueno, y nuestra idea esa ahora ya la tenemos armada pero más o menos para el 15 o el 20 de contactar a gente en redes y capaz de regalarle una caja como influencers, no sé estamos pensando algo como el mago cocina como orientarlo más a lado de parrillas o de picadas pero bueno es una idea.

Investigador: ¡Muy bueno! Aparte la verdad es que hace poco que están y parece que van creciendo un montón y que está bueno cómo van analizando cada paso que dan porque eso les permite ir aprendiendo e ir modificando lo que ustedes consideren.

Un poco sobre la operatoria que ustedes tienen con el emprendimiento me comentabas que obviamente por la etapa en la que están, están usando sus cuentas que es lo que hacemos todos también, quería entender más que nada su noción de los productos financieros o sea si usan bancos públicos, privados (no entiendo) billeteras, si los conocen, si los usan.

Emprendedora: Por ahora todos trabajamos en relación de dependencia entonces todos tenemos cuenta en banco privado y hoy por hoy con la cuarentena es como que creo que

esto de las transferencias y eso está más delegado por una cuestión de el efectivo y por el momento tampoco movemos grandes volúmenes de dinero que también tendríamos problemas. Ahora en el momento en que empezamos a vender capaz en las cajas que sean un valor un poco más alto y de repente si llegas a tener 10 y es raro como que te entre tanta plata pero al mismo tiempo somos cuatro y un poco nos lo vamos dividiendo pero sabemos que lo tenemos que pensar para el futuro porque puede resistir este año puede resistir de acá a seis meses hay que hacer algo.

Investigador: ¡Bien perfecto! Sí más que nada te lo preguntaba como para entender si ustedes usan un banco privado digital o billeteras más que nada eso, lo otro se entiende están empezando y es la realidad que tenemos también en el país que vivimos es así y un poco en la operatoria que ustedes tienen respecto a los pagos que me contabas que tiene una parte que es por efectivo que sea transferencia y también usar Mercado Pago, ¿más o menos esa distribución como es? ¿tienen alguna ponderación más grande Mercado Pago que el resto?

Emprendedora: Generalmente nos dan bastante efectivo. O sea nosotros les damos la opción y los que no nos conocen por ejemplo Mercado Pago prefieren eso antes que de hecho nosotros creemos que es más capaz hasta prolijo en vez de una cuenta porque siento que en el mercado hoy ya Mercado Pago se entiende como que estás pagando servicio o sea vas al chino y pagas con Mercado Pago es como que siento que es un poco la cara más visible de lo que es compra y venta que capaz es más raro hacerte una transferencia de una cuenta de bancos es como tener que poner todo esto es más.

Investigador: Si, tal cual. Y a ustedes ¿que los motivó digamos porque tranquilamente hay un montón de emprendimientos que la realidad únicamente se manejan en efectivo y es la única alternativa que hay y no queda otra que los motivó a ustedes a habilitar esto de Mercado Pago?

Emprendedora: Por comodidad de darle al cliente digamos como sentimos que es capaz un poco más serio como que es mostrar una cara de qué bueno nuestro objetivo es crecer y establecernos en el mercado con todas las regulaciones y siendo que es más como una hoy por hoy todo el mundo tiene todo el mundo se maneja eso es lo que confía la gente y nada están bien darle comodidad al cliente.

Investigador: Si, tal cual. La verdad es que está super en auge y yo creo que con la pandemia se potencia un montón. Y de Mercado Pago me decías que hay una alternativa que ustedes usan puntualmente que es la de enviar y recibir dinero más que la opción de vender que tienen por botón.

Emprendedora: Vos cuando mandaste el link te cobran el 2% el 3% la verdad no me acuerdo pero bueno la verdad que como estamos recién arrancando la diferencia tampoco son grandes porque nosotros queremos vender y que nos conozcan entonces como que también perder todo por Mercado Pago no no sirve si hacemos Mercado Pago bueno es esta opción de que no te cobran comisión ahora creo que de hecho va a cambiar eso pero no sé cómo es la normativa y si no es efectivo es como que bueno estamos dando una opción que dentro de todo nos conviene a todos.

Investigador: Si, total. Y aparte pensando un poco en lo que decía de la tienda Online en un futuro quizá ahí está bueno porque lo tenés integrado y te resuelve todo el ecosistema. ¿Hay alguna desventaja que encontrarás en la solución de Mercado Pago en este caso digo Mercado Pago como puede ser cualquier otra digital?

Emprendedora: Lo único es esto de que te cobra la comisión cuando vos querés vender porque la verdad que la opción para vender es buenísima vos puedes armarte un catálogo interno dentro de la aplicación en donde pones un frasco tanto dos frascos tanto estoy esto vos seleccionas todo y le mandas el link le haces el detalle con la foto de lo que está comprando como que es impecable y está buenísimo y está bien que lo cobren porque es un servicio que está dando no es que esté mal que Mercado Pago te cobren la comisión porque lo tiene que vivir pero hoy por hoy a nosotros no nos es suficiente no tenemos la estructura económica para poder hacerlo.

Investigador: También veo que están lanzando mucho ahora en Mercado Pago para estas soluciones como que también tiene mercado crédito como que tiene un montón de cuestiones.

Emprendedora: Eso también porque las personas a vos te pueden transferir de una u otra manera la comisión de última la tendrán ellos y pagan con crédito pero bueno es como que también nosotros habilitando esta opción le abris un abanico a la otra persona.

Investigador: Totalmente. Bueno buenísimo la verdad que yo vivo en Nuñez así que en algún momento tengo que comprarles porque me parece genial la verdad muy bueno y me encanta que sea un emprendimiento donde toda la familia colabora que creo que eso está buenísimo.

Emprendedora: Si, está buenísimo, pero la verdad ahora cuándo termine por lo menos yo tengo dos trabajos, estudio, mi hermana es arquitecta, como que hay que empezar a pensar también una estructura de cuando la realidad vuelva y todos volvamos a las oficinas y todos volvamos a trabajar porque bueno mi papá solo pobre no va a poder pero bueno será buscar a alguien que de una mano o ver cómo lo resolvemos pero si por ahora está bueno.

Investigador: Me alegro mucho, bueno Lu, simplemente era esto conocer un poco de ustedes y su interacción con los medios de pagos digitales que es lo que estamos estudiando así que te agradezco un montonazo por el tiempo cualquier cosa seguimos en contacto.

Preguntas adicionales:

Investigador: ¿Cuál es el valor promedio de los pedidos mensual?

Emprendedora: El promedio de lo que sale generalmente suelen ser 1 frasco, 2 provoletas y un vino. Volumen mensual promedio de \$61.200

Investigador: ¿Ustedes para poder iniciar este emprendimiento tuvieron que recurrir a algún préstamo familiar, bancario o bien ahorros propios?

Emprendedora: No tuvimos que recurrir a ningún préstamo.

Investigador: ¿Cómo están viendo el emprendimiento en términos de rentabilidad, les permite cubrir los gastos, los costos, les deja una ganancia que les permite hacer una expansión y poder ir avanzando?

Emprendedora: Cubrimos costos, tenemos ganancia pero todo se reinvierte. Compramos más mercadería



Investigador: Me contaste que ustedes trabajan con bancos privados, un poco entender ¿cuál es la interacción que ustedes tienen con estos bancos, en términos de si van a la sucursal, no van, se manejan todo digitalmente?

Emprendedora: Todo digital, porque como te conté son nuestras cuentas de relación de dependencia por lo que no tenemos que hacer nada extra

## **Entrevista 6**

Emprendedores de género femenino y masculino, del rubro alimentos, años de edad, ubicado en el barrio de Nuñez. Entrevistado el 11 de noviembre de 2020.

Investigador: Ahí está bien, buenísimo.

Emprendedor: Bueno, bien. Ustedes ¿cuánto hace que están con este emprendimiento?

Emprendedor 2: Muy poco..dos meses, ya te digo exacto la primer publicacion del Instagram.

Emprendedor 2: Nosotros arrancamos a hacerlas para casa. Hace ya, desde que más o menos arrancó la cuarentena ponele y desde fines de agosto que las estamos vendiendo.

Investigador: ¡Ah bien! hace re poquito. Y...¿ustedes tienen su trabajo, digamos, esta es su única fuente de ingreso o lo están haciendo de extra digamos?

Emprendedor: Él tiene otro trabajo, tipo de trabajo y yo, por cuestión de pandemia, deje de laburar, porque estaba laburando en un lugar de entretenimiento o bien, covid, no más entretenimiento, y estoy solo con esto.

Emprendedor 2: Yo laburo justamente en una fintech, una empresa de medios de pago. Así que pregunta nomas!

Investigador: ¡Ah! ¿En serio? ¡Mira que bien! Bueno, buenísimo, genial. Muy muy buen dato ese. Ustedes están en Belgrano, ¿no?

Emprendedor: Si.

Investigador: Bien, buenísimo. ¿Y qué edad tienen?

Emprendedor 2: 25 y 20

Investigador: ¡Bien! y los dos ya están recibidos, ¿están estudiando? Creo que uno de ustedes rendía el otro día, ¿puede ser?

Emprendedor: Y yo estoy estudiando comunicación social, pero estoy en el primer año, recién termine CBC este año. Y Bueno...

Emprendedor 2: Yo me recibo de abogado ahora en diciembre, si sale todo bien y va a salir todo bien, jaja.

Investigador: ¡Obvio! Totalmente, totalmente. Una recibida distinta vas a tener.

Emprendedor: ¡Igual me van a tirar huevazos!!

Investigador: De esa no te vas a salvar me parece... jaja. Bien, muy bien. Para poder avanzar en este emprendimiento ¿ustedes tuvieron que recurrir a ahorros propios? ¿Tuvieron que pedir un préstamo personal? ¿Cómo pudieron avanzar?

Emprendedor 2: Mira, la verdad es que esto es bastante fácil, porque al ser algo congelado, no es que tenés riesgo a pérdida o que tenés que hacer una producción enorme para arrancar. La inversión inicial fue comprar una tabla. Cata tenía cacerolas, o sea, nos arreglamos un poco con lo que había en casa.

Emprendedor: Claro, unimos cosas. Fundamentalmente tuvimos que comprar hielos y una heladerita como para poder transportarlas. Habremos gastado en total, como 10 lucas para arrancar.

Emprendedor: Bien, buenísimo, perfecto. Y si, fueron juntando lo que tenían y después, obviamente van a ir de a poco. Perfecto. Bien, bien.

Emprendedor 2: Si fuéramos a vender en supermercados y ese tipo de cosas, sí tendríamos que hacer una inversión interesante porque necesitaríamos una cocina industrial, un freezer. O sea, estamos hablando de mínimo doscientas lucas ahí y espacio para hacerlo.

Investigador: Sí, totalmente. Sí, si, entiendo. Y ustedes hoy el medio que tienen para poder hacer la venta es a través de delivery, ¿no?

Emprendedor: Lo hacemos nosotros en el auto de dos días a la semana, martes y viernes, de 19 a 21 horas salimos, tratamos de arreglar con gente que sea de acá de Capital, cada tanto nos piden, no sé, de Olivos, pero sí tenemos mucha gente por Belgrano, Recoleta, Palermo, tratamos de dejar a la gente Olivos para el siguiente día, o sea nos vamos manejando, pero las entregas las hacemos nosotros.

Investigador: Bien, buenísimo. Y aproximadamente ¿cuál es el valor medio de lo que ustedes ofrecen?

Emprendedor 2: A ver, el valor es uno. O sea, tenemos, vos podes comprar el pack que viene en cuatro medallones, todo el mismo gusto y sale \$500, o podes llevarte un pack de cada sabor, o sea, tres packs por \$1200, te queda en \$400 cada pack. Como es uno el precio, no es que tenga mucha variación. Todo el mundo lleva la promo docena, salvo que compre un solo pack, porque pensa... vos compras dos packs te sale \$1000, la verdad poner \$200 mas y tenes uno de cada uno.

Investigador: Totalmente. O sea que generalmente la gente les pide el pack.

Emprendedor 2: Si la promo de 3.

Investigador: La promo de 3. Perfecto. Bien, bien, buenísimo. Y... aproximadamente ¿cuántas ventas tienen por semana, por día? No se, algún indicador que ustedes tengan

Emprendedor: Varía un montón, porque también siendo que esto no lo tomamos muy en serio...Entonces cada tanto colgábamos con las redes o todavía no armamos una organización de cada cuánto subir una foto. Las veces que vendemos todos son las veces que estamos activos en las redes. Si una semana nos colgamos, capaz vendemos dos o tres promos y claro. Osea, es muy relativo.

Emprendedor 2: Nosotros por producción hacemos 8 promos, osea 8 docenas, 8 packs de cada sabor. Eso hacemos cada lunes y cada jueves. Hipotéticamente, o sea, si vendí todo, hago eso. Si tengo dos o tres libres, hago eso también. Ahora si me quedan soy packs no, no produzco, pero vender el 100 por ciento sería vender 8 promo docena por martes y 8 promo docena por viernes, o sea dieciséis por semana que no sucedió nunca. O sea, sucedió alguna que otra vez, muy de vez en cuando. Nuestro promedio debe ser 5 o 6 promos docenas por cada entrega, ponele, cuando nos ponemos, por semana serán 10 promos.

Investigador: Bien, perfecto, bárbaro.

Emprendedor 2: Lo que tiene de Bueno es lo que te digo, es congelado, entonces no las perdemos ¿me entendes? Están en el freezer. Es como el que vende helado, no es como un restaurante que se te pudre la mercadería.

Investigador: Si total, es un re beneficio ese porque tal cual si tenes que tener el producto fresco es como que estás un poco limitado también a poder entregarlo y colocar lo que hiciste.

Investigador: Por el momento ustedes ven que este negocio que ustedes están empezando les resulta rentable y les permite cubrir los costos que tiene asociados ¿como lo están viendo?

Emprendedor: Por el momento sí, o sea, en pandemia recontra porque tenemos tiempo libre, no tenemos muchos gastos nosotros, yo con mi vieja, ahora estoy con él y él vive con la familia.

Emprendedor 2: O sea, en cuanto a los gastos del negocio, te referís a los gastos nuestros? Los gastos del negocio se cubre re contra re mil por ciento. O sea, pensa que si yo no produzco no gasto plata porque las legumbres las compramos al por mayor y las tenemos en la despensa, o sea, nunca vamos a perder plata con esto, es cuestión de cuánto vamos a hacer. Tiene cero riesgo en cómo lo hacemos nosotros. Como te digo, si vendieramos más grande ahí si tenés el riesgo, porque tenés que garpar, en un hipotético alquiler, facturas de luz, de gas, etcétera.

Emprendedor 2: Haciéndolo desde tu casa, que incluso lo podríamos hacer a mayor escala desde nuestra casa. Pero bueno, tendríamos que tomárnoslo mega en serio

Investigador: Claro, el tiempo que le tienen que dedicar...

Emprendedor: Otro freezer, porque imaginate que no podemos usar freezer de casa sin espacio para la comida de casa, implicaría un mayor gasto, pero si nos lo proponemos se podría hacer.

Investigador: Buenísimo. Bueno, genial chicos, eso fue todo como introducción para entender un poquito de su emprendimiento. Ahora pasamos a una segunda etapa de la entrevista donde vamos a hablar un poquito más de los servicios digitales y demás y financieros. Quería entender si ustedes personalmente si son clientes o no de alguna de las siguientes entidades como para conocer a ver con quien interactúan, por ejemplo de un banco público o un banco privado, una billetera digital u otros.

Emprendedor 2: Si, no, billetera digital, usamos mercado pago, tanto para transferencias como para recepcionar pagos con tarjeta, Mercado Pago. Nuestras opciones de medio de pago: efectivo, transferencia a la cuenta de mercado pago, envío de dinero a la cuenta de mercado pago o link de en el catálogo de mercado pago hicimos pack de garbanzo, pack de lenteja, pack duckie, promo docena, entonces si no tenés nada, te mando el link y lo pagas con la tarjeta, que es lo que menos nos conviene, ¿no? porque la comisión la soportamos nosotros, no se la trasladamos al cliente.

Investigador: Bien, que eso con el envío de dinero lo tenes resuelto..

Emprendedor 2: Claro, y con la transferencia también. Cada promo docena ponele que sale \$1200 Mercado Pago se queda con \$50. No es grave, a ver, prefiero perder esos 50 pesos y poder vender esa promo que no venderla, pero idealmente preferimos transferencias de dinero, que aparte la tenes al toque la plata, Mercado Pago te la liquida en 14 días y el envío de dinero también es instantáneo.

Investigador: Bien, perfecto. Claro, ahí si te conviene. Totalmente. Y...¿más o menos cómo se distribuyen sus ventas en estos medios de pago que me contaban? ¿La mayoría en mercado, pago o transferencia?

Emprendedor 2: Lo menos es con tarjeta...

Emprendedor: Generalmente efectivo o transferencia, muy pocas veces por medio de link.

Emprendedor 2: Pero, hemos vendido con link, fijate que siempre hemos tenido plata por liquidar, ponele un 20 por ciento nos paga... me puedo fijar..

Investigador: Dale, no hay problema. Esto que ustedes contaban, que ustedes reciben en la billetera de Mercado Pago ¿que hacen? O sea... ¿lo acreditan en su cuenta o usan ese dinero para hacer pagos?

Emprendedor: Nosotros lo que hacemos es toda la plata que cobramos en efectivo, la dejamos en efectivo y a fin de mes la tenemos como ganancia para nosotros, y toda la plata que está en mercado pago, la usamos para la mercadería tipo todas las legumbres en las bolsas, calcos.

Emprendedor 2: Pero ponele nosotros a mediados de mes generalmente hacemos retiro de ganancias. Si en la cuenta de mercado pago hay más de 3 lucas, sacamos también de la cuenta de Mercado Pago y solemos dejar 2, 3 lucas, que es lo que podemos llegar a necesitar para una producción.

Emprendedor: O sea que lo usan para de algún modo, comprar insumos que aceptan mercado pago también, como que cierran ahí el rulo.

Emprendedor 2: Pero con la tarjeta igual eh ... de Mercado Pago. Yo voy a la verdulería y pago con la tarjeta de Mercado Pago. Tratamos del cash, dejarlo cash, y que quede para nosotros y movernos con la plata digital para todos los demás.

Investigador: Bien clarísimo, clarísimo. Y a ustedes qué fue lo que los motivó a habilitar Mercado Pago como medio de pago para su emprendimiento?

Emprendedor 2: Yo ya la tenía a la cuenta, ya tenía la tarjeta, todo, porque justamente estaba el año pasado estaba laburando el tema de los términos y condiciones de nuestras aplicaciones y para ver cómo era todo el proceso, me abrí una cuenta de mercado pago, solicité la tarjeta para ver qué contrato me mandaban, que no me mandaba, que me pedían, entonces lo usé tipo conejillo de indias y me quedó.

Investigador: Claro, y ya dijiste ¡lo uso!

Emprendedor 2: No abrimos una cuenta, o sea, la cuenta es mi cuenta, pusimos la foto de Burga y le cambie el alias. Pero vos envío de dinero, es a mi cuenta.

Investigador: Perfecto. Bien, perfecto. Y ¿qué beneficios consideran que tiene para su emprendimiento el tener habilitado Mercado Pago?

Emprendedor: Y bastante, hay mucha gente que paga con transferencia.

Emprendedor 2: Si, a ver podría ser una cuenta de un banco privado, ¿no? El tema es que con Mercado Pago me parece que, a ver... la posta que estamos en negro nosotros, o sea acá no hay ni monotributo en el medio, es re contra amateur como lo arrancamos a hacer. La verdad que por cómo se está dando ni se me ocurriría asomar la cabeza lado. Lo único que me coparía tener es el tema de bromatología para poder vender al por mayor, porque mucha gente, muchos negocios nos han contactado de: ¡hola che! ¿venden al por mayor? y eso nos daría ese boom para poder llegar a mucho más, a muchas más casas y en un

futuro ampliarnos. Pero por ahora con la situación que tenes en el país y la persecución que hay a la pyme ni se nos cruza por la cabeza.

Investigador: Sí, sí, lo entiendo perfectamente. Por ahí también creo que corrijanme, que ya haya un público bastante grande que usa Mercado Pago, sin dudas es como que te lleva a tenerlo como una opción también.

Emprendedor 2: Si, es como que caes por decantación, porque ¿qué competencia hay? Todos los demás, Uala, por ejemplo, son todas aplicaciones de billetera digital, pero todavía no tienen la adquirencia de pagos como si tiene Mercado Pago, que ves el QR en los negocios, que si yo quiero tener un Mpos, puedo tener un Mpos. No lo tenemos todavía, pero por ahí el día de mañana tenemos un local, podemos seguir manejandonos con Mercado Pago sin tener que tener un Posnet.

Investigador: Sí, totalmente. Es con lo que tiene diferentes etapas

Emprendedor 2: Y... no hay mucha competencia. Hay un montón de wallets, pero ninguno tiene el servicio llave en mano como tiene Mercado Pago.

Investigador: Bien, y esto que ustedes contaban que aproximadamente el 20 por ciento de las ventas se hacen por mercado pago, ¿ustedes distinguen que ese tipo de clientes tienen alguna característica en común?, no sé la edad, la zona, no sé o no es totalmente aleatorio, o quizás son clientes que no son tan cercanos, por ahí puede ser que quizás en el cercano te paga en efectivo.

Emprendedor 2: Amigos cercanos nos han pagado con Mercado Pago. O sea, el que capaz tiene, no se, a ella le pasó un montón de tiempo de tener deshabilitado el token en la App de Galicia y no podía hacer transferencias, me entiendes? O sea, mucha gente no paga en efectivo igual... O sea, efectivo y transferencia lideran fuerte todo. Pero bueno, tener el recurso este para... yo creo que más personas grandes nos han pagado con Mercado Pago quizás...



Emprendedor: O quizás sí, pónelo con el tatuador que usa Mercado Pago para su trabajo, el cobra con link de Mercado Pago y nos ha pedido link de Mercado Pago, pudiendo enviarnos dinero, ¿entendes?

Emprendedor 2: Pasa que bueno, es un click contra el tener que tipear un mail. Pero Bueno...

Investigador: Si, totalmente.

Emprendedor: Y... ¿hay alguna limitación que ustedes le encuentran a Mercado Pago para lo que es su emprendimiento?

Emprendedor 2: La verdad es que no. O sea la verdad es que la plataforma Mercado Pago está buena, es completa. Estaría bueno que te liquiden la plata un toque antes, pero la verdad es que eso es un bajón los primeros días, una vez que ya empezamos a tener un flujo de dinero constante, es como que nada ya fue, eventualmente se acreditará. Quizás si yo, si fuera mucha más la gente que nos pagara online de pago, ahí sí me molestaría un toque el tema de los 15 días para acreditarse. Pero yo sé que eso se puede modificar, es una cuestión de la tasa que le das a Mercado Pago. Si quieres la plata más rápido te sacan una comisión mayor y listo.

Investigador: Perfecto, clarísimo, clarísimo. Y bueno, ¿ustedes consideran por lo que veo conocen un montón, o sea, conocen de servicios financieros, conocen de wallets y demás, quería entender si ustedes consideran que tanto Mercado Pago como cualquier solución digital de pago, profundiza su cultura financiera?

Emprendedor 2: ¿A qué te referís con profundiza? O sea ¿que nos hace aprender de finanzas?

Investigador: Claro. Exacto, exacto.

Emprendedor 2: Bueno ahí contesta vos... pasa que la app la tengo yo en mi celu..., yo soy el banco de Burga. Tampoco le di la contraseña porque tengo todas mis tarjetas y esta es

rápida, viste? Jajaja... Mentira!! Pero Bueno, nada la tengo yo..esta linkeado a mi MercadoLibre, o sea real, mi cuenta de MercadoLibre, no es que hicimos una para Burga en particular como que arrancamos así, dijimos bueno, tengamos un Mercado Pago, la verdad que pensándolo, quizás nos hubiera convenido sacar una cuenta de burga y listo, pero tenes que hacer el onboarding, todo el tema, del DNI, como yo ya tenía la mía, no sabía si iba a poder tener otra con el mismo DNI y no lo hicimos. Pero la verdad es que me imagino, si yo fuera alguien que no trabajara en el tema, me hubiera profundizado un toque por el tema de los, esto que te digo, de los plazos de comisión, y eso porque es muy clara la plataforma en cuanto a la información que te brinda, pero bueno... resulta que trabajo de eso.

Investigador: Sí, justo me parece que sos un caso con demasiada información, igual viene super bien. Realmente la idea justamente es encontrar diferentes situaciones y entender si para ustedes son o no un beneficio estas soluciones de pago, sobretodo porque nada los emprendimientos y micropymes de algún modo como que no están muy incluidos financieramente. Por ahí, hoy con la pandemia se aceleró un montón y bueno, nada, nos sirve un montón conocer ustedes cómo lo ven desde su perspectiva,

Emprendedor 2: Desde ya, desde ya, es inclusivo, porque si vos fueras un comercio, o sea para tener un Posnet y poder aceptar pagos con tarjeta, o sea, no podríamos nunca, no podríamos nunca hacer lo que estamos haciendo, cómo lo estamos haciendo por toda la burocracia que hay en el medio para habilitar un negocio con visa, o sea de entrada de mercado pago toma todas las tarjetas, o sea, yo labure en restaurantes, era cajero y venía cada dos por tres el de American, el de Master, el de Visa a pedirme algo. O sea, fuera de joda. Esto es el futuro de la aceptación de pagos va pasar con todo lo demás por la facilidad que tiene. Eso pienso yo, si fuese un comercio totalmente legal, también tendría esto.

Investigador: Si es cierto. Aparte creo que te piden como un montón de requisitos, constancias y demás que cuando uno está arrancando lógicamente no existen. Entonces, poder tener esta aceptación que de algún modo te permite captar mucho mercado está muy bueno.

Emprendedor 2: Sí, sí, la verdad está buenísimo. Así que si nos recontra sirvió, sin esto hubiera sido transferencia a cuenta personal del banco y nada más efectivo o transferencia a nuestras cuentas del banco privado.

Investigador: Genial. Bueno, buenísimo. Bueno chicos, la última pregunta y estamos súper, súper bien. Quería conocer un poco ¿qué medios de ahorro ustedes conocen que existen, y si usan alguno o no?

Emprendedor 2: Dolar... Jajaja sí, a ver, conozco de cripto, conozco de determinados, no sé, tenés...

Emprendedor: Bueno, vos sabes un montón, ¡yo no conozco nada! O sea, comprar dólares y ya!

Investigador: Bueno, se compensan entre ustedes, arman una buena dupla!

Emprendedor 2: Bueno, los conozco pero a ver yo ahorro dólares. O sea, todos los meses lo que se puede comprar se compra, sea en el mercado legal o sea mercado blue, la verdad que la posta lamentablemente es lo poco que tenes pasarlo a dólar porque quedartelo en pesos te puede servir de acá a dos meses, te puede servir, pero si vos estás ahorrando para algo a largo plazo, sabes que el peso se va depreciar mucho más de lo que vas a perder cambiando dólares en el caso de los altibajos que quieran. O sea, hoy en Argentina es eso. Quizás si viviéramos en Australia te digo compra criptos.

Investigador: Sí, totalmente, totalmente. Bueno chicos buenísimo, mil gracias por el tiempo. La verdad que fue un placer y estaremos en contacto. Yo vivo en Núñez, así que les voy a pedir algo alguna vez, un pedido

Emprendedor 2: Dale, de una.

Investigador: Bueno, que tengan un buen día y anden bien.

Emprendedor 2: Bueno, chau chau.

## Entrevista 7

Dueña de emprendimiento de género femenino, del rubro pastelería, 45 años de edad, ubicado en el barrio de Almagro. Entrevistada el 5 de noviembre de 2020.

Investigador: Bueno, ¿qué edad tenés?

Emprendedora: 45 años.

Investigador: ¿Nivel de estudios? Me dijiste que estabas estudiando...

Emprendedora: Si, universitario incompleto (en curso).

Investigador: ¿Es tu única actividad la pastelería?

Emprendedora: No, yo soy empleada del gobierno de la ciudad, y después a partir de enero emprendedora Essen también.

Investigador: Bien. O sea, tenés tres fuentes de ingreso, muy bien.

Emprendedora: Y sí, porque yo tengo poco, mucho tiempo de ocio entonces jaja.

Investigador: ¿Cómo es la estructura familiar?

Emprendedora: Tengo marido, dos hijas y mi marido tiene un hijo, así que somos cinco.

Investigador: ¿Y tu marido es otra, una cuarta, fuente de ingresos?

Emprendedora: Exacto. Él trabaja también en el gobierno de la ciudad. En otra repartición.

Investigador: ¿Y sos la dueña de tus emprendimientos? Bueno, en el de Essen te asocias, el de pastelería puntualmente...

Emprendedora: Exacto, se llama "Las Chicas Reposteras" porque cuando empecé mis hijas me daban una mano. Entonces un día dije bueno, tenemos que armar un Facebook o algo para poder publicitar nuestras cosas, ¿qué nombre le ponemos? Y la más grande, que en ese momento era chiquita, me dijo "las chicas reposteras mami, porque somos todas chicas!", y ahí quedó.

Investigador: Muy bien. ¿Hace cuánto están con eso?

Emprendedora: ¿7 años ya? Wow, si 7 años.

Investigador: ¿Y en ningún momento tuvieron venta al público con locales? ¿siempre contacto a través de redes y eso?

Emprendedora: Exacto, exacto. Redes, conocidos. Si, en un momento yo vendí, pero no cuenta porque no era un local propio. Pero yo trabajaba en la dirección infracciones y el chico que tenía un local dentro del edificio, que tenía un Kiosco, yo le vendía las tortas empaquetadas para que pudiera venderlas.

Investigador: Claro. Para cuando iniciaste el emprendimiento, ¿tuviste que requerir alguna inversión fuerte o algo así?

Emprendedora: No, fui invirtiendo de a poco, yendo a expo para comprar insumos que en las expo es más barato. Después con el tiempo invertí en una batidora con más potencia por el tipo de producción que tenía y así... Pero a medida que fui necesitando porque como cuando empecé, no pensé que iba a llegar a generar una clientela o un volumen.

Investigador: Tal cual. ¿Tenés un listado de precios como para compartirme?

Emprendedora: No, actualmente no. Porque, te digo la verdad, desde que empezó el tema de la pandemia, no es que me aboque a vender. Es decir, si me piden algo específico, la vendo... pero no estoy ofreciendo yo. Salió un montón de gente a vender, muchísima.

Investigador: Claro. ¿Se puso muy competitivo?

Emprendedora: No, no es un tema de competitividad, sino también lo que pasa es que hay mucha gente que está con mucha necesidad y yo tengo otro ingreso. La gente que tiene mucha necesidad, lamentablemente no sabe sacar costos. Entonces, cuando no sabes sacar costos, regalas tu tiempo y regalas tu trabajo. Y eso hace que parezca que el realmente sabe sacar costos o se sabe valorar su trabajo, se está excediendo, no. Lamentablemente el que no sabe lo regala. Entonces es difícil y no tengo ganas de discutir con nadie o de dar explicaciones a nadie. Y nada, el que me pide, que sabe cómo trabajo, le vendo, pero no ando ofreciendo. Por eso no tengo lista de precios. Y está un poquito de difícil, habría que estar actualizandola continuamente a la lista de precios hoy en día.

Investigador: Y hoy en día, más o menos, los pedidos que recibís en este momento que no estás tan activa, ¿cuántos o qué volumen de pedidos recibís?

Emprendedora: Mira, hay veces son semanas que nada. Y después hay semanas que tengo tres pedidos, depende mucho también de los cumpleaños. Cuando fue el de tu hermana, esa semana tuve dos pedidos. Después nada. Hoy, ayer tuve otro. Ahora para la semana que viene ya tengo dos y ponele ahora para hacer un promedio son 4 o 5 pedidos por mes.

Investigador: Tal cual. Pero ni estás ofreciendo. Antes de la pandemia, que si ofrecías, ¿qué volumen manejabas?

Emprendedora: Y en esa época yo tenía ferias, entonces ya de por si en una feria vendía más de 100 tortas. Porque ya tenía mi clientela que venía a buscar esta torta. Más los pedidos que surgían, porque está la parte de repostería que vendría a ser lo que vos viste. Y después hago tortas decoradas, es como que son dos, dos productos totalmente distintos. Lo puedes conseguir en una panadería por otra calidad, pero ya cuando es una torta decorada es algo muy personalizado.

Investigador: Sí, totalmente. ¿Y qué medios de pago aceptas? Efectivo, ¿nada más?

Emprendedora: No, Mercado Pago también.

Investigador: Ah bien, buenísimo.

Emprendedora: Y transferencias también me han hecho.

Investigador: Bueno, ¿empleados? Claramente no tenés...

Emprendedora: Claramente no. La marca y el logo los patenté porque en una época más osada iba a ferias de todo capital, pero no descansaba nunca. Porque de estar siempre de lunes a viernes en el trabajo y la facultad, y después los fines de semana... Y todo eso implicaba tres días antes de preparación. Y un día fui a una feria y alguien me había copiado. Entonces me agarró una chinche bárbara y fui y la patenté. Dije la próxima que lo querés usar, me vas a tener que pagar

Investigador: Increíble, tremendo, no lo puedo creer eso... Bueno, respecto a las transferencias, ¿tenés banco público? Me imagino porque trabajas en el gobierno de la ciudad.

Emprendedora: Si, banco ciudad.

Investigador: Y más o menos ¿Cómo ves la distribución? ¿Qué es lo que te demanda el cliente? ¿Los clientes van más por pagar en efectivo o te piden más Mercado Pago?

Emprendedora: No, no, en efectivo más que nada. Pero no, no la gente, la verdad. Ahora con el tema de la pandemia a veces yo ofrezco transferencia por un tema de que no tenga andar tocando el efectivo. Y hay gente que prefiere, me dice "no deja te lo pago en efectivo".

Investigador: ¿Y qué te motivó a habilitar Mercado Pago?

Emprendedora: Por la feria.

Investigador: Ah, ¿en la feria se acostumbra o te lo piden?

Emprendedora: No, ni se acostumbra ni te piden. Yo lo di como una opción más para la gente. Porque me ha pasado que se gastaba toda la plata y quería la torta...

Investigador: Muy bien, okey, fue algo que viste vos que te iba a ayudar a vender más. Pero no era que la gente lo demandaba. ¿No?

Emprendedora: No

Investigador: Respecto a la usabilidad, ¿cómo te resultaba mejor que te paguen? ¿Qué preferís?

Emprendedora: No, yo prefería el efectivo.

Investigador: ¿Y cómo te manejas? Sacas la plata directo para no mantenerla inmovilizaba en la cuenta, o capaz la preferís usar como un ahorro que te queda ahí ya estático?

Emprendedora: No fue muy común o habitual. Y por lo general cuando está la plata ahí lo gasto cuando voy a comprar. Para no hacer transferencia, hacer movida...

Investigador: Pero, ¿el uso de la billetera te resulta cómodo para vos como cliente o también como vendedora, del otro lado? ¿Con qué uso te sentiste más cómoda?

Emprendedora: Yo utilizo muchísimo la billetera, no tanto la billetera si Mercado Pago la aplicación porque evito tener que ir al cajero. Entonces evito tener que tocar el efectivo, tener que estar con una tarjeta de débito, en contactó la gente. Entonces esto es pagas y listo. Es más, viene un delivery y hasta el mismo delivery te muestra el código QR y vos le pagas así, o te lo manda por WhatsApp el código QR. Como usuaria: amo.

Investigador: Pero como emprendedora, ¿no es algo que te cambie?

Emprendedora: No, como emprendedora no. Porque ya te digo, la gente no, por lo menos mis clientes prefieren pagarme en efectivo o hacerme transferencia antes de Mercado Pago.

Investigador: Bien, si yo soy más de las transferencias, tal cual.

Emprendedora: Yo aprendí ahora, con el tema del envío de dinero que no te cobran comisión, ponele. Hago gimnasia por zoom con unas chicas, son 3 veces por semana y ellas prefieren el envío de dinero y ya está. Todo envío de dinero, claro, porque antes si vos lo pasabas de otra forma, te cobraba comisión Mercado Pago con el envío de dinero no te cobra comisión.

Investigador: Esa usabilidad no la conozco.

Emprendedora: Claro, no necesitas nada, pones envío de dinero, y con el celular o el mail de la persona, pones cuánta plata es y ni tenés que poner el motivo.

Investigador: ¿Usas a través de Mercado Pago, o por la cuenta bancaria, instrumentos de inversión (como plazos fijos)? ¿O tenés conocimiento sobre los instrumentos de ahorro que te facilita tu cuenta bancaria? (independientemente de que tengas capacidad de ahorro)

Emprendedora: Si, ¡la caja de ahorro en dólares está! Podés hacer plazos fijos, comprar acciones... otra historia completamente.

Investigador: ¿Alguna limitación que hayas encontrado?



Emprendedora: No, sobre las comisiones de Mercado Pago que te comenté, pero con envío de dinero le encontrás la vuelta.

Investigador: ¿Cómo fue la experiencia del alta de la cuenta?

Emprendedora: Lo hice una noche en la cama de insomnio con el celular. Me llegó por correo el sobre con el aparatito y el chip. Listo. Nada complicado.

Investigador: Perfecto. ¿El aparatito..?

Emprendedora: Es un aparatito que se enchufa al celular, donde vos podés pasar la tarjeta. Era cuando todavía el código QR no existía. Lo tengo hace no se, 3 años...

Investigador: Bueno, buenísimo. Ya está. Muchísimas gracias.

## **Entrevista 8**

Dueño de emprendimiento de género masculino, del rubro pizzería, 33 años de edad, ubicado en el barrio de Boedo. Entrevistado el 6 de noviembre de 2020.

Investigador: ¿Qué edad tenés?

Emprendedor: 33

Investigador: ¿Nivel estudios?

Emprendedor: Primaria, y secundario incompleto, lo arranqué pero hice un año nada más. Lo abandoné porque era pibe.

Investigador: Está bien, es secundario incompleto.

Investigador: Además de los ingresos del local, ¿hay alguna otra fuente de ingresos en tu hogar?

Emprendedor: Si, vivo con mi papá. Yo estoy separado, tengo una hija de 12 años, pago una mantención por mes

Investigador: Sos el dueño del negocio, ¿no?

Emprendedor: Si, si.

Investigador: ¿El local lo alquilas?

Investigador: Si, lo alquilo.

Investigador: ¿Hace cuánto tiempo que lo tenés?

Emprendedor: Y en el rubro desde los 15 años. El primer local mío lo tuve desde los 23 hasta los 31. Y ahora a los 33 lo volví a abrir.

Investigador: Además de la venta directa al público por el local, ¿tenés delivery y algo más? ¿Redes, Pedidos ya?

Emprendedor: Sí, estuve trabajando 4 meses, ya no, lo di de baja porque no me pagaban.

Investigador: Pensé que era un potenciador de clientes.

Emprendedor: Yo pensé lo mismo, le terminé de debiendo yo. No es cosa de "toma esto y dame esto". No hay nada más sencillo que eso. Cuando te explican tanto y no se entiende, es porque te están cagando.

Investigador: Claro, que lástima.

Emprendedor: Yo lo tenía antes, pero era distinto. Antes yo cobraba todos los pedidos en efectivo y yo tenía la plata y yo hacía lo que quería con la plata. Venía un pibe de pedidos ya y me cobraba el mes, me cobraba 17 por ciento de cada pedido.

Emprendedor: Pero cómo se expandieron mal, agregaron tarjeta de crédito y ahí me sale caro. ¿Qué pasa? A mí de 30 pedidos que me salen de 25 son con tarjeta de crédito y 5 son en efectivo. Entonces, si yo invierto todo lo que lo que generó acá en mercadería, y me vienen con "fiado" me hacen pelota.

Investigador: Bueno, ¿así que te mataron con pedidos ya?

Emprendedor: No, todas las aplicaciones, ya sabía que eran así. Antes si me servía porque eran todo lo pedido en efectivo. Ahora no, directamente cuando te pagan ellos te descuentan, y te cobran facturas de distintas empresas y no entendes porque te cobran.

Investigador: Y el problema es que la gente los usa sea por eso. Vos lo tenés que usar porque la gente lo quiere usar.

Emprendedor: Y bueno Mercado Pago también. Te da la posibilidad de recibir tarjeta. La mayoría á acostumbrada a pagar con tarjeta. Yo soy chapado a la antigua mal. Llevá la pizza y traeme la plata. Cagar no me van a cagar así.

Investigador: Para abrir el local, ¿necesitaste usar ahorros, pedir un préstamo?

Emprendedor: No necesité mucho, los proveedores los tenía de antes, o sea, yo llamo y me traían todo lo que necesitaba. Trabajaba esa semana, se vendía todo lo que había pedido y siempre de vuelta, siempre así, toda la vida de caja, a todo lo que sería para producir. Todo lo hice yo. O sea, tenía una moto, la vendí y compré un horno, compré pintura y nada más. Y de a poco voy armándolo, tengo que poner el cartel, por lo menos pude abrir.

Investigador: ¿Y más o menos cuántas ventas diarias tenés? No sé si por día o por semana, como te resulte.

Emprendedor: Y son por turno. Son 15 pedidos por día de semana, o 10 pedidos y se pedidos y fines de semana, el turno noche, son 20 pedidos, 25 pedidos, por familia los pedidos variables más o menos son 700, 800 pesos promedio cada pedido.

Investigador: ¿La ganancia te permite ahorrar o expandirte un poco?

Emprendedor: Si bueno, puedo ir acondicionando el local. Pero la plata la uso para comprar mercadería y si compro una bolsa de harina ponele, cuando la tengo que volver a comprar ya está más cara, no está fácil, está bravo. Y yo lo quiero para mantenerme, o sea, yo como asado los domingos. No necesito más nada.

Investigador: ¿enés empleados?

Emprendedor: Tengo dos. En la semana estoy solo, compré una motito, en la semana hago los pedidos, 7 u 8 pedidos y cierro la puerta y salgo a repartir. Tardo 25 minutos.

Investigador: Ah estás corriendo.

Emprendedor: Otra cosa no puedo. Bastante bien me arreglo.

Investigador: ¿Cuenta bancaria tenés? ¿Qué banco?

Emprendedor: Saqué por pedidos ya en Brubank.

Investigador: O sea, sos bastante canchero, igual en lo que es la tecnología, me sorprendí que no conocía, que vi que tenés el WhatsApp tenés a todos en la lista de precios y todo eso.

Investigador: ¿Si? Está bueno pero no sirve para nada, no ayuda. Ahora el lunes vienen a poner el teléfono de línea. No me gusta mucho el Whatsapp. Es muy: "A ver, sacame una foto de la pizza", así que no puedo, estoy solo acá. Igual, ahora cuando haya más laburo, obviamente voy a visitar necesitar alguien que me ayude.

Emprendedor: Me encantaría tener alguien que me venga a ayudar, porque también lo ayudo a él y me ayudo a mí y es una cadena.

Investigador: Tal cual. ¿Y cómo se distribuyen los pagos?

Emprendedor: 5 por ciento Mercado Pago y 95 por ciento efectivo. En mi manera, la gente que viene a comprar es porque ya me conoce. ya sabe por dónde es. Igual si te doy la posibilidad de usar Mercado Pago, pero hay gente que no sabe usarlo. La mayoría de la gente no sabe. Yo tampoco se usarlo bien eh, pero me tengo que aferrar a la condición de darle a la gente la opción de que no quiera tocar la plata.

Investigador: Entonces, no es que ves demanda de parte de los clientes por tener Mercado Pago.

Investigador: Vienen algunos. Y dicen: "AH tenés Mercado Pago". Pero también hay gente que quiere pagar con la tarjeta de crédito. Y les explico que les paso el link y cargan los datos y no quieren. No lo entienden.

Investigador: ¿Qué te motivó a habilitar los medios alternativos? ¿Simplemente para facilitarlos al que quiera?

Emprendedor: Y por la pandemia. Por todo esto de tocar el billete. Abrí y a los dos días pandemia total, no pasaba un alma.

Investigador: Antes, en el otro local, ¿no tenías medios de pago más que efectivo?

Emprendedor: No allá no, en un momento en el que el país andaba mucho mejor, ponías un puesto de panchos en la esquina y vendías igual.

Emprendedor: No, ni hablar.

Investigador: Bueno, y tu experiencia de habilitarlo ¿fue relativamente fácil? Te abriste la cuenta en Brubank, ¿te costó mucho?

Emprendedor: Lo hice al toque.

Investigador: ¿Y Mercado Pago? ¿No te mandaron el aparatito?

Emprendedor: No, pero te dan la opción y también el posnet pero sale como 4 lucas.

Investigador: Ah ¿te dieron esa opción también?

Emprendedor: Si, si... tengo los dos porque estoy en el nivel 2, no es un nivel alto, pero... El nivel 1 es un nivel re básico y el nivel 2 te da más opciones.

Investigador: ¿Qué usabilidad le das a Mercado Pago?

Emprendedor: Sólo una facilidad. Digo la verdad, si tengo que ganar, yo gano con lo hago en efectivo. Porque a mí me saca un porcentaje. Un cliente que le pongo un link de pago a mí se me deposita menos.

Investigador: Bueno, lo que me dijeron otros emprendedores con los que hablé, que en lugar de usar el link de pago que te cobra, suelen hacer envío de dinero, que no tiene comisión.

Emprendedor: Claro que no tiene, pero no toda la gente los va a usar. Yo te mando un link de pago, y es mucho más fácil para vos. Si yo les digo a mis clientes que me busquen una lista de contactos y me diga "¿este es?", "no, es sin la R", Me entendés? Y es como que medio... puede ser que no sea tan ágil.

Emprendedor: A veces prefiero cobrarle, si no es cliente cliente, le cobró más.

Investigador: Claro porque te matan.

Emprendedor: Y si hoy mi ganancia es mínima, y ya me depositan menos y si quiero de Mercado Pago sacar la plata en el cajero me cobran un porcentaje. ¿Sabes lo que hago entonces? La de Mercado Pago la paso directo a la cuenta en el Banco, que como soy nivel 2 se transfiere al toque, es instantáneo.

Investigador: Ah, genial, genial, genial. ¿Pero recibís poca plata por ahí igual?

Emprendedor: Es poca plata, son 2 pedidos por días por ahí, o 1, o a veces ninguno.

Investigador: ¿Y la sacas siempre al toque?

Emprendedor: Lo que entra lo transfiero automáticamente y lo dejo ahí y si lo necesito para pagarle a un proveedor la saco. Porque los proveedores no me aceptan tarjeta.

Investigador: ¿Qué limitaciones que encontraste?

Emprendedor: Y que mucho no entiendo la aplicación, y me quita demasiada ganancia.

Investigador: ¿Consideras que haberte dado de alta a Mercado Pago aumentó tu cultura financiera?

Emprendedor: ¿Mi cultura financiera? Nunca tuve cultura financiera.

Investigador: Y bueno, pero está re canchero con la billetera...

Emprendedor: Mandar el botón de pago, es lo básico... ¿No es mismo que usar Whatsapp? Viene por el mismo lado...

Investigador: Última: ¿conocés las alternativas de ahorro que te da tu Banco? ¿Qué uso les das?

Emprendedor: Se que tiene muchas pero no tengo el conocimiento para usarlas. Me encantaría saberlo.

## **Entrevista 9**

Dueño de micropyme de género masculino, del rubro panadería, 50 años de edad, ubicado en el barrio de Parque Chacabuco. Entrevistado el 7 de noviembre de 2020.

Investigador: ¿Cuántos años tenés?

Micropyme: 50.

Investigador: ¿Hace cuánto que te dedicas a esto?

Micropyme: Hace 38 años, desde los 12.

Investigador: Oh, ok. Wow! ¿Y cuál es tu nivel de estudios?

Micropyme: Secundario completo.

Investigador: ¿El negocio es la fuente principal de ingresos de tu familia?

Micropyme: Sisi.

Investigador: ¿Cómo está compuesta?

Micropyme: Mi señora y yo.

Investigador: ¿Y también te da una mano ella? ¿Es parte del negocio?

Micropyme: Sisi.

Investigador: ¿Sos el dueño de tu negocio?

Micropyme: Si, soy el dueño.

Investigador: Me imaginaba. ¿Los medios de venta que tienen cuáles son?

Micropyme: El local, venta al público directa. Nada más.

Investigador: ¿No haces redes sociales nada? ¿O delivery?

Micropyme: Nono, solo venta al público.

Investigador: Bueno, para iniciar, para abrir este local, ¿tuviste que requerir a ahorros, préstamo? ¿Cómo hiciste para la compra de las máquinas?

Micropyme: Todo ahorro. Pasa que hace ya 19 años que estamos nosotros acá, que empezamos el negocio.

Investigador: Claro, un montón. ¿Tenés una lista de precios para compartirme?

Micropyme: No, porque están a la vista. Cada cosa tiene su precio.

Investigador: Visibles claro, y más o menos ¿cuánto es la compra mejor promedio de un cliente que viene?

Micropyme: Y un kilo de pan y media docena de facturas \$180, más o menos 200 pesos.

Investigador: Tal cual. Y más o menos. No sé. Entiendo que el flujo de gente es distinto según los días. Pero en promedio, ¿cuántas personas vienen al local?

Micropyme: No sé cuántas ventas por día o cómo decirlo. Hay días en que hay 60, 100 personas.

Investigador: Ah es un montón la gente que viene.

Micropyme: Claro, si es que hay un montón de cosas. Si o 35/40 personas por día. Pasa que algunos se llevan 2 facturas ponele.

Investigador: Claro, sisi, ni hablar. Es verdad. Si. ¿Y tenés posibilidades de generar ahorro, o expansión o de mayor inversión?

Micropyme: No, justo, ahí al día.

Investigador: Está complicado...

Micropyme: Si... Es al día, y más ahora...

Investigador: Si... ¿Empleados tenés? ¿O son solo vos y tu mujer?

Micropyme: No, solo nosotros dos.

Investigador: Bueno, ya habíamos hablado un poco, pero lo repaso: ¿cuenta en un banco tenés?

Micropyme: No.

Investigador: ¿Nada? ¿Nunca tuviste?

Micropyme: Si, como tener tengo, particular.

Investigador: Ah, claro. Tal cual. ¿Pero no le das un uso habitualmente?

Micropyme: No no no, la tengo particularmente porque la tuve que abrir una vez y sacar un préstamo y quedó la cuenta ahí y bueno, ahí está la cuenta.



Investigador: Bien. ¿No acostumbras a usarla entonces?

Micropyme: No, pero voy a tener que empezar por el tema del débito y eso. Vamos a tenés que empezar.

Investigador: Bien buena, la pregunta siguiente era ¿qué medios de pago aceptas? ¿Sólo efectivo me habías dicho?

Micropyme: Por ahora sólo efectivo. Pero la mayoría de la gente ya está familiarizada con el QR.

Investigador: ¿La gente viene y te lo pide?

Micropyme: Nono, la gente no.

Investigador: Pero vos, vos simplemente te das cuenta de lo que la gente utiliza. O sea, ¿cuál sería tu motivación para habilitarlo?

Micropyme: Vos ves que la gente lo usa. Ponele el QR de Mercado Pago, es lo que vos ves.

Investigador: Así que bueno, ¿estás en vías de tratar de hacerlo en algún momento?

Micropyme: Si porque la gente no te los pide, porque es mínima la compra.

Investigador: Claro, también por eso te preguntaba el monto promedio, que tiene que ver con eso, que si es 200 que tenés en la billetera. Capaz que más no.

Investigador: Y tu experiencia con la cuenta del banco y eso, ¿fue buena, fue difícil? O sea, ¿lo entendés? ¿Lo llevas más o menos?

Micropyme: No, fue buena. Fue buena. La verdad que fue buena.

Investigador: Vos fuiste, hiciste un pedido, la tenés ahí. Si tenés que administrar algo en la cuenta...

Micropyme: Esa cuenta nació porque tuve que sacar un préstamo. Saqué un préstamo una vez y quedó la cuenta ahí.

Investigador: ¿Pero no depositas plata o haces movimientos de cuenta?

Micropyme: De vez en cuando un movimiento, pero nada.

Investigador: Claro, era como entender si le das la usabilidad que... te sale darle uso, si es que lo necesitas. Obviamente, si no estás habituado a usarlo.

Micropyme: Si te habitúas, te habitúas, no hay problema. ¡O sino pregunto! Y en mi caso yo más pregunto, entonces vas aprendiendo.

Investigador: Esta pregunta va del lado de Mercado Pago, si ¿consideras que puede como aumentar tu cultura financiera, tu nivel de conocimiento?

Micropyme: Puede llegar a aumentar. Es una posibilidad de aumento de ventas. Mucho no lo requieren, casi nadie te pregunta, a veces alguno lo necesita. Si fuese capaz un monto más grande de compra a la gente sí le sirve. Alguno podés enganchar.

Investigador: Claro, cuando hacen un pedido grande, un evento...

Investigador: Después, respecto a lo que es la educación financiera, ¿conoces por ejemplo los medios de ahorro que te pueden facilitar el banco como plazo fijo u otro... más o menos conoces?

Micropyme: Si si, más o menos tengo un conocimiento, se que existe y que lo podés ir a usar. Para los ahorros.

Investigador: Claro, bueno. Ya está. Era solo eso. Muchas gracias.

## **Entrevista 10**

Dueño de emprendimiento de género masculino, del rubro verduras y frutos secos, 28 años de edad, ubicado en el barrio de Flores. Entrevistado el 8 de noviembre de 2020.

Investigador: Bueno, lo que yo no sé bien es ¿cómo es tu negocio? ¿me contás?

Emprendedor: Bueno, dale, mira, yo más que nada me dedico al comercio. Compra y venta de frutas y verduras por mayor. Ahora agregamos una sección de frutos secos. Ahora que está de moda la onda fit, así que aprovechamos ese nicho y estamos tratando orientarnos un poco hacia el área de los congelados. O sea, nos vemos en la dificultad que hay hoy en día para vender, la competencia acá y en mi rubro por lo menos. Entonces tratamos de pandeo más un poco y ver si podemos satisfacer más necesidades de los clientes.

Investigador: Bueno. ¿En qué barrio estás?

Emprendedor: Yo viví toda mi vida en Almagro, pero hoy en día vivo en Flores, Capital Federal.

Investigador: ¿Y el negocio lo tenés localizado ahí?

Emprendedor: Voy por todos lados, el negocio es sin un lugar físico, es más que nada una especie de logística de reparto. Me vi en la necesidad, o mejor dicho, no tuve la posibilidad de tener un capital como para poder invertir en un alquiler o en un local o algo, entonces traté de idearme algo que sea lo más económico posible, no se, con la compra de un rodado, poder hacer un laburo en el cual aparte, al no tener un lugar físico, no necesitas habilitación.

Investigador: ¿Y por qué barrios te movés?

Emprendedor: Mira, en su momento, cuando no había mucha demanda: hacia Capital y Gran Buenos Aires y la verdad es que he llegado y ya hasta La Plata, General Rodríguez. Bastante alcance, donde nos llamaban, íbamos siempre y cuando nos sirva el dinero. Tampoco soy el mejor comerciante porque me encariño. Es algo raro lo que voy a decir, pero apuesto a un negocio más vinculado que a un negocio más comercial, estrictamente dicho, digamos. O sea, que mi servicio comprende no solamente llevarte las verduras sino brindarte una buena atención.

Investigador: ¿Qué edad tenés?

Emprendedor: Actualmente tengo 28 años, voy a cumplir 29 en un mes más o menos.

Investigador: Bien y ¿nivel de estudios?

Emprendedor: Tengo primario y secundario terminado y una carrera por terminar el último año, una carrera terciaria. Educación física.

Investigador: Muy bueno. ¿Este negocio es tu fuente de ingresos principal?

Emprendedor: Exactamente. Digamos que vivo y todo, la totalidad de mis ingresos es de este empleo.

Investigador: ¿Y es la principal fuente de tu hogar?

Emprendedor: En este momento, es más o menos 50 60 por ciento. Pero en su momento ha sido un 100 por ciento.

Investigador: Bien. ¿Sos el dueño?

Emprendedor: No, no por el momento. Desde que empecé hasta ahora soy el único dueño y esclavo.

Investigador: ¿Y hace cuánto tiempo que haces esto?

Emprendedor: Y van a ser casi, tengo registro en AFIP en el 2017, pero un poquito antes, porque ya iba formalizar algo que era un poco más serio, quizás 4 años, 4 años y medio.

Investigador: ¿Qué medios de venta utilizas?

Emprendedor: Mira, la cuestión empezó así, que todo este emprendimiento es una migración de otro que ya tenía cuando empecé como emprendedor por primera vez. No sé si es interesante para trabajo, pero sí que te puedo contar igual rápidamente. Decidí que tengo que hacer algo por mí mismo, porque si no regalas tu trabajo y no me gusta que no me paguen lo que me corresponde. Puse una agencia entre comillas de delivery. Entonces yo contrataba a las personas y las asignaba a un local, que le cobraba una comisión. Es que antes de que llegue pedidos ya, era la movida que se hacía en su momento. Pero bueno, nada. así empecé, me fui expandiendo. Después empezó a meterse el sindicato de las motos, me apretaron y decidí salir del medio. Así que un día, en una de las pizzerías donde yo tenía las motos vi que compran verdura, en ese caso el cajón de tomate y le pregunto, ¿cuánto pagas el cajón de tomate? Bueno, ese momento me había dicho \$300. Digo, cuánto estará en el Mercado Central, me fijo está \$100. Listo, le puedo cobrar \$100 más y está. Así empecé. Y cómo es el boom para, digamos, convertirme. Creo que fui uno de los pioneros en vender verduras por MercadoLibre lo el único al principio. La gente ponía bolsa de papa en MercadoLibre y salía mi publicación. Empecé a poner más publicaciones, y a mayor cantidad de publicaciones, mayor cantidad de visitas. Una publicación de papá, una de zanahoria, una de zapallito... Cuestión empecé a tener complicaciones, y empecé a tratar de poner ciertas restricciones, de tamaño del pedido, de zonas, porque sino no me rendía... Decidí dar de baja MercadoLibre y se empezó a mover todo por boca en boca. Uno me recomendó con otro y así y la verdad que nunca hice mucha publicidad de lo que yo hago, siempre me fue bien con el boca en boca y con MercadoLibre, cada tanto volvía y

agarraba clientes grandes. Lo malo es que MercadoLibre se volvió de repente un monopolio, empezó a tener muchas restricciones, muchas comisiones, muy altas y ya no era rentable. Después empecé una campaña por Facebook, mismo problema, localización. Así que esas fueron las barreras después, bueno, ahora realmente lo que estoy haciendo, le estoy dando vuelta y estoy por lanzar una página web en la cual la gente pueda visualizar los precios. Otra cosa, en contra de este rubro es que las verduras y frutas los precios bajan y suben constantemente. O sea, el mercado es muy volátil entonces de hoy a mañana el precio puede variar, quizás entre 10 a 100 pesos. Entonces es difícil manejarlo... Entonces es muy complejo manejarlo. La verdad que estoy tratando de ver como hago para poder lanzar una página web con los precios colgados las 24 horas al día actualizados. Pero bueno, nada, estamos trabajando en eso.

Investigador: Para iniciar ¿usaste ahorros, pediste un préstamo?

Emprendedor: La verdad es que al principio, quizás unos mangos, uno tiene para comprar una bolsa de papas y sacar la diferencia. Pero la verdad que en mi crecimiento la gran financiadora de todo esto fue mi madre, la cual le pedía el sueldo, pero bueno, después se lo devolvía. El crecimiento fue wow, o sea, el año pasado facturaciones de 150 ganancia neta por mes. Fue un cambio muy zarpado, fue algo también difícil de manejar. Pero bueno, nada. Por suerte se pudo manejar bien. Superamos esta crisis más o menos bien gracias a un fondo que pude hacer. Otro tema es el del crédito en el mercado central. Hoy en día voy al y saco 100 lucas y después lo pago.

Investigador: Y los pedidos, ¿más o menos de cuánto es una compra promedio en valor?

Emprendedor: ¿El ticket promedio de la gente? En este momento es distinto que antes de la pandemia. Antes de la pandemia yo estaba orientado a bares y lugares que compran por mayor, cervecerías, hamburgueserías, no empleaba mucho la gente doméstica porque me traían este problema, de que me pedían una sola cosa y la verdad que quería aprovechar mi tiempo para vender más. Pero los bares consumían más o menos un promedio de 10 bolsas por semana, que serían unas 40 vueltas al mes aproximadamente era bastante.

Investigador: Y, o sea, ¿cuánto te tienen que pagar a vos la persona que te compra?

Emprendedor: Ah, en su momento en la bolsa valía algo así como 500 pesos la bolsa. O sea que era más o menos cinco mil pesos por semana por clientes.

Investigador: ¿Y hoy como es? Que tenés más clientes particulares...

Emprendedor: Y claro, lo que yo noto hoy en día es que quizás la gente se une más para comprar y equiparan un poder de compra de un local, se juntan varias familias y compran bastante. Unos 5, 6 7 bultos. Así que está copado eso. Pero también yo creo que hoy en día el ticket promedio esta eso... es bastante complejo porque casi todas las verduras y frutas valen mil pesos la unidad, la unidad de cajón o la bolsa. Así que yo creo que más o menos una compra promedio de cerca de 3000 pesos aproximadamente. Ahora que se mueve un poco más. Cuando apenas empezó a pandemia nada era una luca por semana. Todo muy frenado. Y ni hablar que estuvimos dos meses, o sea sin abrir. Estuvieron dos meses de nada.

Investigador: ¿Y más o menos cuántos pedidos haces por día?

Emprendedor: Entre las dos áreas que manejo ahora, porque me separo por día, martes y jueves entrego frutos secos, los miércoles y viernes entrego verdura. A veces se mezcla todo obvio, pero mira más o menos entre de diez a quince pedidos por día. Los lunes generalmente descanso y los domingos también. A veces laburo los sábados y a veces no.

Investigador: ¿Y te permite generar ahorros y expandirte un poco?

Emprendedor: La verdad es que esta es una pregunta bastante interesante. Es una cuestión muy controversial porque en su momento cuando me bajaba la cantidad de laburo empezaba a hacerle fletes con mi camioneta a la gente del mercado central. A mí iba más temprano de lo que era mi reparto, sacaba un par de verdulerías. Entonces quizás hacía tres días de fletes, yo salía con mi reparto y generaba más ingresos. Después me empezaba a ocupar más tiempo el trabajar para genera más ingresos, pero a la larga me daba cuenta que quizás no era tanta la ganancia porque perdía mucho tiempo, digamos. Ahora valoro el tiempo y prefiero laburar menos y más productivamente y aprovechar ese tiempo para poder instruirme en otra cosa y hacer un poco ejercicio y mantener mi mente un poco mejor.

Investigador: Más saludable. ¿Tenés empleados?

Emprendedor: No, no, no, por el momento no y tampoco quiero tenerlos porque bueno, entiendo que es un quilombo. Pero bueno en un futuro me veo inminente contratando gente porque la idea es expandirme hacia elaboraciones de productos con verduras. Y hoy en día

al haber menos bares porque cerraron montones, hay más competencia todavía, entonces y la gente sale a laburar por dos mangos, y dejás de estar en una posición de desventajas.

Investigador: ¿Sos cliente de alguna entidad bancaria? Banco público, privado...

Emprendedor: Sí, sí, la verdad que durante mucho tiempo estuve desbancarizado, pero me di cuenta de que tarde o temprano lo tenés que hacer porque digamos, es muy necesario tener una cuenta en un banco. Hoy en día es muy indispensable por un montón de cuestiones, así que trabajo con Santander Río.

Investigador: ¿Y qué usabilidad le das?

Emprendedor: Mira, la verdad que para lo único que usaba al banco era porque yo tenía un cliente muy grande que me hacía transferencias. Necesitaba que me depositen la plata en algún lugar porque no manejan efectivo, más que nada para ya entrar en las grandes ligas, con clientes grandes, que te pagan tantos días... Por eso más que nada. Igual olvidate que prefiero hacer los negocios en negro más que en blanco. Igual soy monotributista.

Investigador: La interacción sobre la cuenta, en particularmente era más que nada con un proveedor y vos, por ejemplo, ¿el proveedor te pagaba y vos automáticamente ibas y sacabas el efectivo, o lo dejabas ahí?

Emprendedor: Entiendo, sí. La verdad que al principio no tanto, pero después empecé a utilizarlo un poco más. Hoy en día hago todos los pagos que puedo, o sea, siempre que me entra plata la cuenta en vez de ir sacar la trato de trasferir yo también, he pagado a proveedores con transferencia bancaria. En su momento pensé en hacer un plazo fijo algo, pero la verdad que no me inspira mucha seguridad, no porque sea Santander Río, sino que creo que los bancos en cualquier momento pueden ir fracaso. La verdad que hoy en día prefiero invertir en criptomonedas, bitcoin. Y bueno, la volatilidad es muy alta, pero el rendimiento es mucho más superior a parte, específicamente en Bitcoin es una moneda que viene bastante fuerte. Pero digamos, tiene gran futuro según la gente que sabe. A ver, no sé yo tampoco no tengo mucho poder de ahorro hoy en día, pero compro un par...

Investigador: ¿Y compras y ya es un ahorro que quedo en Bitcoin? ¿O lo vendes?

Emprendedor: Claro, exactamente. No, mira una si la invierto en otras criptomonedas que son de menor valor que por ejemplo, no valen menos de un centavo de dólar. Pero bueno,

a ver, pongo 500 mangos en una cripto que vale menos de un centavo de dólar. Y me compré 100 y la dejo si termino perdiendo no son nada de acá a dos años 500 pesos. Y si digamos que de acá a tres años vale un dólar cada una, olvidate.

Investigador: Muy bien, muy bien. Te adelantaste a la pregunta de los medios de ahorro, pero bueno... Bueno, la respuesta se fue por el lado de la criptomoneda, porque me comentabas sobre el uso de la cuenta, y ¿las compras a través de transferencias?

Emprendedor: Claro, la moneda se compra a través de un broker internacional, el cual lo fondeó desde la cuenta al banco. Pero bueno, es necesario hoy en día tener una cuenta para poder fondear estos broker, para hacer estas transacciones, o con el dólar, rulo y todas aquellas que están de moda, digamos...

Investigador: Aceptas, bueno me dijiste transferencias, pero ¿otros medios de pago?

Emprendedor: Si, en su momento me manejé mucho Mercado Pago. Actualmente estoy tratando de restringir las transferencias por Mercado Pago por un tema de AFIP hilando fino y poniéndome al día con unas cuestiones. Pero si es posible, siempre es mejor efectivo. Yo creo que mientras más se pueda escapar al sistema, mejor se va a estar. El sistema está preparado para que la gente que se preparó para eso lo entienda. Entonces quizás un emprendedor tiene que contratar un contador, tiene que contratar a alguien que no se, todo tipo de cuestiones de especialistas, y se convierte en un gasto. Después hay gente que dice no, bueno, ya me las sé todas, pero después terminan con una deuda impresionante en AFIP.

Investigador: Bueno, ¿qué fue lo que te motivó a habilitar Mercado Pago?

Emprendedor: No, la realidad es que todo empezó, como te dije, vendiendo con MercadoLibre, y MercadoLibre y Mercado Pago es la misma entidad, me depositan la plata en Mercado Pago automáticamente con la compra mercado libre. En ese momento yo simplemente me transfería el dinero de Mercado Pago a mi cuenta bancaria y para eso también necesitaba una cuenta bancaria. Entonces para sacarle el dinero desde Mercado Pago y después la aplicación Mercado Pago también se actualizó un poco, se puso las pilas y ahora básicamente es una super modalidad que está muy buena. Que la recomiendo porque se puede pagar de todo. Lástima las comisiones que empiezan a cobrar, siempre te están abrochando y yo creo que esto les va a costar caro porque la gente no tiene un



mango. Pero te das cuenta que es muy necesario, se hizo muy vital Mercado Pago, al poder pagar celular, la factura de teléfono y todo de ahí... ¡La verdad que el que lo pensó un crack!

Investigador: ¿Y recibís muchos pagos por ahí? ¿O solo venía por el lado de los de MercadoLibre?

Emprendedor: Mira, en su momento solo MercadoLibre, después hasta hace poco debido a la medida que yo quise tomar. La gente está muy metida con Mercado Pago viste, así que la verdad que sí se usa bastante. Y sí, si no tuviera ningún problema o miedo con la AFIP lo usaría mucho más. Es más, en la página web, vamos a poner que sea siempre Mercado Pago, porque me parece que lo bueno de comprar desde internet, desde tu celular y siempre que puedas usar solamente un medio virtual. Pero bueno, como Mercado Pago ya se ha cruzado con AFIP, hay que tener mucho cuidado por es que me estoy poniendo en orden.

Investigador: ¿Qué usabilidad le das a Mercado Pago? Ponele botón de pago o envío de dinero... ¿Y si vos lo usas para consumo personal, hacer pagos y también para recibir?

Emprendedor: Mira, la realidad es que envío dinero a full es la que va, que recomiendo a todo el mundo al que no conozco también, nos ahorramos la comisión. Ahora están empezando a cobrar comisión con envío de dinero también. Pasa que con el link de pago viste, te cobra una comisión y la otra y la otra y ahora te hace firmar una declaración jurada. Supuestamente, no se cuanta validez tendrá, de que le envías dinero a un amigo o familiar.

Investigador: ¿Crees que el uso de Mercado Pago profundizó tu cultura financiera?

Emprendedor: Buena pregunta. Yo creo que sí. En parte sí, una historia con mi mama que ella maneja solamente bancos y le costó un poco el cambio a Mercado Pago pero lo fue entendiendo y le fue gustando más. Yo creo que si amplía la cultura financiera. Yo estaba un poquito más canchero en el tema, pero lo que estoy viendo que es que se puede fondear ahora los Broker con Mercado Pago, creo que se están metiendo en la movida, es la que viene viste.

Investigador: ¿Consideras que los medios de pago digitales influyen en la inclusión financiera?

Emprendedor: Yo creo que sí, yo lo que creo es que Mercado Pago es ambiguo, incluye a la gente, pero también va a excluir a un montón de gente. Hay un montón de gente que quizá no tienen la capacidad para resolver esas cuestiones y ni tiene gente cerca que le pueda resolver esas cuestiones. Entonces yo creo que va a ser una brecha que se va a marcar entre la gente de clase media para arriba, la gente de clase baja o muy baja entre la gente de clase baja para arriba y la gente de clase muy baja que no tiene acceso, digamos, al celular o que apenas tiene acceso a un celular que no soporta aplicaciones y esas cuestiones. Pero sí creo que hay que incluye y que a la vez, digamos, excluye.

Investigador: ¿Y qué medios de ahorro utilizas?

Emprendedor: Mira, en su momento usaba dólares. El que se usa siempre, ¿no? En Argentina, somos el segundo país con más dólares. Hay ciertos rumores de que el dólar cae porque bueno, según algunos que saben, el dólar se apoya en la deuda y la deuda está reventada mal. Hay uno que escuché que dice que lo único que le da valor al dólar es que todos queremos dólares, o sea, el día que uno de los no quiere más dólares o que todo el consenso público no los quiera, no van a valer más.

Investigador: Bueno, ya estoy, yo terminé todas las preguntas, fue bastante larga pero bueno, mil gracias.

## **Entrevista 11**

Matrimonio dueño de micropyme de género femenino y masculino, del rubro fábrica de pastas, ambos de 52 años de edad, ubicado en el barrio de Parque Chacabuco. Entrevistada el 11 de noviembre de 2020.

Investigador: ¿Qué edad tenés vos?

Micropyme: 52.

Investigador: ¿Y tu marido?

Micropyme: También.

Investigador: ¿Qué nivel de estudios tienen?

Micropyme: Yo terciario y mi marido secundario.

Investigador: ¿Y la fábrica de pastas es la fuente de ingresos principal del hogar?

Micropyme: No. En este momento no. Yo soy docente y mi marido es asesor gastronómico.

Investigador: ¿Son los dueños de la fábrica de pastas?

Micropyme: Sí.

Investigador: ¿Hace cuántos años que trabajan en esta actividad? ¿Que tienen este local?

Micropyme: A esto hace 20 años y este local seis.

Investigador: ¿Y en algún momento sí fue la principal fuente de ingresos?

Micropyme: Si. Antes. Ahora lo reabrimos por la cuarentena.

Investigador: ¿Para abrir el local tuvieron que recurrir a ahorros o acceder a un crédito?

Micropyme: Si a un préstamo, pero un préstamo familiar.

Investigador: Ah bien. ¿Tenés más o menos una idea del valor promedio ventas que tienen?

Micropyme: Y... alrededor de 400 pesos será la compra promedio.

Investigador: ¿Y tienen el local abierto de lunes a lunes, de martes a domingo?

Micropyme: Antes si, de martes a domingo, pero ahora lo tengo abierto de miércoles a domingo, por lo de la pandemia. Menos horas que antes.

Investigador: Y el flujo de gente que viene: ¿cuántas personas vienen por día?

Micropyme: No es uniforme. Hay días que vienen 3 personas y hay días que vienen 50 personas.

Investigador: Claro, el fin de semana... ¿y en promedio semanal aproximadamente?

Micropyme: 30 personas.

Investigador: Ok, ¿tienen empleados?

Micropyme: No, mi marido y yo. Mi hijo el más chico también nos ayuda.

Investigador: ¿Disponen de una cuenta bancaria?

Micropyme: Yo no, la tenía y la cerré. Daniel sí.

Investigador: ¿Es en un banco privado o público?

Micropyme: Banco privado.

Investigador: ¿Las alternativas de pago que tienen son..?

Micropyme: Débito y efectivo.

Investigador: ¿Y más o menos cuál es el porcentaje o la distribución?

Micropyme: Y más o menos es 50 y 50, según el día, según muchas cosas.

Investigador: Y el uso de la cuenta bancaria, ¿tienen una dinámica recurrente? o no se, ¿sacan el efectivo directamente a principio de mes?

Micropyme: No, no sacamos nunca el efectivo. Lo usamos para hacer transferencias para pagar servicios, para pagar la tarjeta. Pero algunas cosas se pagan en efectivo, los insumos de las fábricas de pastas son casi todos en efectivo. Entonces siempre tiene que tener efectivo. Pero como tenés una parte que cobras acá en efectivo, entonces con eso pagas. Y con lo del banco lo usas para pagar lo que se puede pagar así con transferencia.

Investigador: ¿Y qué los motivó a habilitar el medio de la tarjeta de débito?

Micropyme: La obligación.

Investigador: Por regulación, tal cual. Y por parte de los clientes: ¿notan que lo demandan? ¿O en general vienen con el efectivo?

Micropyme: No, hay gente que está acostumbrada a pagar en débito y gente que está acostumbrada a pagar en efectivo. Mientras no nos pedían que cobremos con débito nunca cobrábamos con débito, porque te cobran. El banco te cobra y no te deposita la plata, y vos a la gente esto no se lo podés trasladar. No les voy a decir que a vos te cobro más porque a vos te está cobrando un 7, 8 por ciento y ni siquiera la plata es automática. A un cliente se lo descuentan en el momento, pero a vos te lo dan en 15 días y a veces 20 por ponertelo. Y en un país como éste. Con inflación, 15 días representa que la harina que pagaste por

decir 5 pesos en 15 días no sabes si va a estar 5. Y cuando hay hiperinflación. Vos sos muy jovencita, pero en la época de Alfonsín o en el 2001, que yo ya tenía negocios, otro tipo negocio, a vos un día y perdías el local. O sea, era inviable poder cobrar con débito. Aparte esto del débito es ahí, porque anda a avellaneda, anda a once. Andá a un chino. Se paga todo en el efectivo. Y esos negocios mueven plata. No es que un negocito de barrio como este. Esa es la realidad.

Investigador: No, tal cual. ¿Y la experiencia para lo que fue la habilitación?

Micropyme: Traumática, traumática. No sé si ahora como estamos cómo lo están manejando. Todo lo que fabricación lleva una habilitación distinta al resto de las cosas. Necesitas un impacto ambiental, es decir el impacto que va a producir lo que vos fábricas en el ambiente. Ahora: ¿todos la tienen? No, pero si querés tener las cosas bien, la tenés que tener. Yo estuve 16 años allá frente. Ahí estuvimos fácil ocho años para terminar una habitación. Acá la terminamos en dos años y pico. O sea que estuvimos ilegales. O sea, con inicio de la habilitación, pero eso no te habilitaba. Imagínate, una persona alquila si puede estar dos años y medio hasta que le sale eso pagando el alquiler. O sea que es una locura. Eso tendría que ser cosa de meses, dos o tres meses y habilitar. que venga la inspección, que revise lo que tenga que revisar. Y así y todo, una vez que habilitas, que ya tenés el papelito, te cambian las reglamentaciones. Algunas son viables, otras son estupideces que jamás podés hacer, como no se, lavar la pieza de fabricación hasta los techos una vez al día.

Investigador: ¿Y Mercado Pago no tienen?

Micropyme: No, no tengo todavía, y ahora pusieron un impuesto nuevo así que lo iba a poner pero no lo voy a poner.

Investigador: ¿Y ven en la demanda que la gente lo pide?

Micropyme: Y alguno que otro lo pidió. Pero les dijimos tenemos débito y usaron o pagaron en efectivo. Lo íbamos a poner. Pero aparte, te retienen la plata y este es un país... que en otros países eso es normal, donde vos podés tener la plata acá o allá y ni se te ocurría pensar que el día de mañana no te lo van dar. Pero en ese país es todo tan retorcido que vos decís: no quiero tener nada en ningún lado, lo quiero tener yo lo que tengo, ¿viste? A mí me pasa con mi sueldo de docente, yo no lo cobro nunca. Está ahí en el banco, uso la

de débito. Como consumidora uso la de débito. Entonces se me acumulan los sueldos, porque yo no lo uso todo y menos ahora. Y mi marido me dice: “¿por qué no lo sacas? porque esto en cualquier momento explota...” Y es verdad, no es mucho pero son un par de sueldos. Fui al Ciudad y solo me dejan sacar de a 20 mil.

Investigador: Claro, que mal eso. Bueno, ¿consideras que el uso de medios de pagos digitales, o el uso de las transferencias contribuye a lo que es la inclusión financiera?

Micropyme: Sí, pero eso es su negocio para todos los que manejan esas cosas. Porque nadie lo hace gratis. Entonces, si no se lo descuenta al consumidor se lo descuenta al que lo va a cobrar. O sea, más vale que te lo van a cobrar, porque el banco tiene empleados, tiene un gasto y no va a trabajar gratis, pero es como que yo creo que en otros países por lo que vi cobran menos. Acá es distinto. Como que siempre utilizan para tratar de joder a la gente. Acá en el banco mi cuñada me dijo que no le aceptaba los dólares con cara chiquita y yo en enero de fui a Nueva York, los junté todos con miedo a que no me los acepten y me los tomaron.

Investigador: Me queda la última, que es respecto al conocimiento de alternativas de ahorro bancarias, o a través de tu cuenta, ¿si conoces cuáles son los productos para el ahorro que ofrecen? ¿Si les dan un uso, los conocen, cómo se usan?

Micropyme: Sacando esto que te digo que no saco la plata del banco por un tema de que uso la tarjeta de débito, jamás ahorraría en un banco.

Investigador: Okey. O sea, por ejemplo, vos tenés la plata en tu caja de ahorro, pero ¿no la pones en un plazo fijo?

Micropyme: No no, jamás. Tenemos familiares que lo han hecho. Su mamá, mi tía, decí que no perdieron todo. Con el corralito, el otro corralito, la hiperinflación. Quién sabe si a otro país le pasa lo mismo. Nunca escuché que haya pasado semejante barbaridad como acá. Jamás se me ocurriría ahorrar acá. A veces te tientan porque ahí nos dan mucho interés. Pero eso siempre es darte para después... Cuando fue lo de Alfonsín en el 89, o en el 2001 era así. O cuando Macri se fue. Te daban los intereses... Y después, la gente lo perdió todo. Entonces acá hay que ser iluso para poner plata en el banco, o por no tener memoria. Mientras no cambie la forma de vida, la forma que tenemos los argentinos. Decimos nosotros que son corruptos, nosotros somos corruptos porque elegimos corruptos, sean del

partido que sea. Entonces apoyamos corruptos, entonces, mientras sea así, no podés confiar en tu país.

Investigador: Y entonces, a la hora de ahorrar, como sabes que los pesos pierden su valor: ¿compran dólares? ¿compran bienes?

Micropyme: Compras bienes o dólares, o lo que puedas, hasta una bicicleta. Y yo creo que toda la gente hace eso. y el que no lo hace porque no accede, ni siquiera eso. O sea, es claro que hay quienes no tienen capacidad de generar ahorro. Mismo los jóvenes. Porque hay dos formas, creo yo, de lo que ha pasado. En nuestro caso, por la corrupción de este país y por los malos lineamientos económicos. Y hay países como Japón, ponele, u otros, que los jóvenes sobre todo no es que no tienen capacidad de ahorro, lo que no tienen es capacidad de acceder a una vivienda o acceso a un auto, que lo compran entre cinco generaciones, entonces prefieren gastarla en el hoy la plata. Pero es distinto. No es porque yo vaya a tener los problemas nuestros, sino porque es inviable y mismo ahora mismo como hace un pibe de 20 o 25 o 30 años, si no lo ayuda la familia para comprarse un departamento, es inviable. ¿Cómo junta cien mil dólares a una persona que gana 35 mil pesos?

Investigador: No, es inviable.

Micropyme: Pero bueno, el tema de la vivienda creo que es a nivel mundial. Yo estuve en Ámsterdam. La gente que toda la vida tuvo la casa, aumentaron tanto los impuestos porque es tan turístico que la gente se tiene que deshacer de su propia casa y salir a las afueras para poder vivir, o alquilar esas casas para pagarlas. Y esa gente ya la tenía, ni hablar de los que tienen que comprar.

Investigador: Exacto. Bueno muchas gracias.