



**Universidad Argentina de la Empresa**

Trabajo de investigación final

**“El método de financiación de *crowdfunding* como solución posible a la financiación de los proyectos de emprendedores y Pymes de la República Argentina”**

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Turno: Mañana

Docente: Vanessa Welsh

Integrantes: Bongiorno Tomas (LU: 1066244), Rodriguez Tomas (LU: 1067478, Villaflor Joaquín (LU 1072553)

Año: 2019

Lugar: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

## AGRADECIMIENTOS

Queremos en primer lugar agradecer a nuestra tutora durante todo el trabajo, Sandra Vanessa Walsh, que siempre mostró su predisposición para ayudarnos.

Luego, queremos darle las gracias a Alan Lerner, profesor en UADE y experto en Management en KPMG, quien nos orientó a la elección del tema y el planteamiento del problema y objetivos.

También hacer una mención especial al entrevistado Santiago Mignone, Socio Presidente en PWC, quien además de darnos una entrevista, nos facilitó el contacto con Tomas Taussig (co-creador de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor), al que también agradecemos.

Luego, a Javier Epstein por habernos brindado nuestra primera entrevista y a todos aquellos que realizaron la encuesta referente a la investigación.

Por último, queremos agradecer a familiares, amigos y hasta compañeros de trabajo por el apoyo constante durante los meses de investigación.

## RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación final se centró en la problemática que resulta el acceso a financiación de proyectos para emprendedores y *startups* en Argentina siendo esta cada vez más difícil ya que los bancos presentan tasas elevadas de interés además de la complejidad en la documentación a presentar. Asimismo, Argentina presenta un alto grado de la población involucrada a la actividad emprendedora, y además la mayoría de la actividad económica es llevada a cabo por pequeñas y medianas empresas. La solución propuesta en el presente trabajo para esta problemática es el método *crowdfunding* para así acceder a capital.

Se tuvo como objetivo principal de este trabajo de investigación final estudiar el modelo de *crowdfunding* como alternativa de financiación para proyectos *startups* y sus distintos tipos. A su vez también se tuvo como objetivos secundarios describir el funcionamiento del *crowdfunding* en el marco del emprendedor argentino, estudiar la regulación actual en Argentina y su proyección a futuro, entre otros. Para cumplir con los mismos se decidió tomar una metodología de estudio del tipo cualitativa, descriptiva, no experimental. Esto consistió en un trabajo de campo en el que se realizaron entrevistas, se relevaron encuestas y se seleccionaron diversos artículos periodísticos de la actualidad para analizarlos.

Los resultados finales de este trabajo de investigación final mostraron que el *crowdfunding* es un fenómeno que todavía no está completamente asentado en Argentina pero que todo indica que su crecimiento se va a ir dando a lo largo del tiempo. Es un fenómeno que se encuentra más presente en las generaciones más jóvenes como los *millennials*. En cuanto a la regulación fue un primer paso acertado pero que debería seguir desarrollándose ya que cuenta con puntos débiles. Se llegó a la conclusión que actualmente el *crowdfunding* más utilizado en Argentina es el inmobiliario que desarrollan plataformas como Crowdium ya que es un *crowdfunding* basado en recompensa, también el más utilizado actualmente.

**Palabras clave:** *crowdfunding* – emprendedores – financiación – Pymes – financiamiento colectivo

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>MARCO TEÓRICO</b>	8
Capítulo 1: Financiación de emprendedores mediante <i>crowdfunding</i>	
Introducción	8
1.1 Aparición y evolución del <i>crowdfunding</i> hasta la actualidad	9
1.2 Descripción del <i>crowdfunding</i> como alternativa de financiación	10
1.3 Tipos de <i>crowdfunding</i>	13
1.4 Participantes de un proyecto de <i>crowdfunding</i>	18
1.5 Riesgos que conlleva un proyecto de <i>crowdfunding</i>	21
1.6 Pasos para llevar a cabo un proyecto de <i>crowdfunding</i>	22
Conclusión	25
Capítulo 2: Ecosistema de <i>crowdfunding</i> actual en Argentina	
Introducción	26
2.1 Principales <i>FinTech</i> de <i>crowdfunding</i> en Argentina	27
Conclusión	30
Capítulo 3: Regulación actual en materia de <i>crowdfunding</i>	
Introducción	30
3.1 Regulación en Argentina	30
3.2 Comparativa con la regulación en otros países	32
3.2.1 Regulación en España	32
3.2.2 Regulación en Estados Unidos	33
Capítulo 4: Análisis de los instrumentos de investigación	
Fundamentación metodológica	35
4.1 Análisis de entrevistas	40
4.2 Análisis de artículos periodísticos	46
4.3 Análisis de encuestas	52
4.4 Triangulación metodológica	59
<b>CONCLUSION</b>	62
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	65
<b>ANEXOS</b>	68

## INTRODUCCIÓN

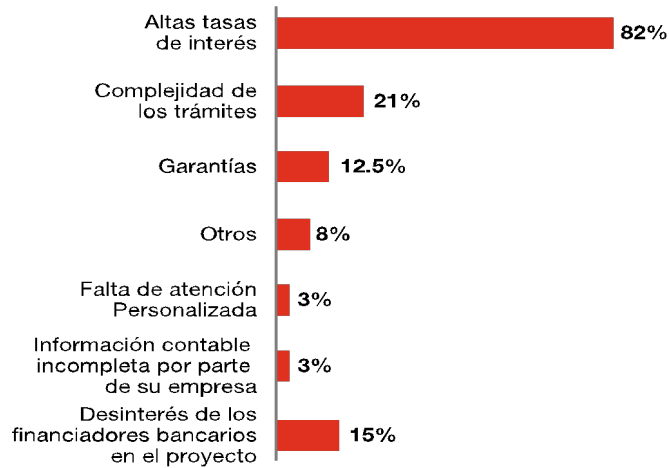
En la actualidad el acceso a la financiación de proyectos para emprendedores y *startup* en la Argentina es cada vez más difícil, ya que los bancos, forma tradicional de financiarse, presentan tasas elevadas además de la complejidad en la documentación a presentar para poder tener acceso a la financiación y el capital disponible en el mercado es restringido.

Según una encuesta realizada por PWC Argentina, en febrero de 2019, el impacto de la devaluación, la presión tributaria y las altas tasas de interés han golpeado fuertemente la competitividad y el crecimiento sustentable de las pequeñas y medianas empresas durante el corriente año.

En materia de financiación, según la encuesta, debido a las tasas de interés asfixiantes en los últimos meses de 2018 y principios de 2019, causaron que 7 de cada 10 empresarios encuestados se financiaran con capital propio o dilatando el pago de sus obligaciones. Se evidenció una desconexión entre el sistema bancario y el sistema productivo.

Los principales problemas que surgieron de la encuesta, como puede ser vistos en la Figura N°1, fueron: altas tasas de interés, complejidad de trámites, garantías, falta de atención personalizada, información contable incompleta por parte de la empresa y desinterés de los financiadores bancarios en financiar el proyecto, entre otros (Figura N°1)

Figura N°1: Principales problemas para acceder a la financiación bancaria



Fuente: “Encuesta a Pymes de PwC Argentina: Balances y perspectivas 2019”. (PwC, 2019)

Según Torres Carbonell (2018, pp.57), “Argentina es un país con un alto porcentaje de su población activa involucrada con actividad emprendedora. Esto surge de analizar el lugar que ocupa entre los países que forman parte del Global Entrepreneurship Monitor, desde que Argentina forma parte de los 90 países que se estudian desde el año 2000”. Sin embargo, Argentina presenta un ecosistema emprendedor dinámico e innovador, pero con problemas al momento de acceder al capital de riesgo debido a la falta de disponibilidad de financiamiento para nuevos emprendimientos, ausencia de un mercado activo de capital de riesgo, falta de cultura inversora en la población y desconfianza del emprendedor hacia el inversor financiero.

El presente trabajo se va a enfocar en el acceso al financiamiento para los emprendedores y *startups* en el ecosistema argentino actual, proponiendo como solución acudir al método *crowdfunding* para acceder a capital.

El *crowdfunding* se considera un modo alternativo para financiar proyectos empresariales (Kraus, Ritcher, Brem, Cheng & Chang, 2016). Según Lynn (2019, pp.2) se define como “una convocatoria abierta, esencialmente a través de Internet, para la provisión de

recursos financieros con el fin de apoyar iniciativas con fines específicos”. Se posiciona como una solución los problemas de flujos de efectivo insuficientes y una asimetría de la información con los inversionistas acerca de la calidad de la empresa, el mayor desafío para los empresarios es atraer financiamiento externo para su empresa, especialmente al inicio de su actividad empresarial.

El *crowdfunding* surgió para juntar los fondos necesarios para pequeños empresarios que quería comenzar un proyecto específico, quienes recurren a un gran número de personas para recaudar fondos.

El *crowdfunding* ha evolucionado desde el concepto de *crowdsourcing* y representa una dimensión de este fenómeno que incluye la votación de multitudes (*crowdvoting*) y la creación de multitudes (*crowdcreation*). El término *crowdsourcing* se deriva de "multitud de personas" y "subcontratación", que apunta al significado de subcontratar funciones específicas a un grupo de personas externas (Kleeman, 2008). El *crowdfunding* también se relaciona con *microlending*, un concepto que se refiere a la idea de financiar a personas que no tienen acceso a financiamiento convencional de instituciones de crédito.

El *crowdfunding* funciona de forma digital, donde un intermediario a través de una plataforma digital cobra un monto fijo por realizar transacciones entre 2 partes, quienes quieren invertir los fondos con quienes desean invertir en un proyecto.

En base a lo descrito con anterioridad se propusieron las siguientes preguntas para el desarrollo de la investigación:

Principal:

¿Por qué se posiciona al modelo de *crowdfunding* cómo una solución al acceso de capital, quiénes intervienen en el proceso y qué tipos existen?

Secundarias:

¿Cuáles son las plataformas que se dedican a estos proyectos financieros de mayor trascendencia en Argentina?

¿Cuál es su perspectiva futura en el mercado Argentino? ¿Cuáles son las regulaciones existentes en Argentina en relación con la financiación de tipo *crowdfunding*?

Los objetivos de la investigación se describen a continuación:

Objetivo principal:

Estudiar el modelo de *crowdfunding* como alternativa de financiación para proyectos *startup* y sus distintos tipos.

Objetivos secundarios:

Describir el funcionamiento del *crowdfunding* en el marco emprendedor argentino, las plataformas que se dedican a la temática en la actualidad y sus perspectivas para el futuro.

Estudiar la regulación actual en Argentina y su proyección hacia futuro.

La metodología es cualitativa, descriptiva, no experimental, y en cuanto a la utilizada para la realización del trabajo de campo serán entrevistas y artículos periodísticos.

La tesis se estructura en 3 capítulos, el primero de ellos va a tratar la explicación del tema y aspectos relacionados con la información disponible sobre el mismo, el segundo sobre la situación actual del ecosistema argentino en materia de *crowdfunding*, y el tercero sobre las perspectivas futuras y regulaciones existentes acerca del *crowdfunding*.



## MARCO TEÓRICO

# CAPÍTULO I: FINANCIACIÓN DE EMPRENDEDORES MEDIANTE *CROWDFUNDING*

## INTRODUCCIÓN

Un emprendedor es aquella persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocio y en base a ello organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial. Uno de estos elementos que necesita para iniciar y darle forma a su proyecto es el capital.

Se plantea como la posible solución para que los emprendedores y las Pymes de la República Argentina puedan acceder al financiamiento mediante los proyectos de *crowdfunding*. Esto es así ya que el *crowdfunding* se posiciona como un sustituto a las formas de financiación tradicionales cuando estas no son lo suficientemente activas dentro del mercado de capitales de un país. Las plataformas de *crowdfunding* facilitan el acceso a la información, la cual está disponible online, mientras que en los proyectos tradicionales el acceso es más limitado y se requieren procesos más largos y complejos entre las partes para llegar a un acuerdo. El *crowdfunding* también ayuda a los inversores a investigar diferentes posibilidades de invertir su dinero en distintos proyectos en forma online y al mismo tiempo, lo que permite diversificar el riesgo.

El *crowdfunding* irrumpe sobre los inversores ángeles<sup>1</sup> y los capitalistas de riesgo<sup>2</sup>, quienes han servido como solución a la necesidad de capital temprana para las empresas. No solo reemplaza estos tipos de financiación, sino también incrementa el alcance mediante el uso de la plataforma web para buscar inversores.

Este modelo a desarrollar es una gran alternativa al inconveniente que poseen los startups para introducirse al mercado, ya que en reiteradas ocasiones no cuentan con el capital

---

<sup>1</sup> Se llama inversores ángeles a individuos con cierta solvencia patrimonial que ofrecen capital a emprendedores con quien no tienen ninguna relación familiar o de amistad (Torres Carbonell, 2018).

<sup>2</sup> Se llama capital de riesgo a inversores institucionales, tales como compañía de seguro, fondos de pensiones, entidades financieras, fondos de universidades, etc., que deciden invertir porcentajes de sus carteras de inversión en proyectos específicos. Sus inversiones se unen en un fondo común que es administrado por un gerente de comité de inversiones, quien administra los fondos (Torres Carbonell, 2018).

necesario para realizarlo.

Este capítulo estará enfocado a la descripción del significado del término *crowdfunding* como alternativa de financiación, de donde proviene, sus distintos tipos y participantes. Además, una comparación con los modelos de financiación tradicionales para evidenciar sus ventajas frente a estos.

### 1.1 Aparición y evolución del *crowdfunding* hasta la actualidad

En cuanto al surgimiento y evolución del *crowdfunding*, es una forma de financiación colectiva muy reciente, ya que a finales del siglo XX fue cuando se empiezan a realizar los primeros proyectos bajo esta modalidad. Fue en el 2008 cuando se comienza a utilizar este modelo de financiación con el término *crowdfunding*. Los primeros autores en utilizar el término fueron Jeff Howe y Mark Robinson en el artículo “*The rise of crowdfunding*” (2008), un término que expresa la forma de financiar un proyecto en forma colectiva, ya que *crowd*, significa multitud y *funding*, significa financiación (Pérez Torre, 2016).

Según el Banco Mundial, el *crowdfunding* surgió como una alternativa organizada durante la crisis financiera del 2008, principalmente debido a dificultades que artistas, emprendedores y pequeñas empresas tenían para acceder a fondos. La negativa de los bancos a prestar dinero obligó a los emprendedores a buscar financiamiento de otras fuentes. (Banco Mundial, 2013).

Las primeras plataformas que surgieron fueron Kickstarter, Indiegogo y RocketHub en 2009.

Kickstarter es el sitio de *crowdfunding* de mayor trascendencia a nivel mundial. El sitio está abierto a cualquier tipo de proyecto, en cualquier parte del mundo, pero para poder crear una campaña se debe tener presencia en Estados Unidos, que se acredita mediante una clave de identificación fiscal. El sitio ofrece una integración con redes sociales y sitios web individuales para desarrollar una campaña, junto con una herramienta de encuestas para la misma. En cuanto a los honorarios de la plataforma, son del 5% si se cumple el objetivo de financiación para el proyecto y no hay tarifa si no se logra. Las tarifas de procesamiento varían de 3 a 5% de lo recaudado.

Indiegogo está abierto a cualquier proyecto en cualquier parte del mundo. Se destaca ya

que ofrece la oportunidad de retener el dinero recaudado de las campañas a pesar de no haber logrado del objetivo. Incluye un conjunto de herramientas de análisis para estudiar el progreso y los beneficios del proyecto. En cuanto a los honorarios de la plataforma, presenta 2 planes de financiamiento para el usuario, uno flexible de un 4% del total de lo recaudado si logra la meta, y de 9% si no lo hace aunque se mantiene lo recaudado, o uno fijo del 4% sobre el total de lo recaudado si se logra la meta y no se cobra honorario si no se logra, aunque a diferencia del flexible se devuelve lo recaudado a los patrocinadores.

Por último, RocketHub además de incluir proyectos de financiamiento de todo tipo, incluye algunos conceptos diferenciadores como la votación de proyectos para obtener beneficios en el sitio (como por ejemplo publicidad para apoyar el proyecto, exhibir el proyecto una vez finalizado en galerías como la de Nueva York para su promoción, etc.). Esta plataforma no cobra honorarios a los fundadores de proyectos si los mismos son exitosos, pero sí cobra por el patrocinio en el mismo. El objetivo de la plataforma es mantener el dinero recaudado por parte del fundador de la idea.

## 1.2 Descripción del *crowdfunding* como alternativa de financiación

Según Ordanini (2011, pp.3), “el *crowdfunding* es un esfuerzo colectivo de personas que juntan su dinero entre sí mediante internet con el fin de invertir y apoyar los esfuerzos iniciados por otras personas u organizaciones”. El objetivo de este modelo es levantar fondos sin la necesidad de recurrir al financiamiento tradicional, sino buscar el apoyo de una multitud para llevar un proyecto a la realidad (Caccuri Melhem, 2014). Steinberg (2012, pp.2) lo plantea como “un proceso para solicitar al público en general las donaciones que proporcionan capital inicial para nuevas empresas”. Usando esta técnica, los empresarios y los propietarios de pequeñas empresas pueden pasar por alto a los capitalistas de riesgo y los inversores ángeles por completo y, en su lugar, presentar ideas directamente a los usuarios de Internet, que brindan respaldo financiero. Según Fernández (2013, pp.1), “es un modelo de financiación donde un grupo de personas o entidades se unen para conseguir o colectivizar ingresos y aportaciones, con fines financieros, para llevar a cabo proyectos comerciales o asociativos. Se trata de una puesta en común de recursos, bien a modo de inversiones o simplemente donaciones”. Otros autores lo definen como un proceso no tradicional de recaudación de fondos, en el cual se reúnen pequeños montos de dinero de un gran número de personas a través de una plataforma

basada en internet (Lopez Niño, Langthaler, Fabian & Mayorga, 2017). Las plataformas de *crowdfunding* enlazan a los emprendedores de proyectos donantes y contribuyentes, cuya recompensa depende del método de *crowdfunding* y del éxito del proyecto.

En conclusión a las diferentes definiciones, se puede destacar que el *crowdfunding* es una forma de financiar proyectos de forma colectiva, es decir mediante varios inversores en forma individual. La clave para que se puedan llevar adelante estos proyectos es la conexión del fundador con el inversor a través de Internet.

El valor agregado del *crowdfunding* es su grado de accesibilidad: se trata de un modelo que está abierto a todos y que no requiere de la presencia de una personalidad para recurrir a la financiación.

El *crowdfunding* ocurre a través de una plataforma web. El fundador publica una descripción de su idea o proyecto en dicho sitio web para exponer su idea a posibles patrocinadores. Las personas descubren proyectos a través de vías como las redes sociales o navegando en un sitio web de financiación colectiva. Si la persona cree en la idea y le gustaría ayudar a hacer posible el proyecto, la persona puede respaldar el proyecto aportando dinero a través del sitio web de financiación colectiva. Por lo general, la cantidad otorgada por un patrocinador es pequeña en relación con las necesidades generales de financiamiento. La idea detrás del financiamiento colectivo es que, si muchas personas donan una pequeña cantidad, se pueden recaudar grandes sumas de dinero de manera rápida y eficiente. Además de contribuir monetariamente, las personas también pueden ayudar a un proyecto mediante la difusión a través de las redes sociales de los proyectos que apoyan, lo que genera una multitud de partes interesadas dispuestas a invertir.

Se dice que este tipo de financiación posee dos lados, existe un lado de subsidio y un lado de dinero. El lado del subsidio hace referencia a los patrocinadores o inversionistas que son aquellos que aportan capital al proyecto para que pueda ser llevado a cabo, y por el otro lado el lado del dinero hace referencia a los fundadores que son aquellos que crean el proyecto y buscan el capital para poder llevarlo a cabo.

Según Steinber y DeMaria (2012) las ventajas del *crowdfunding* son diversas. En principio, otorga el control total de la idea y su aplicación queda en manos de sus creadores. Además, estos a su vez pueden probar la popularidad y posible éxito de un

proyecto a través de prototipos que los usuarios valoran anticipando o negando su utilidad o validez. Otras ventajas son: si el producto está en estrecha sintonía con su público puede exceder su objetivo de financiación, si un proyecto no tiene éxito, los creadores no pierden dinero, únicamente tiempo, y tienen la posibilidad de ponerla en marcha en otro momento añadiendo mejoras y realizando una nueva campaña, se puede pre-vender el producto o servicio, y en función de los costos asociados con la campaña puede ser capaz de obtener más que el valor de venta real de los partidarios. Por último, el *crowdfunding* mitiga riesgos y obtiene capital que puede ser aplicado directamente a los costos de producción y comercialización, los administradores de proyectos a menudo reciben consejos e ideas muy útiles por parte de los financiadores y por otra parte los patrocinadores también se convierten en parte del equipo de marketing, ayudando a impulsar el proyecto.

En cuanto a las contras de este tipo de financiación se encuentran: el estrés que genera la campaña y el proyecto que, por lo general, está lleno de altibajos inesperados, incluso cuando es exitoso, conocimiento con exactitud de la industria y de su situación actual para informar a los acreedores sobre el proyecto y así tratar de convencerlos de aportar fondos. Por otro lado, requiere conocimientos de marketing, redes sociales y técnicas sociales para conversar con estos posibles inversores, así como también cierta familiaridad con la adquisición y conversión de inversores, lo pone al fundador y sus ideas directamente frente al público, quien está a prueba constantemente frente al público inversor. Tampoco existe la oportunidad de operar en modo oculto, lo que significa que los competidores pueden capitalizar el conocimiento público de su compañía o producto, por lo que el éxito del proyecto requiere invertir un esfuerzo incansable en las campañas de marketing en curso y la autopromoción constante durante toda la duración de la campaña de recaudación de fondos.

El proyecto de *crowdfunding* requiere que el fundador de la idea sea muy perseverante, lo que significa que estará constantemente buscando nuevas formas de publicitar, promover y, de lo contrario, llamar la atención sobre sus campañas y los esfuerzos que lo rodean, no siempre funciona, por lo que si no se llega a reunir los fondos necesarios en el tiempo pactado el proyecto podría fracasar. Sin embargo, eso no quiere decir que deba desanimarse ante las posibilidades de financiar con éxito un proyecto, pero el fundador tiene que ser realista y prepararse para un posible fracaso, que a menudo significa tener un plan B.

El *crowdfunding* requiere que el proyecto, indiferentemente de su tema, alcance o contenido, sea algo que interese a un número de personas lo suficientemente fuerte como para motivarlos a que se desprendan del dinero ganado con tanto esfuerzo. Esto ocurre debido a que parte del proceso de evaluar si realizar un esfuerzo de *crowdfunding* consiste en analizar detenidamente su proyecto y evaluar el tamaño de la audiencia potencial a la que apelará, así como el valor percibido que les traerá.

Otras desventajas para una campaña de *crowdfunding* son: el promotor asume la responsabilidad de tratar con un conjunto de patrocinadores a menudo más grande y potencialmente más diverso que en los escenarios de inversión tradicionales, los cuales pueden tener diferentes expectativas y demandas, no importa lo interesante que sea el proyecto, ya que competirá contra otros proyectos, muchos de los cuales pueden estar compitiendo por el mismo público objetivo, participación de voz y conjunto de ingresos disponibles y, a medida que la financiación colectiva crece en popularidad y notoriedad, el panorama comercial se volverá aún más competitivo (Steinberg & DeMaria, 2012).

### 1.3 Tipos de *crowdfunding*

De acuerdo a Lynn (2019), Hornuf & Schienbacher (2018), Kraus, Ritcher, Brem, Cheng & Chang (2016), Palazon Martin (2017), Pérez Torre (2016), Fernández (2013) y González Rodríguez (2015) existen distintos tipos de *crowdfunding*: *crowdfunding* basado en donaciones, *crowdfunding* basado en recompensas, *crowdlending* (financiación colectiva) y *crowdfunding* basado en acciones. A su vez se clasifican en financieros y no financieros. Dentro de los financieros, se encuentra la financiación colectiva y el *crowdfunding* basado en acciones, y dentro de los no financieros se encuentran el financiamiento basado en recompensas y el basado en donaciones (Figura N°2).

Figura N°2: Tipos de *crowdfunding* y sus características

Tipos de <i>crowdfunding</i>	Financiero/no financiero	Fundador (A)/Inversor (B)	Tipo de Recompensa	Forma de llevar a cabo
<i>Crowdlending</i>	Financiero	(A)empresas consolidadas  (B)particulares o	Intereses del préstamo + retorno de capital	Pequeños montos

		empresas		
<i>Equity-based crowdfunding</i>	Financiero	(A)empresas <i>startup</i>  (B)particulares o empresas	Acciones de la compañía a futuro	Compra de acciones
<i>Reward-based crowdfunding</i>	No financiero	(A)particulares,  (B)particulares	Material o inmaterial	Todo o nada – quédate con lo que obtienes
<i>Donation-based crowdfunding</i>	No financiero	(A)ONGs, con un fin social  (B)particulares	Recompensa social	Donaciones

Fuente: Elaboración propia.

En el modelo de *crowdlending*, los inversores proporcionan fondos a través de pequeños préstamos. En este tipo de financiamiento colectivo, los financiadores pueden obtener un pago de intereses que se acordó contractualmente antes de que se hiciera el préstamo. Este tipo de contratos puede ser entre personas privadas, lo que se denomina préstamos peer-to-peer, o entre personas privadas y empresas. Básicamente es un préstamo a una empresa o a un proyecto, en el que se pacta recibir el dinero de vuelta con un calendario de cuotas, formadas por capital e intereses, es decir, se formaliza y se especifican todas las partes y condiciones, o así como en otros tipos de *crowdfunding* que en ocasiones depende del éxito obtenido por el producto. Este tipo de financiación se otorga a empresas o proyectos que ya están generando dinero en efectivo con su actividad habitual, y por lo general, los *startups* no cumplen con esta regla porque no se ha llevado a cabo el proyecto todavía. Debido a ello, para la creación de éstas generalmente se solicita el *Equity-based crowdfunding*, mientras que el *crowdlending* se ajusta más a empresas o proyectos más consolidados o con una generación de caja predecible (Perez Torr , 2015).

El modelo de *crowdfunding* basado en acciones trata a los promotores de proyectos como inversores al hacerles partes interesadas en acciones a cambio de su apoyo con el objetivo de compartir beneficios en el futuro. Aquí, la multitud compra acciones de la compa a recaudadora. Es una nueva forma de financiamiento empresarial, en el que los

inversionistas no reciben beneficios o participan en la compra anticipada del producto, sino que participan en los flujos de efectivo futuros de una empresa (Hornuf & Schwienbacher, 2018). Un aspecto distintivo de la financiación colectiva basada en acciones es que los valores financieros pueden asignarse a los inversores de diferentes maneras. Saber qué mecanismos del mercado hacen que una financiación sea exitosa es importante para los empresarios y los administradores de portales. En contraste con los demás tipos de *crowdfunding*, dos modelos se usan comúnmente en *crowdfunding* basado en acciones: el primero en llegar, el primero en ser atendido (FCFS) y el mecanismo de subasta (Hornuf & Schwienbacher, 2018). Es probable que la elección del mecanismo de mercado influya en la dinámica del comportamiento de los inversores durante la campaña. Por ejemplo, debido a que los precios se mantienen constantes bajo el mecanismo FCFS, los inversores no tienen incentivos para retener sus ofertas y pueden ofertar antes para maximizar sus posibilidades de obtener valores. Bajo un mecanismo de subasta, los inversores pueden preferir esperar hasta el final para no revelar sus intereses en la compra de valores, lo que podría inducir una mayor demanda. En este caso, puede producirse un efecto final más fuerte, desplazando la dinámica de las inversiones individuales hacia el final de la campaña.

Los riesgos de inversión en patrimonio tradicionales están presentes en el *crowdfunding* basado en acciones. Por lo tanto, los inversionistas corren el riesgo de perder parte de o toda la inversión si la compañía es improductiva.

Por el lado de los inversionistas, esto permite el fondeo de compañías que de otra manera no serían financiadas. Además, este esquema puede incrementar la competencia porque los inversionistas (supuestamente informados) optimizan sus inversiones al colocar su dinero en los emprendimientos más prometedores, incentivando a los emprendedores a innovar y ser más eficientes.

El *crowdfunding* basado en acciones es una categoría de *crowdfunding* en la que los patrocinadores esperan una compensación financiera por su inversión. Antes de que la campaña se ponga en línea, la puesta en marcha y el portal deben acordar una valoración de la empresa, y los fundadores deben decidir cuánto capital desean recaudar. Dependiendo de la valoración y las necesidades de capital de la empresa, el portal proporciona un contrato financiero estandarizado para que la multitud pueda participar en los flujos de efectivo futuros del *startup*. Como se mencionó anteriormente, los



inversores generalmente poseen un instrumento financiero, que se ubica por encima de las acciones ordinarias y los préstamos de los accionistas, pero por debajo de todos los pasivos ordinarios. Estos instrumentos financieros no pueden venderse en un mercado secundario y, a menudo, tienen una vida útil de tres a siete años.

El modelo de financiación colectiva basado en acciones, al igual que el *crowdfunding*, requieren un plan de negocios, incluido un pronóstico financiero, disponible para los posibles inversores. La información está abierta a todos los usuarios del portal antes y durante el proceso de inversión, lo que brinda a los inversores el tiempo suficiente para revisar el material antes de que comience la campaña. Las campañas de financiación colectiva por acciones solo tienen éxito si se alcanza un cierto umbral de financiación mínimo, la dinámica de financiación podría cambiar cuando se supere este punto. La mayoría de los inversores enfrentan un riesgo mucho menor cuando se alcanza el objetivo de financiamiento mínimo, ya que es menos probable que la empresa emprendedora no reciba fondos suficientes. Este menor riesgo puede inducir a más inversores del público a prometer sus fondos.

Una vez que el período de financiamiento ha comenzado y el *startup* acepta promesas de los inversores, los inversores pueden seguir aprendiendo más sobre la misma porque la plataforma, en cooperación con el *startup*, puede publicar actualizaciones en el sitio web. Dichas actualizaciones pueden considerarse una fuente confiable de información porque provienen del propio *startup* (Hornuf & Schwienbacher, 2018). El público inversor también puede aprender sobre la empresa emergente de cualquier otro medio de comunicación en línea o fuera de línea. Sin embargo, la evidencia muestra que las plataformas reaccionan rápidamente a cualquier información pública relevante para promover el *startup* o para evitar daños en la campaña actual. Por lo tanto, las actualizaciones de información en el sitio web del portal deben ser la principal fuente de información para los inversores.

El modelo de recompensa ofrece tanto una compensación material como compensación inmaterial y actualmente es el modelo de financiamiento colectivo más utilizado. Los inversores pueden beneficiarse de la venta anticipada o el pronto pedido, por lo que reciben el proyecto o producto financiado antes de su publicación o entrada en el mercado, a menudo a un mejor precio. Dentro de este modelo se diferencian dos tipos: el de “todo o nada” y el de “quédate con lo que obtienes”. Según González Rodríguez (2015,

pp. 29), "en el primero de ellos la cantidad de dinero objetivo se debe alcanzar en el periodo de tiempo fijado, si no se consigue, el proyecto se catalogará como fracaso. En el segundo, las cantidades que se van obteniendo se van entregando al creador, sin tener en cuenta que finalmente se alcance el objetivo en el tiempo fijado por ello, en este método desaparece por completo la seguridad del primero".

En el modelo de todo o nada el promotor del proyecto, persona o entidad establece un importe mínimo necesario para su puesta en funcionamiento. En este contexto la plataforma a través de la cual se ha desarrollado la campaña de *crowdfunding* dará acceso a los fondos al promotor, solamente cuando se ha alcanzado el montante establecido o una cantidad superior al mismo. En caso contrario si la meta financiera no ha sido obtenida, el dinero recogido es retornado a los aportantes y el promotor no recibe nada. Una de las ventajas del modelo de todo o nada reside en que introduce ciertos aspectos de gamificación, es decir, que utiliza el atractivo del propio juego, el poder del propio juego, y el compromiso consecuente para hacer participar a los usuarios. Ello extrapolado a las campañas de *crowdfunding* se concretaría en la dinámica de apostar por si una campaña alcanzará o no el objetivo antes de los días prefijados para el logro de su objetivo.

En el modelo de quédate con lo que obtienes, el promotor del proyecto recibe la cuantía monetaria que ha logrado recaudar durante el tiempo de vida de la campaña, aunque esta no cubra el montante total establecido como objetivo. Esta modalidad operativa por lo general suele ser utilizada en el caso de que la campaña de *crowdfunding* tenga como objetivo financiar una parte del proyecto objetivo, pero no su totalidad.

Por último, el modelo de *crowdfunding* basado en donaciones se refiere a un objetivo clásico de recaudación de fondos, con la diferencia de que las donaciones llegan a través de la Web 2.0 y, en la mayoría de los casos, a través de un intermediario específico. Los inversores no esperan recompensas materiales a cambio de su contribución, sino que buscan una recompensa social como por ejemplo reconocimiento. Generalmente los impulsores son empresas, individuos u organizaciones (ONGs) que buscan la financiación de proyectos que tienen como características principales un fin social, solidario o de interés general. La mayoría de los *crowdfunding* de donación se basan en fines caritativos (Palazón Martín, 2017).

#### 1.4 Participantes de un proyecto de *crowdfunding*

En todo proyecto de *crowdfunding*, cualquiera sea su tipo se distinguen distintos participantes, donde cada uno de ellos tiene un rol en el proyecto. La mayoría de los autores Beaulier, Sarker & Sarker (2015), Palazon Martin (2017) y Hemer (2011), como se puede observar en la figura N°3, mencionan tres participantes: promotores o fundadores, patrocinadores o inversores y proveedores de plataforma web o intermediarios.

Figura N°3: Participantes de *crowdfunding* y sus características

Sujetos participantes de un proyecto de <i>crowdfunding</i>	Características
Plataforma de financiación	<p>Mediante su plataforma permiten al patrocinador a exponer su proyecto (publicidad)</p> <p>Facilitan la comunicación</p> <p>Garantizar el buen funcionamiento y seguridad del proyecto</p>
Fundador o promotor	<p>Poseen la idea para la realización del proyecto</p> <p>Buscan obtener financiación para llevar su idea a la realidad</p> <p>Controlan el proyecto y el acceso a la información</p>
Aportantes o patrocinadores	<p>Aporta el dinero para el proyecto/ aportes no monetarios como difusión de la idea</p> <p>Juzga a su criterio las ideas</p>

Fuente: Elaboración propia.

En principio están los “proveedores de la plataforma web”, quienes proporcionan la columna vertebral de la tecnología que permite a los fundadores exponer su proyecto a un gran número de posibles patrocinadores. Son sociedades que ponen en contacto a los creadores e inversores a través de páginas webs o plataformas online que tienen como función principal dar a conocer el proyecto y buscar financiación, por lo que se trata de

una red social de *crowdfunding* (Palazón Martín, 2017). Por lo tanto, las plataformas son las intermediarias entre el promotor y el aportante, y se encargan de dar publicidad al proyecto. No obstante, el *crowdfunding* también puede ser directo, es decir, que el promotor puede actuar sin la intermediación de estas plataformas, publicitándose a través de su propia página.

Los proveedores ofrecen más que una etapa para el proyecto: también facilitan la comunicación entre el fundador y los patrocinadores a través de características como una sección de comentarios, capacidades de actualización del proyecto e intercambios de correo electrónico (Beaulieu, Sarker & Sarker, 2015). Los proveedores de sitios web tienen como objetivo hacer que la conexión entre fundador y patrocinador sea eficiente. Los enlaces a sitios web sociales como Facebook y Twitter permiten a los patrocinadores promover fácilmente un proyecto en sus redes sociales. Los proveedores de sitios web tienen capacidades integradas de procesamiento de pagos de terceros que brindan privacidad y garantizan a los patrocinadores un procesamiento de pagos seguro. En general, el rol de los proveedores del sitio web es crear y controlar el proceso de financiación colectiva y garantizar su buen funcionamiento tanto para los fundadores como para los patrocinadores. Los proveedores de sitios web interactúan con todas las partes interesadas y son el centro del ecosistema.

El término "fundador" o "promotor" se usa para representar a las personas que publican su idea en un sitio web de financiamiento colectivo para recibir financiamiento. Según Palazón Martín (2017, pp. 10) se define como "persona o entidad que tiene una idea o proyecto, normalmente innovador, y que busca su financiación mediante su puesta en conocimiento de una generalidad o colectividad para lograr que se haga realidad a través de pequeñas aportaciones". Estos participantes se denominan núcleo operativo, un término colectivo que incluye a todo aquel que utiliza el *crowdfunding* para conseguir una determinada cantidad de dinero destinada al desarrollo de una idea, proyecto o empresa. Son los propios promotores del proyecto y se encargan del diseño de la actividad previa a la publicación de la propuesta (Hemer, 2011).

Las personas que buscan financiamiento provienen de una amplia variedad de antecedentes y tienen una amplia gama de objetivos. El papel de los fundadores en el ecosistema de financiación colectiva es visualizar un producto o proyecto y luego presentar sus ideas de forma clara y convincente a los posibles patrocinadores mediante

el uso de un sitio web de financiación colectiva.

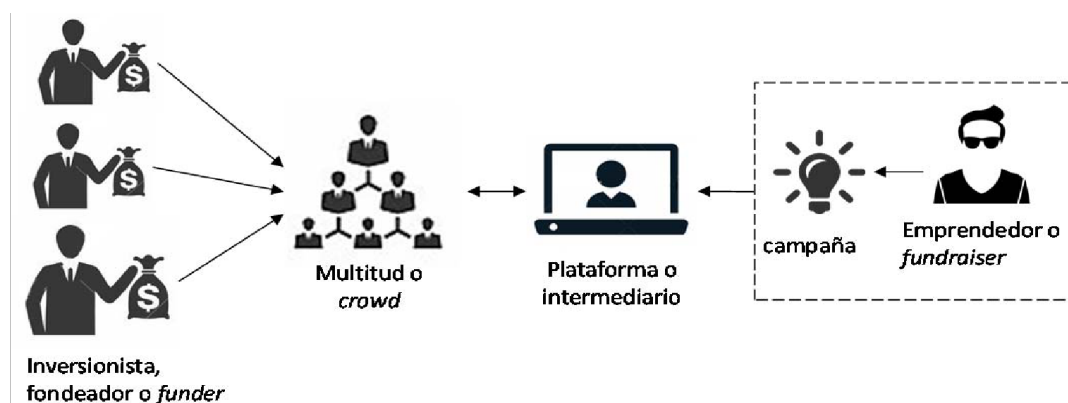
Durante la campaña, los fundadores controlan el acceso a la información al ser accesibles y transparentes. Además de recaudar capital, los fundadores pueden usar el financiamiento colectivo para probar una idea del mercado, para obtener exposición para financiamiento futuro. Un fundador es a menudo un individuo, pero también puede ser un equipo de individuos que trabajan juntos para financiar y completar el proyecto. Los equipos también pueden variar en capacidades: por ejemplo, en algunos modelos de financiación colectiva, hay una combinación de miembros con experiencia en negocios y productos.

Igualmente, una parte importante para el ecosistema de *crowdfunding* son los “patrocinadores” o “aportantes” de los proyectos. Este grupo se suele denominar la multitud o *crowd*. entendido como un amplio número de individuos al cual se dirige la petición de financiación, es decir, los potenciales contribuyentes. Estos sujetos pueden ser cualquier persona que tenga acceso a Internet y algo de dinero para aportar (Hemer, 2011).

El rol del patrocinador va más allá de solo aportar dinero: también juegan un papel en probar el mercado y proporcionar un juicio hacia lo que es una buena idea y si vale la pena buscar un concepto. Los patrocinadores pueden contribuir monetariamente y/o mediante el uso de las redes sociales y sus propias redes personales difundiendo información sobre un proyecto.

A modo de conclusión, como se observa en la figura N°4, en el proceso de *crowdfunding* intervienen tres participantes claves, los cuales se encuentran presentes en toda campaña y cada uno de los cuales cumple un rol específico.

Figura N°4: Diagrama del ecosistema de *crowdfunding*



Fuente: “Las plataformas de *crowdfunding* en América Latina”. (Rentería, 2016).

Como se puede ver en la Figura N°4, se detallan los participantes del proyecto de *crowdfunding*, donde se encuentra en principio el fundador o promotor, quienes el que tiene la idea a llevar a cabo y busca financiación para ello. Luego la plataforma o el intermediario que conecta al fundador con los posibles patrocinadores que van a financiar el proyecto y obtener las recompensas por ello.

### 1.5 Riesgos que conlleva un proyecto de *crowdfunding*

Los integrantes de estos proyectos deben enfrentar diversos riesgos al analizar si invertir o no en un proyecto de *crowdfunding* (Lopez Niño, Langthaler, Fabian & Mayorga, 2017), tales como:

Riesgo de liquidez: las inversiones hechas a través de *crowdfunding* son típicamente ilíquidas. Las inversiones en capital proveen retornos solamente si los emprendimientos son consistentemente lucrativos, lo que puede demorar meses o años. Estas inversiones tampoco pueden ser reempaquetadas, vendidas o liquidadas.

Riesgo operacional: el riesgo operacional puede dañar la reputación y disminuir la credibilidad de las compañías y plataformas de *crowdfunding*, o involucrarlas en litigios. Incluye los riesgos de fraude de una campaña y tecnológico (como por ejemplo si algún inversionista quiere retirar una inversión que no se ha materializado y la plataforma web no lo permite, o realiza un mal manejo de los fondos).

Riesgo de ciberseguridad: fallos en los sistemas de ciberseguridad pueden resultar en pérdidas de información que afectan directamente a las operaciones. Deficiencias en

ciberseguridad pueden hacer a las plataformas vulnerables al ataque cibernético, enfrentando robo de identidad y de información.

Riesgo de quiebra: el éxito de las actividades de obtención de financiamiento no está garantizado. Algunas plataformas devuelven a los inversionistas el dinero recolectado si los objetivos de levantamientos no se cumplen.

Riesgo de robo de propiedad intelectual: por un lado, la protección de propiedad intelectual es escasa en plataformas de *crowdfunding*. Publicar en línea información sobre productos no patentados puede implicar la pérdida de derechos de propiedad intelectual. Por el otro, la propiedad de ideas no está definida con exactitud. Por ejemplo, el propietario de un proyecto podría presentar ideas obtenidas de comentarios hechos sobre su producto en la plataforma sin dar crédito a quien comentó.

Riesgo reputacional: un emprendedor asume riesgo reputacional cuando lleva a cabo exitosamente una campaña de *crowdfunding*, pero no completar el proyecto, o completa el proyecto, pero el producto final no cumple con las expectativas de los inversionistas.

#### 1.6 Pasos para llevar a cabo un proyecto de *crowdfunding*

En principio el fundador del proyecto una vez que tiene la idea y decide salir a buscar financiación para llevar la misma a la realidad debe elegir entre si buscará los fondos junto con un intermediario que tenga una plataforma web dedicada a proyectos de *crowdfunding* o si va a utilizar su propia página web para obtener los fondos. Es imprescindible que si se opta por la opción de buscar financiación por medios propios se tengan conocimiento de marketing, armado de página web, redes sociales para promocionar el proyecto y tácticas para posicionarse favorablemente en la mente de consumidor antes que la competencia. Es necesario saber describir bien el producto o servicio que se tiene como idea, el mercado objetivo al que se quiere llegar. Hay 5 elementos clave en una campaña de *crowdfunding*: barra de progreso, video, indicadores, descripción y recompensas (Acconcia, 2014) (Figura N°5).

Figura N°5: Elementos clave en la campaña de *crowdfunding*



Fuente: “Las 20 reglas de oro del *crowdfunding*”. (Acconcia, 2014).

En la Figura N° 5 se pueden ver los elementos claves con que debe contar toda campaña de *crowdfunding* para ser llevada a cabo. El video es necesario para incrementar la posibilidad de atraer y reunir fondos ya que se puede informar a los patrocinadores sobre los beneficios y recompensas que se proporcionarán para generar confianza. El video debe ser directo para transmitir emociones y sensaciones que den una presentación del proyecto. Es recomendable que el video tenga una duración no mayor a un minuto y medio.

Los indicadores ayudan a ordenar el volumen de datos que se va recaudando durante la campaña, tales como el volumen de fondos recaudados, número de patrocinadores, plazo de duración, y cantidad de inversores según tipo de campaña de *crowdfunding*, entre otros.

La barra de progreso es la que indica el objetivo de recaudación, y debe estar presente en la plataforma del proyecto en donde sea de fácil visibilidad ya que es para que los inversores puedan observar la cantidad de dinero con el respectivo porcentaje sobre el total de fondos requerido.

La descripción trata sobre la explicación al público inversor sobre que trata el proyecto, es decir cuál es la idea a llevar a cabo, a quién va dirigido el proyecto y como se va a desarrollar.

Por último, la recompensa hace referencia a el sistema de beneficios que se entrega a los



acreedores, según el tipo de proyecto, cuando realicen sus aportes. Según Acconcia (2014), se clasifican en tres grupos: productos, servicios o experiencias.

Lo principal es la preparación de un “*pre-launching planning*”, necesario para realizar toda la investigación requerida para el lanzamiento del proyecto, el cual va a incluir: estudio del mercado, producto o servicios complementarios, sustitutos, demanda y competencia, definir una visión y objetivos para el proyecto, comprender los riesgos que conllevará el proyecto, planificar recompensas, el tiempo que va a llevar el proyecto, financiación objetivo a la cual se apuntará llegar y tácticas que se emplearan en cuenta a marketing para alcanzar al público objetivo de inversores (Steinber & DeMaria, 2012).

El segundo paso es el inicio de la campaña, en el cual se recomienda presentar el proyecto con un video amigable y fácil de entender para exponer la idea frente a los posibles inversores. Se recomienda que para la realización del video en principio se observen videos de campañas similares que hayan sido exitosos para obtener ideas, asegurarse de que el video proporcionará información interesante para los inversores, preparar el video con un tiempo razonable, es decir que no sea muy largo y demande mucho tiempo a los espectadores, exprese una relación clara entre el proyecto y la idea, y por último el fundador debe describirse frente al público y expresar sus metas y logros que está buscando con el proyecto, en donde debe prometer objetivos que sean realistas para poder cumplir.

El tercer paso es la preparación de la plataforma web en caso de que el fundador haya optado por una propia. Lo esencial que debe contener la plataforma debe ser: descripción breve de la idea, cantidad de financiación necesaria para completar el proyecto, contacto del fundador, recompensas ofrecidas aclarando el tipo de campaña de *crowdfunding*, qué hará e fundador con el dinero adicional que obtenga por la campaña si es que obtiene más del objetivo, por qué su proyecto vale la pena y cómo se mantendrá en contacto con la comunidad durante y luego del proyecto.

Por último, antes de proceder con el lanzamiento de la campaña, se debe realizar una revisión de todos los pasos anteriores y pedir opiniones externas para buscar mejoras y/o correcciones, y asegurarse de armar una red de seguidores al proyecto mediante las redes sociales.

El paso crucial es el momento de lanzamiento del proyecto. Es necesario mantener a todos

los participantes del proyecto actualizados con todas las novedades y contestar las posibles preguntas de manera rápida y efectiva. En esta etapa es recomendable tener un blog para mantener al día todas las novedades del proyecto. Otra acción clave durante esta etapa es el esfuerzo del fundador para llevar a cabo la campaña de marketing, ya que es el vehículo principal para atraer financiación y hacer llegar el proyecto a un gran número de personas.

Por último, una vez finalizada la campaña, el fundador debe seguir en contacto con los inversores, es un error, aunque la campaña fracase pensar que ya ha concluido todo el proyecto. Es muy importante el agradecimiento a todos los patrocinadores con el objetivo de mostrar gratitud y establecer una relación de confianza por el apoyo. Además, se debe cumplir con la promesa propuesta para cada inversor por su papel en el proyecto.

Es importante mencionar que en cada etapa de una campaña de *crowdfunding* se cobran diferentes comisiones, las cuales se dividen en:

Comisión de éxito de la campaña o *success fee*: es el monto que cobran las plataformas según el monto recaudado. Varía con la financiación recaudada, a mayor cantidad mayor será la tarifa.

Comisión por el registro o *registration fee*: es la tarifa por el registro en plataformas de financiación.

Tarifa o comisión por el cumplimiento del proyecto o *completion fee*: se cobra por el trabajo administrativo necesario para completar el proyecto de *crowdfunding*.

Tarifa para inversionistas o *investors fee*: honorarios que se cobran a los inversores según el monto invertido.

Comisión por procesamiento de pagos o *payment processing fee*: tarifa que cobran las plataformas por el procesamiento de pagos. La mayoría de las plataformas para este tipo de proyectos utilizan PayPal.

## CONCLUSIÓN

Para concluir este capítulo, a modo de cierre, se destacan los principales contenidos del mismo. En principio el *crowdfunding* es un término que surge a finales del siglo XX, pero

su popularidad no sucede hasta 2008, cuando el método toma gran trascendencia debido a las dificultades que empiezan a tener las pequeñas empresas y emprendedores para acceder a financiación. *Crowdfunding* significa un proceso mediante el cual el fundador de una idea solicita fondos al público en general para llevar su proyecto a la realidad, mediante el pago de una recompensa a los patrocinadores.

Existen cuatro tipos diferentes de *crowdfunding*, los cuales se clasifican en financieros y no financieros. Dentro de los financieros se ubican el *crowdlending* y el *equity-based crowdfunding*, y dentro de los no financieros el *donation-based crowdfunding* y el *reward-based crowdfunding*.

Dentro de los sujetos participantes de este tipo de proyectos se encuentran: el fundador o promotor, quien posee la idea de llevar a cabo y busca financiación para ello, el inversor o patrocinador, que aporta dinero al proyecto y obtiene una recompensa a cambio, y por último el proveedor de la plataforma web que es el intermediario entre los otros dos participantes, ya que brindan el procesamiento de pagos para llevar a cabo los aportes de los inversores y las recompensas y facilitan la comunicación.

Por último, para llevar a cabo una campaña de *crowdfunding* son clave los siguientes elementos: un video que sea de carácter dinámico y descriptivo de la idea para el inversor, indicadores de la campaña, tales como cantidad de inversores, plazo, fondos recaudados y necesarios, recompensas otorgadas, etc., una descripción del proyecto, las recompensas a los inversores y una barra de progreso que indique el objetivo de financiación.

## **CAPÍTULO II: ECOSISTEMA DE *CROWDFUNDING* ACTUAL EN LA ARGENTINA**

### **INTRODUCCIÓN**

Este capítulo estará enfocado en estudiar la situación actual de las *FinTech* de tipo *crowdfunding* en Argentina.

Según el Banco Central de la República Argentina, una *FinTech* o innovación financiera “es la creación de nuevos productos y servicios financieros o el desarrollo de soluciones

que mejores los existentes”.

Estas compañías han nacido como consecuencia de los cambios socioculturales que está experimentando la población en los últimos años, el cambio de mentalidad del consumidor, la evolución de sus expectativas y de sus hábitos de consumo e interacción (KPMG, 2017). La importancia de las *FinTech* radica en la agilización de procesos, reducción de costos y la inclusión financiera

No todas las *FinTech* de *crowdfunding* en Argentina persiguen los mismos fines, ya que los mismos van desde negocios agropecuarios hasta cualquier tipo de proyecto posible de llevar a cabo.

## 2.1 Principales *FinTechs* de *crowdfunding* en Argentina

De acuerdo a un informe publicado por Finnovista, una organización que fomenta el desarrollo de empresas *FinTech*, en 2018 se encontraban establecidas en Argentina ocho empresas del tipo *crowdfunding*:

Wuabi: se definen como una plataforma de *crowdfunding* de proyectos agropecuarios de cualquier tipo, ya sea de ganadería, cultivos, forestal o viticultura. El productor deseado de financiamiento se inscribe y se le asigna un perfil crediticio de acuerdo a su historial y los inversores invierten de acuerdo a si son más o menos conservadores.

Actualmente la plataforma cuenta con proyectos agropecuarios de cualquier región de Argentina como Mendoza, Chubut, Entre Ríos, Corrientes, entre otros.

Nobleza Obliga: se dedica a reunir a quienes necesitan fondos para llevar adelante causas solidarias con quienes quieren donar o colaborar y empresas con responsabilidad social. Contiene en su página una lista por categoría con las diferentes causas con las que uno se puede sentir identificado y con ánimo de donar, como por ejemplo, ayuda social, catástrofes, cultura, deportes inclusivos, entre otros.

Crowdium: esta *FinTech* de *crowdfunding* ofrece invertir en el mercado inmobiliario desde monto accesibles ya sea en pesos o en dólares. La persona que desea invertir adquiere una parte de un fideicomiso propietario de inmuebles en las principales ciudades de Argentina e inclusive en el exterior. Su último proyecto inmobiliario finalizado es un edificio de *co-working* en Nueva York.

Lleva realizados ocho proyectos inmobiliarios desde su creación y actualmente se encuentra en la búsqueda de fondos para su noveno.

Idea.me: esta plataforma de *crowdfunding* sigue el modelo originario de este tipo de *FinTech* que consiste en conectar a un emprendedor que tiene una idea que buscar financiamiento con un colaborador que desea invertir en la misma. El objetivo de esta *FinTech* es democratizar el acceso al capital en América Latina.

Su sitio está dividido en función de si queremos ver ideas o queremos publicar una idea. Si se desea ver ideas, las mismas van a desde música, artes escénicas, cine y videos, artes audiovisuales y hasta emprendimientos propiamente dicho. Cuando se colecta la financiación requerida para la idea, Idea.me cobra una comisión.

Alistate: es una *FinTech* conformada por cuatro emprendedores enfocados en brindar un único servicio integral de lista de regalos de casamiento online. Está enfocada en generar un espacio donde los novios puedan crear sus listas de casamiento de manera online para poder compartir con sus familiares y amigos.

Grupo Konstruir: al igual que Crowdium, esta *FinTech* ofrece la posibilidad de invertir en el mercado inmobiliario sin requerir un capital significativo. Por ejemplo: si alguien suscribió 1 metro sobre un total de 100, se le acreditará el 1% de la venta.

Panal de ideas: es una *crowdfunding* que se encarga de generar un sistema de voluntariado para ayudar a impulsar cualquier tipo de proyecto.

Afluenta S.A.: Afluenta es una red de finanzas colaborativas radicada en Argentina que administra préstamos entre personas que buscan hacer trabajar su dinero o quieren encontrar créditos más humanos. Si bien no es una *FinTech* estrictamente del tipo *crowdfunding*, copia el formato de la misma al establecer una lista de las diferentes ideas o emprendimientos que necesitan financiación.

Se encuentra presente en Argentina, Perú, México, Colombia y Brasil, pero fue fundada por Alejandro Cosentino en Buenos Aires en 2011.

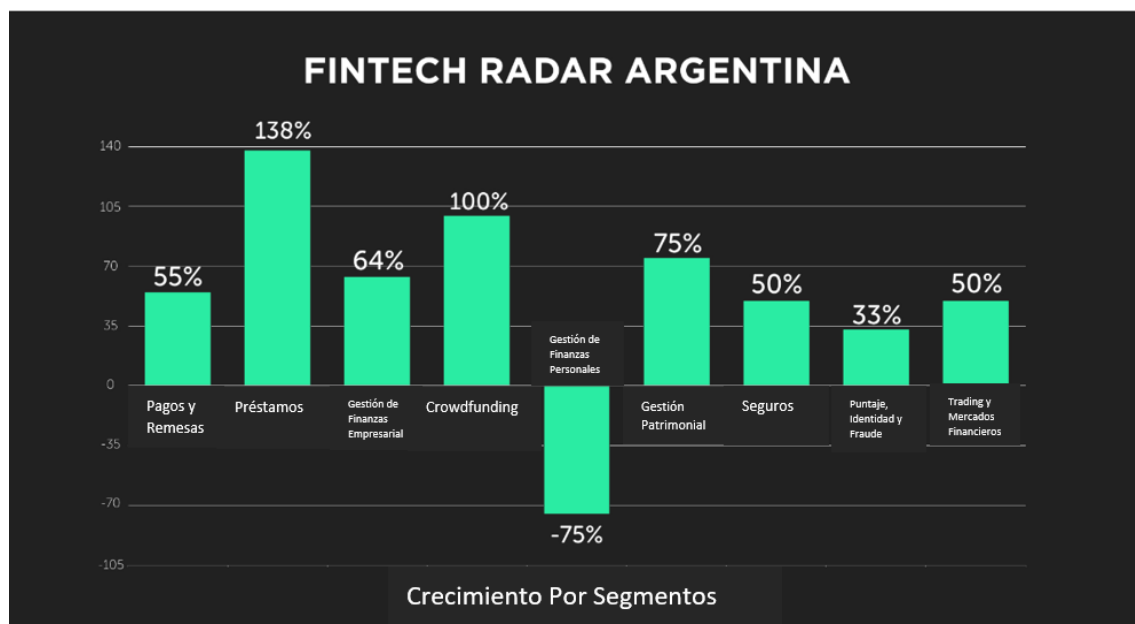
Afluenta está orientada a otorgar créditos al consumo y en una menor medida a Pymes, que generalmente buscan capital para inversiones concretas y de rápido recupero. La otra parte, los inversores, pueden invertir desde cinco mil pesos y establecerse, de acuerdo a si son más o menos conservadores, en perfiles de clientes más o menos riesgosos y

dependiendo también el plazo de la inversión, variando así la tasa de retorno que obtendrían por su inversión.

En el caso de las *FinTech* de *crowdfunding* como Crowdium, Grupo Konstruir o Wuabi que persiguen fines determinados, si se desea ingresar e invertir, un representante del *startup* se comunica vía WhatsApp o por llamados para explicar más en detalle cómo sería el proceso y también para solicitar y verificar el cumplimiento de toda la documentación requerida.

Según el informe de Finnovista revelado en marzo de 2018 (Ver Figura N°6), el segmento de *crowdfunding* es uno de los segmentos de mayor expansión en la actualidad dentro de las *FinTech*, pasando de 4 *startups* a 8 *startups*, lo que significó un crecimiento del 100%.

Figura N°6: Segmento de *crowdfunding* en Argentina



Fuente: “Crecimiento en los diferentes segmentos *FinTech* en Argentina”. (Finnovista, 2018).

Las *FinTech* en Argentina, al tratarse de *startups*, no cuentan con una gran cantidad de empleados. Los *startups* de *crowdfunding* no presentan diferencias respecto a esto ya que la gran mayoría cuenta con entre uno y diez empleados, algunas con entre once y veinticinco y las demás con más de veinticinco empleados.

## CONCLUSIÓN

Las organizaciones que se engloban bajo el nombre de *FinTech*, se caracterizan por tener un modelo de negocio que otorga productos financieros totalmente online, permiten la reducción de costos, favorecen la inclusión financiera y buscan añadir valor a los servicios financieros actuales.

Uno de estos tipos de *FinTech* son las de *crowdfunding* y en Argentina se encuentra 8 organizaciones bajo esta modalidad. Los fines de estos *startups* son diferentes lo cual es positivo ya que produce mas diversidad y tanto el consumidor como la persona que busca financiación pueden ingresar a alguna dependiendo de sus necesidades.

## CAPÍTULO III: REGULACIÓN ACTUAL EN MATERIA DE CROWDFUNDING

### INTRODUCCIÓN

En este último capítulo para concluir el marco teórico, va a tratarse el tema de la regulación legal vigente en la República Argentina en los proyectos de *crowdfunding* y las perspectivas futuras con respecto a este tipo de proyectos. La CNV a fines de 2017, mediante la ley de emprendedores N°27.349, reguló la realización de proyectos de *crowdfunding*.

#### 3.1 Regulación en Argentina

Como todo modelo que busque ser viable, el *crowdfunding* necesita de una regulación estricta que determine cómo deben actuar estos modelos de financiamiento. En Argentina, la Comisión Nacional de Valores (CNV) realizó la reglamentación en Diciembre de 2017 (Agustín Szafranko, 2018).

En el artículo 22 de la Ley 27.349, la CNV es considerada como “la autoridad de control, reglamentación, fiscalización y aplicación de los “Sistemas de Financiamiento Colectivo”, debiendo controlar en este caso a la “Plataforma de Financiamiento Colectivo” (PFC) desde su inscripción hasta la baja en el registro respectivo (Art. 2). Estas plataformas las define el Art. 1 como “personas jurídicas constituidas como

sociedades anónimas, registradas como PFC por la comisión e inscriptas en el registro creado al efecto”. Esto demuestra que la ley incluye como requisito ser una sociedad anónima para ser una PFC.

En efecto, las sociedades que busquen registrarse como plataformas de financiamiento colectivo deben cumplir ciertos requisitos, apareciendo estos en el artículo 6. Deben estar constituidas como Sociedades Anónimas, presentando en el objeto social que va a actuar como PFC, e incluyendo estas siglas dentro de su razón social. Además, la sociedad debe presentar un registro de accionistas, actas de asamblea y nóminas de los miembros de los órganos de administración y fiscalización, así como de los gerentes de primera línea.

Una de las exigencias que se les presenta a dichas sociedades es sobre su patrimonio. Deben mostrar en los estados contables anuales que poseen un monto mínimo de doscientos cincuenta mil pesos (Diario La Voz, 2018).

Dentro de las prohibiciones más significativas que presenta la regulación, se encuentra la imposibilidad de brindar asesoramiento financiero o de inversión a alguna de las partes involucradas, como tampoco pueden permitir la recepción de una inversión realizada por unos emprendedores para destinar a su propio proyecto de inversión. También se prohíbe asegurar a los inversores un retorno de la inversión en PFC en el que participen, y realizar actividades que puedan dar a un conflicto de interés, ya sea por un uso inadecuado o divulgar información confidencial (art. 14).

Con respecto a las comisiones, éstas deben “ser publicadas y estar actualizadas en forma clara e inequívoca para que los actores puedan conocer el costo de participación” (Art 18). Esto permite observar los valores que presenta la regulación para el modelo *crowdfunding*, como por ejemplo la transparencia en la información, un factor clave para que las partes sientan confianza por lo que están utilizando.

La CNV plantea que toda PFC tenga un sitio web en el que le facilite al inversor los procedimientos que éste debe realizar para concretar una inversión, las medidas adoptadas para evitar conflictos de interés, como así también de forma clara los riesgos que presenta para el inversor y para los emprendedores.

El monto máximo para una inversión que determina la reglamentación es de \$ 20.000 (pesos veinte mil) o el 5% del capital inicial del proyecto, siempre y cuando esta sea



menor a la otra cifra. (Szafranko, El Cronista, 2018).

Sobre el final del reglamento, la CNV plantea que los inversores no podrán destinar un monto que supere el 20% de sus ingresos brutos anuales registrados en el último ejercicio fiscal cerrado.

### 3.2 Comparativa con la regulación en otros países

El *crowdfunding* en Argentina es todavía emergente. Sin embargo, en países mas desarrollados económicamente como Estados Unidos y España, ya tiene una década de vigencia. El objetivo de estos subcapítulos va a ser compara la regulación en Argentina con la de estos países.

Todas las regulaciones muestran grandes similitudes en los requisitos para ser una plataforma de financiamiento colectivo, un inversor que busca participar en el proyecto, o aquel emprendedor que solicita el financiamiento.

#### 3.2.1 Regulación en España

En España, el *crowdfunding* se reguló en 2015, aunque según el dueño de Crowdcube, una de las plataformas de inversión colectivas más conocidas en el país, “el regulador lo hizo sin entender” (Borrel, Enero 2019). Esta cita muestra que, si bien se reguló, todavía la actividad no era reconocida en el país.

Ésta fue la “Ley de Fomento de la Financiación Empresarial”, formulada en mayo del 2015. Como en argentina, en España hay una Comisión Nacional del Mercado de Valores, que se encarga de supervisar el funcionamiento de las plataformas de *crowdfunding* basado en acciones.

Una diferencia que resulta del análisis de la regulación establecida en la argentina y en España, es que en el último mencionado se divide a los inversores en acreditados y no acreditados, siendo los primeros inversores institucionales que no poseen límite de inversión, incluyendo a negocios valorados en 2 millones de euros o personas físicas con un patrimonio superior a cien mil euros. Los no acreditados son aquellos que no cumplen con esas características y su monto máximo de inversión es de tres mil euros. En Argentina, como se mencionó en el subcapítulo anterior, el monto máximo permitido para inversores es de \$20.000 o el 5% del total de capital inicial de proyecto.

Luego, es bastante similar a la regulación argentina, teniendo como clave el acceso a la información de parte de todas las partes a la plataforma de financiamiento colectivo. Las plataformas no pueden publicitar los proyectos, ni tampoco participar en proyectos publicados por otras plataformas.

### 3.2.2 Estados Unidos

En los Estados Unidos, si bien la ley JUMPSTART Our Businesses fue aprobada en el senado y aprobada por el presidente Obama en 2012, no fue hasta el 30 de Octubre del mismo año que la Security and Exchange Commission (SEC) aprobó las reglas que permiten el funcionamiento de plataformas de *crowdfunding* (Henriquez, 2016).

Como en los anteriores casos analizados, la regulación emitida por la SEC le impone requisitos mínimos tanto a los inversionistas como así también para las *startups* que buscan levantar financiamiento en estas plataformas de financiamiento colectivo. Además, fija ciertas obligaciones para la plataforma de *crowdfunding*.

La inversión máxima que puede realizar un inversionista en Estados Unidos es del 10% de sus ingresos anuales, siempre y cuando estos sean superiores a cien mil dólares. Si no es así, se autoriza que sea el 5% de los ingresos. Como monto máximo para invertir establecen que es cien mil dólares.

En cuanto a la otra parte, los emprendedores o *startups*, la norma establece que durante un año, el límite que pueden levantar de la plataforma de financiamiento es de un millón de dólares. La SEC establece además obligaciones sobre la información que debe facilitar la plataforma, como el precio de la acción, el plazo, la condición financiera de la empresa, información sobre directivos y ejecutivos principales.

Otra exigencia que tienen las plataformas de financiamiento colectivo son registrarse en la SEC y darles a los inversionistas la información ya mencionada, es decir datos de la empresa, los montos mínimos y máximos de inversión, como así también tomar medidas para disminuir el riesgo de fraude.

Finalmente, la regulación norteamericana plantea como prohibiciones para las PFC tener interés por empresas que hagan sus ofertas a través de la plataforma, o pagar a intermediarios para que divulguen información clasificada de inversionistas.

Figura N°7: Comparación entre la legislación Argentina con España y Estados Unidos

Característica/País	Argentina	Estados Unidos	España
Organismo regulador	CNV (Comisión Nacional de Valores)	SEC ( <i>Security and Exchange Commission</i> )	CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores)
Ley de regulación	Ley N° 27.349 de apoyo al capital emprendedor	Ley <i>Jumpstart Our Business (JOBS)</i>	Ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial
Año de regulación	2018	2012	2015
Forma de constitución de la plataforma/ Requisitos	Sociedad Anónima con descripción en el objeto social que ejerce actividad como PFC  Monto mínimo de capital sociedad del \$250.000  Información transparente y accesible	Registración y autorización por parte de la SEC para su creación  Aplicable para negocios o empresas <i>startup</i>	Constituir como establecimiento financiero de crédito  Autorización de la CMNV para su creación  Domicilio en territorio español  Capital mínimo de 1 millón de euros
Monto máximo permitido de inversión	\$20.000 o el 5% del capital inicial del proyecto	10% de los ingresos anuales no superiores a U\$ 100.000, en caso de que superen un 5%	3.000 euros para no acreditados y sin límite para no acreditados

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura N°7, en cada país mencionado hay un organismo que regula el funcionamiento y accionar de la plataforma de financiación colectiva, los fundadores e inversores. Estados Unidos fue el pionero en regular el *crowdfunding* como método de financiación para empresas *startup* mediante la Ley JOBS durante la presidencia de Barack Obama en 2012. En Argentina la Ley N° 27.349 fue sancionada a principios de

2018 y la CNV es el organismo encargado de controlar su cumplimiento. Se les exigen reglas a las plataformas de financiamiento colectivo para su constitución y también para su funcionamiento. Además, hay montos máximos permitidos de inversión para los patrocinadores de proyectos.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Fundamentación metodológica**

El tipo de investigación llevado a cabo en este trabajo es de carácter descriptivo a la que Best (1988) se refiere como aquella que interpreta minuciosamente lo que es. Se busca durante todo el trabajo definir la problemática que presenta el difícil acceso al financiamiento y como el *crowdfunding* es una potencial alternativa al problema del trabajo.

Cuadro de metodología

Preguntas	Objetivos	VARIABLES	Dimensiones	Instrumentos	Indicadores
¿Por qué se posiciona al modelo de <i>crowdfunding</i> cómo una solución al acceso de capital, quiénes intervienen en el proceso y qué tipos existen?	Estudiar el modelo de <i>crowdfunding</i> como alternativa de financiación para proyectos <i>startup</i> y sus distintos tipos.	Financiación	Aparición y evolución	-Entr. 1 preg. 1 y 2 -Entr. 2 preg. 1 y 2 -Entr. 3 preg. 1 y 2 -Entre 4 preg. 1 y 2 -Art. Per. 1, 4, 5 y 6 - Enc. Preg. 3	Alternativa más ágil y rápida ante las dificultades del sistema tradicional
			Tipos	-Entr. 1 preg. 1 y 2 -Entr. 4 preg. 1 y 2 -Enc. Preg 3  -Art. Per 1,2,3,4,5 y 6 -Enc. Preg. 4 -Entr. 1 y 2 preg. 3	Mayor difusión  Trascendencia de los diversos proyectos
			Participantes	-Entr. 1 y 2 preg. 4 -Entr. 3 y 4 preg. 3 -Enc. Preg 9	Nivel de importancia de cada participante dentro de un proyecto

<p>2¿Cuáles son las plataformas que se dedican a estos proyectos financieros de mayor trascendencia en Argentina?</p>	<p>2 Describir el funcionamiento del <i>crowdfunding</i> en el marco emprendedor Argentino, las plataformas que se dedican a la temática en la actualidad y sus perspectivas para</p>	<p><i>Crowdfunding</i> en Argentina</p>	<p>Riesgos en la utilización de la herramienta</p> <p>Principales <i>FinTech</i> en Argentina</p>	<p>-Entr. 1, 2, 3 y 4 preg. 2 -Enc. Preg 13</p> <p>-Enc. Preg. 2</p> <p>-Entr. 1 y 2 preg. 3 -Enc. Preg. 11 -Art. 1, 2, 3, 4, 5 y 6</p>	<p>Probabilidad de fracaso de la herramienta o desconfianza en su uso</p> <p>Nivel de conocimiento de la herramienta</p> <p>Nivel de importancia de cada tipo y uso de la herramienta en el ecosistema argentino</p>
---	---	---	---	---	--

<p>3 ¿Cuál es su perspectiva futura en el mercado Argentino? ¿Cuáles son las regulaciones existentes en Argentina en relación a la financiación de tipo <i>crowdfunding</i>?</p>	<p>el futuro.</p> <p>3 Estudiar la regulación actual en Argentina y su proyección hacia futuro.</p>	<p>Regulación</p>	<p>Regulación en Argentina y perspectivas futuras</p>	<p>-Enc. 1 preg. 7 -Enc. 2 preg. 6 -Enc. 3 preg. 5 -Enc. 4 preg 4</p> <p>-Entr. 1 preg. 7 -Entr. 2 preg. 6 -Entr. 3 preg. 5 -Entr. 4 preg. 4 -Entr. 5 preg. 1, 2, 3 y 4 -Art. 1 y 2 -Enc. Preg. 12</p>	<p>Opiniones acerca del potencial de crecimiento de la herramienta</p> <p>Grado de aceptación de la regulación y perspectivas futuras en cuanto a regulación</p>
--	---	-------------------	---	--	--

## Triangulación metodológica

Los instrumentos que se utilizaron para añadir valor a la investigación fueron:

- Encuestas

Es el método más común que se utiliza cuando se busca obtener la opinión de alguien sobre un problema. Esta tiene como ventaja que te permite recolectar opiniones, actitudes y recibir sugerencias de parte de los encuestados. A las preguntas utilizadas les dimos respuestas de valor cuantitativo para poder realizar un análisis posterior. (Ver Análisis de Encuestas)

En el presente trabajo se realizó la encuesta a 60 personas. Al no ser fácil encontrar gente conocedora del tema ya que este involucra un problema muy específico y actual, la encuesta se envió a jóvenes que se encuentren estudiando carreras del rubro ciencias económicas, y a gente que conozca el tema y pueda colaborar con el trabajo.

- Entrevistas

La entrevista es un método alternativo a la encuesta, solo que en este caso las preguntas son directamente al experto. También te da la flexibilidad de adaptarlas al entrevistado, según el conocimiento de cada uno.

En este trabajo se realizaron entrevista a expertos en el tema, que si bien al no ser un tema totalmente conocido por todos, cada uno de los entrevistados aportaron datos, frases y opiniones valiosas para la investigación.

Los entrevistados fueron:

- Santiago Mignone, Socio en PwC y experto en el tema.
- Javier Epstein, tutor en trabajos sobre el *crowdfunding*.
- Alan Lerner, experto en Management.
- Tomas Taussig, experto en regulación del *crowdfunding*.
- Anónimo, experto en financiación.
- Análisis de artículos periodísticos



El análisis a los distintos artículos periodísticos ayuda a demostrar la dinámica actual del *crowdfunding* en la Argentina, en donde se observan las plataformas de mayor trascendencia, características de las mismas, funcionamiento, etc.

#### 4.1 Análisis de entrevistas a expertos

Como se puede observar en la Figura N°8 a continuación, se realizaron entrevistas a expertos en la financiación colectiva con el objetivo de analizar sus distintas perspectivas y buscar reforzar los temas abordados en el marco teórico del presente trabajo.

Figura N° 8: Cuadro comparativo sobre entrevista a expertos en *crowdfunding*

Elementos/Entrevistados	Javier Epstein	Santiago Mignone	Alan Lerner	Anónimo	Tomas Taussig
Dificultades de Pymes y emprendedores para acceder a capital	Mercado de capitales poco desarrollado  Altas tasas de interés	Sistema de financiación argentino subdesarrollado  Altos costos de capital y exigencias por parte de los bancos	Método más ágil que un banco o medios tradicionales  Mayor facilidad de acceso con respecto a métodos tradicionales	Método más flexible y ágil que la financiación a través de una entidad bancaria	-

Objetivo del <i>crowdfunding</i>	Unir la demanda de dinero con la oferta  Búsqueda de inversores para consolidar un proyecto	Consolidar el <i>know how</i> que posee el emprendedor con la adquisición de fondos	A partir de una idea aplicar el método de <i>crowdfunding</i> para así lograr una masa de interés e inversión en ella	Acceso al capital de forma más rápida	-
Ventajas principales	Dar a conocer la idea apoyándose en referencia de inversores que confían en el proyecto  Mayores posibilidades de conseguir financiamiento por la utilización de la web	Menor riesgo asumido por el emprendedor que con un préstamo bancario  Posibilidad de conseguir una mayor cantidad de inversores	Agilidad de los procesos  Generar redes de financiación de mayor volumen  Conexión y difusión amplia gracias a los colaboradores	Idea innovadora que atrae a emprendedores y a inversores a innovar y participar en proyectos (posibilidad de crecimiento del mercado financiero)	Inversores atomizados que permiten aumentar el control del proyecto
Desventajas principales	Mala utilización de la financiación colectiva por parte de plataformas y emprendedores  Desconfianza por ser un método de financiación emergente	-	Fraude  Robo de propiedad intelectual	Lavado de dinero  Riesgo reputacional  Riesgo jurídico	-

Proyectos de mayor incidencia en la actualidad	Inmobiliarios	Privados para financiación de proyectos inmobiliarios	-	-	-
Papel fundamental en un proyecto	Plataforma de financiación colectiva	Emprendedor	Plataforma de financiación colectiva e inversor	Plataforma de financiación colectiva e inversor	-
Regulación	Necesidad de regular los proyectos para apoyar la confianza del inversor	Es necesaria para crear condiciones favorables en financiamiento de proyectos	Al ser un tópico reciente que ha llegado en forma tardía no es momento de regular estos proyectos ya que en materia de financiación hay cuestiones de mayor importancia	Es necesaria desde el punto de vista de lograr equidad entre los inversores y prevenir el lavado de dinero	Es necesaria para resguardar la seguridad de los inversores, pero por otro lado también se debe cuidar de no hacer el proceso engorroso para la PFC
Perspectivas futuras	Mayor trascendencia de proyectos de financiación colectiva ya que son claves para el desarrollo de generación de ideas y empresas como motor de crecimiento de la economía	Mayor potencial de <i>crowdfunding</i> basado en acciones (público)	Potencial de desarrollo con un gran trabajo para impulsarlo	Va a continuar desarrollándose ya que es un medio muy bueno para poder llevar a la realidad ideas de los sectores sociales más bajos que tienen más restringido el acceso a capital	Modificar y aplicar mejoras a la regulación con el objetivo de satisfacer las demandas de todas las partes

Fuente: Elaboración propia.

En las entrevistas realizadas a los expertos se puede observar una coincidencia clara en cuanto al déficit en el mercado de capitales argentino para que pequeñas y medianas empresas puedan acceder al mismo junto a emprendedores, ya sea por sus altos costos, sus procesos lentos, requisitos exigentes (garantías, acceso a información de la empresa, etc.) que dificultan el financiamiento. Frente a esto los 4 expertos (Tomas Taussig solo mencionó la ley ya que su entrevista se centró en la misma) respondieron que el *crowdfunding* es una solución a esto ya que facilita el acceso e irrumpe con un modelo más flexible, ágil y de mayor alcance (posibilidad de involucrar a muchos inversores y colaboradores gracias a la plataforma). Javier, quien conoce el mercado financiero por estar involucrado en el mismo, comentó que el motor de la economía argentina son las Pymes, quienes proporcionan un 90% de la ocupación actual, y que el financiamiento colectivo si se implementa bien puede ser una pieza clave de apoyo al sector. Lo mismo plantea Santiago, quien hizo hincapié en que se debe lograr un mayor desarrollo de la oferta pública. Para agregar, el entrevistado Anónimo manifestó que el crowdfunding tomó incidencia en Argentina por la fragilidad de la financiación bancaria con respecto a Pymes y emprendedores.

En cuanto al objetivo, la esencia del *crowdfunding* es unir a la oferta de dinero con la demanda del mismo como menciona Javier, Santiago y Alan. El emprendedor se encarga de proporcionar el *know how* y administrar su proyecto, y por otro lado los inversores aportan el capital para llevar la idea a cabo. Pero además del aporte de capital, los inversores pueden comprometerse e involucrarse personalmente en el proyecto ayudando a difundir la idea en redes sociales o con sus conocidos y allegados, y así crear una red que apalanque el proyecto y logre mayor difusión del mismo.

En relación con las partes involucradas en un proyecto de *crowdfunding*, tres de los entrevistados (Javier, Alan y Anónimo) coincidieron en que el rol principal es el de la plataforma, ya que la misma es la que cumple la función de intermediación entre el inversor y emprendedor, y logra el desarrollo del proyecto, es decir que sin la misma no se podría llevar a cabo. Santiago agrega que en la difusión del proyecto, además de la ayuda de cada inversor, se encuentran ferias en los que se presentan proyectos (Argenworld XXI). Alan agrega que el rol fundamental también lo tiene el inversor ya que al fin y al cabo es quien logra que la idea se materialice.

Con respecto a ventajas que proporciona el *crowdfunding*, la primera en manifestarse fue que, al ser en forma digital, el acceso y difusión es de gran alcance, donde al ser micro inversiones se necesita un gran número de colaboradores para lograr el objetivo. Además,

la digitalización del proceso lo hace más ágil y aumenta la posibilidad de participación. Javier y Santiago ven al *crowdfunding* como un medio más accesible por el hecho de que los micro inversores atomizan el proyecto y al mismo tiempo ayudan a su difusión, es decir que por medio de muchos aportes de montos bajos se logra un objetivo en forma mucho más rápido que buscando montos mayores con inversores más limitados. Aquí Alan agrega que la clave está en la digitalización, afirma que el *crowdfunding* tiene éxito gracias a las redes sociales y el uso de la tecnología. Por otro lado, como desventajas 3 de los expertos mencionaron que la mala utilización de la idea es muy riesgosa para la credibilidad de este tipo de proyectos (riesgo reputacional). Hicieron referencia a cuestiones como lavado de dinero, fraude y robo de ideas. Además, pueden existir restricciones legales (riesgo jurídico) con respecto al *crowdfunding* si no se cumplen las promesas de retribución a los inversores con respecto a sus aportes.

En la actualidad, Javier y Santiago coincidieron que el *crowdfunding* se utiliza más que nada para fines privados en proyectos inmobiliarios, es decir que la plataforma funciona como un fideicomiso que se encarga de administrar los fondos. Javier plantea que esto no es bueno para el uso de la herramienta de financiación colectiva ya que su esencia no es la de administrar fondos sino ser un nexo entre 2 partes que quieran colocar dinero o demanden en el mercado.

De los entrevistados, cuatro se refirieron a la regulación como algo positivo, ya que coinciden en que es necesaria sobre todo para brindarle seguridad al inversor y que el mismo tenga credibilidad en este tipo de proyectos. Sin embargo, Alan planteó que no es momento de enfocarse en su regulación por ser un método emergente y sin demasiado peso en el mercado financiero y hay cuestiones de mayor importancia que debe ocupar una mayor trascendencia en la agenda de los organismos reguladores.

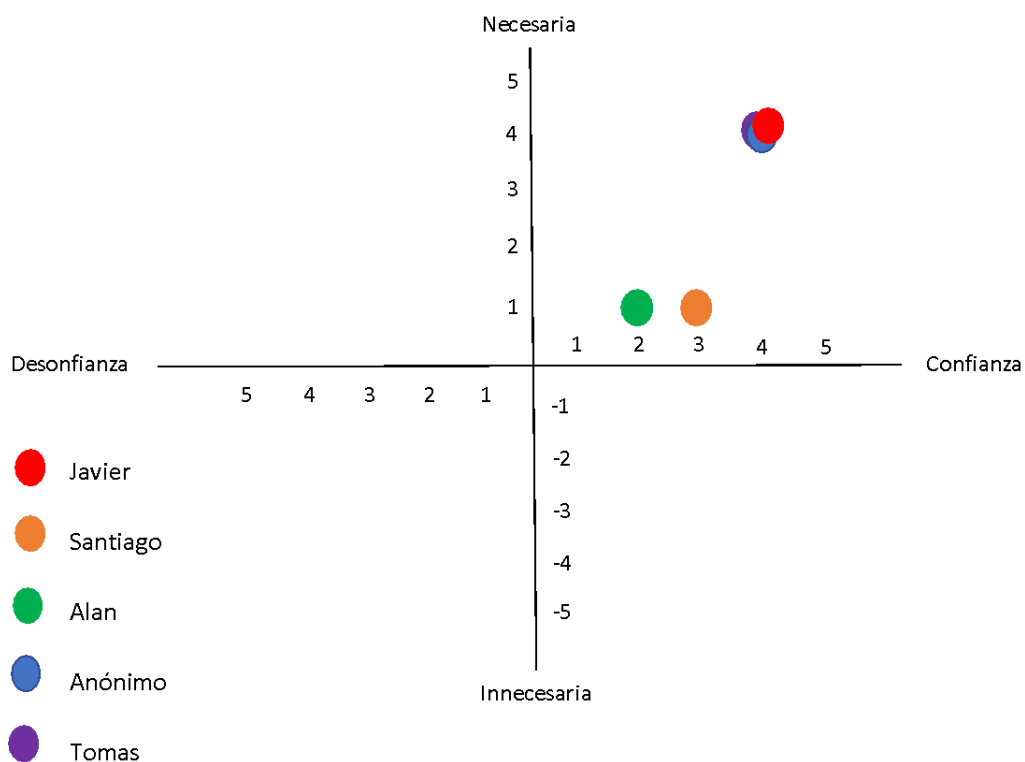
Cabe destacar, en la entrevista con Tomás (co-creador de la Ley de apoyo al capital emprendedor), que el objetivo de la ley fue facilitar al emprendedor el acceso al financiamiento y complementar a la financiación tradicional. Tomás cree que la regulación es necesaria, pero por otro lado no debe ser demasiado exigente ya que si pone demasiadas barreras para llevar a cabo un proyecto se va a desalentar el uso de la herramienta.

Por último, Javier, Alan y el entrevistado Anónimo coinciden en que el potencial de crecimiento de *crowdfunding* en Argentina es muy alto debido a que el mercado de capitales es mínimo y se necesitan nuevas empresas e innovaciones como motor para el crecimiento de la economía nacional. Además, Santiago planteó que el *crowdfunding*

público, es decir el basado en acciones debe tener un mayor incentivo en el marco fiscal para lograr su crecimiento, ya que su mayor desarrollo hasta el momento es en el sector privado. Además, Tomás comentó que la CNV esta en un proceso de buscar mejoras con respecto a la regulación actual, en donde se están realizando reuniones con los participantes de este tipo de proyectos para atender a sus necesidades.

Con el objetivo de identificar la posición de cada uno de los entrevistados sobre la necesidad de regulación del *crowdfunding* se realizó un análisis en base a Osgood (Ver Figura N°9) para relacionar la posición de necesidad de regulación con su incidencia en la confianza del inversor para colocar fondos en un proyecto.

Figura N°9 – Posición de entrevistados con respecto a la regulación del crowdfunding



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Figura n°9, los encuestados consideran que la ley es necesaria para crear y aumentar la confianza en los inversores debido a que de ese modo se resguarda y se contribuye a la confianza del inversor, que cumple un rol fundamental en el proyecto, ya que al fin y al cabo es el que permite mediante sus aportes que la idea se pueda

materializar si se logra el objetivo de financiación. Alan cree que, si bien la regulación es necesaria para evitar el mal uso de la herramienta y deteriorar así la credibilidad de la misma por parte del inversor, pero plantea que como la financiación colectiva es un fenómeno nuevo es muy reciente para enfocarse en su regulación ya que afirma que hay otras prioridades para tener en cuenta. En consistencia con Alan, Santiago plantea que le falta desarrollo al *crowdfunding* en materia de oferta pública, por lo que si bien la regulación es necesaria manifiesta que se deben dar mayores incentivos para el desarrollo de los tipos de *crowdfunding* financieros y de esa forma estimular su crecimiento. Por último, Javier, el entrevistado Anónimo y Tomas hacen hincapié en que la regulación es totalmente necesaria para crear un marco de seguridad y equidad para los inversores y así aumentar la credibilidad y confianza en el uso de la herramienta.

#### 4.2 Análisis de artículos periodísticos

Como se observa en la figura N°10 se realizó un análisis de los diversos artículos periodísticos seleccionados (Ver Anexo) con el fin de analizar el ecosistema argentino en materia de crowdfunding para así evaluar el el tipo y plataformas de mayor trascendencia, las características y perspectivas futuras y las formas de llevar a cabo el proyecto.

Figura N° 10: Cuadro comparativo de artículos periodísticos sobre *crowdfunding*

Elementos/Artículo	La Nación	Ámbito.com	El economista	Télam	El Cronista	La Nación
Tipo de <i>crowdfunding</i> que trata el artículo	Inmobiliario  (No financiero-de recompensa)	Inmobiliario  (No financiero-de recompensa)	Inmobiliario  (No financiero-de recompensa)	Arte y cultura  (No financiero-de recompensa)	Agropecuario	Agropecuario, inmobiliario, <i>crowdlending</i>
Características del <i>crowdfunding</i> en Argentina – Perspectiva futura	Incipiente  Potencial de crecimiento alto	-	-	Potencial de expansión y difusión amplio	Alcance amplio para acceder a capital (inclusión financiera)	Mejora en la conveniencia y agilidad con respecto a la utilización de sistema bancario
Forma de llevar a cabo el proyecto	Fideicomiso de administración	Fideicomiso de administración	Fideicomiso de administración	Modelo “a todo o nada”	Modelo “a todo o nada”	Fideicomiso de administración, modelo “a todo o nada”, préstamos p2p y p2b.



Plataforma/s que menciona el artículo	Crowdium - Bricksave	Bricksave	Bricksave	Ideame	Wuabi	Afluenta – Bondarea – Wuabi – SeSocio – Crowdium
Características de la plataforma	<p>Inversión mínima de \$25.000</p> <p>Rentabilidad del 20% - 25%</p> <p>Duración de 2 años</p>	<p>Módulos de inversión de \$25.000</p> <p>Utilizada principalmente por inversores jóvenes</p>	<p>En principio el inversor recibe rentas por el alquiler de los departamentos, luego se venden y se recibe el porcentual al monto de inversión</p>	<p>Herramientas para el armado de una campaña de marketing que apoye al proyecto</p> <p>Asistencia por parte de la plataforma</p> <p>Difusión de los mejores proyectos en las redes sociales de Ideame</p>	<p>Análisis de la viabilidad del proyecto</p> <p>El inversor debe justificar el monto de su inversión</p> <p>Importe de financiación mínimo requerido para que la plataforma debite los fondos</p> <p>Tasa de rentabilidad del 15% en dólares con un horizonte temporal de 18 meses</p>	<p>Afluenta: retorno promedio anual de 37% para el inversor, utilización de <i>scoring</i>, riesgo de incobrabilidad de algunos créditos</p> <p>Bondarea: orientada a la financiación de Pymes, tasa neta anual promedio en pesos del 33%</p> <p>Wuabi: proyectos de ganado, siembre, etc., con tasas en pesos y en dólares</p> <p>SeSocio: financiación de proyectos diversos</p> <p>Crowdium: un fideicomiso junta el capital para la realización de un inmueble y luego se vende en un plazo de 2-3 años, y en algunos casos las unidades se alquilan</p>

						Utilizado principalmente por jóvenes emprendedores
Historial de proyectos realizados	<p>Crowdium logró financiar 4 proyectos exitosos</p> <p>Bricksave logró financiar proyectos en Argentina, España y Estados Unidos</p>	-	-	<p>Lleva 2.500 proyectos concretados, de los cuales 620 superaron su objetivo de financiación</p> <p>En total la plataforma contó con 8.000 proyectos</p>	<p>Participación de más de 500 usuarios</p> <p>En 2018 cerraron un proyecto importante en Olavarría</p>	<p>Afluenta: más de 5.500 inversores y préstamos por \$300 millones en 2017</p> <p>Bondarea: más de 70 préstamos en 2017</p> <p>Crowdium: 3 proyectos financiados hasta 2017</p> <p>Wuabi: en 2017 registró 5 proyectos activos</p> <p>Sesocio: en 2017 se financiaron 2 proyectos de gran envergadura</p>

Opinión sobre regulación	<p>El monto máximo permitido limita la financiación de proyectos</p> <p>La ley se debe adecuar para permitir invertir el monto que cada inversor desee</p>	-	<p>Debe existir la regulación para evitar el uso en forma negativa de la herramienta</p>	-	-	<p>Es necesaria para dar certeza y trabajar con más seguridad con los inversores.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Del total de los 6 artículos utilizados, en 4 de ellas se hizo referencia al *crowdfunding* inmobiliario como el más utilizado. Se trata de una plataforma común de *crowdfunding* para la inversión de proyectos de construcción de inmuebles pero que a su vez funciona como un fideicomiso de administración ya que reúne los fondos de cada inversor particular para llevar a cabo la construcción de un inmueble, por lo general un edificio, que luego de un plazo de entre 2 o 3 años es vendido y las ganancias se reparten entre los inversores, quienes además reciben ingresos por el alquiler de dicho inmueble. Crowdium y Bricksave son las 2 plataformas que mencionan los artículos que se dedican a este tipo de *crowdfunding*.

Otros proyectos que según los artículos se llevan a cabo son agropecuarios y *crowdlending*. En el primero se destaca Wuabi, una plataforma argentina que lleva a cabo la búsqueda de inversores para proyectos de ganadería y siembra. En términos de *crowdlending*, en los artículos se menciona Afluenta como el más significativo, y otra plataforma llamada Bondarea. Este tipo de proyectos suele tener mayor riesgo, pero a su vez una mayor rentabilidad, ya que como comenta Cosentino, CEO de Afluenta, en el artículo de La Nación “opciones *online* para invertir, a la medida de los *millennials*”, hay posibilidades de que algunos créditos entren en mora por tener carteras muy diversificadas. Sin embargo, se hace un análisis crediticio de cada persona que solicita fondos y en base a ellos se establece la tasa de retorno de préstamos (la compañía utiliza *scoring* clasificando a los deudores desde A en F, en los que los retornos varían su rentabilidad según el riesgo que tenga la operación).

En cada uno de los artículos se entrevista a una persona con un cargo jerárquico importante en cada una de las plataformas mencionadas. En los primeros 3 artículos, que tratan sobre el *crowdfunding* para proyectos inmobiliarios se entrevista a Sofía Gancedo, directora general de Bricksave, una plataforma argentina de *crowdfunding* inmobiliario fundada en 2016. En el artículo de Ideame, publicado por el periódico Télam la entrevista se realiza a Sebastián Di Lullo, CEO de la compañía Ideame, plataforma de *crowdfunding* desarrollada en Argentina y Chile. Por último, se mencionan entrevistas a Alan Boryszanski, CEO de Wuabi (plataforma de *crowdfunding* inmobiliario) y uno de sus tres fundadores y Alejandro Cosentino, CEO de Afluenta (plataforma de *crowdlending*) y su fundador.

En cuanto a lo que se manifestó sobre las características en el contexto actual argentino

de *crowdfunding*, los artículos de La Nación “Ladrillos para todos: la revolución del crowdfunding llegó al sector” y de Télam “Ideame: una comunidad virtual que impulsa ideas creativas” lo posicionan como una herramienta de financiación innovadora y emergente que tiene una gran capacidad de expansión teniendo en cuenta a las dificultades con que cuentan las Pymes y emprendedores argentinos para acceder a capital. Adicionalmente, el artículo de El Cronista “El financiamiento colectivo llegó al campo” considera al *crowdfunding* como una herramienta para la inclusión financiera. Por último, en el artículo de la Nación “Opciones *online* para invertir, a la medida de los *millennials*” se lo compara con el sistema tradicional y se destaca su agilidad con respecto a este y su conveniencia, ya que al ser todo a través de internet se facilitan los procesos y se acortan los tiempos. Estas afirmaciones coinciden con las descripciones realizadas por los autores del primer capítulo, quienes definen al crowdfunding como una herramienta de acceso al capital que tomó gran trascendencia en los últimos años teniendo en cuenta que soluciona los problemas de financiación que tiene el sistema tradicional.

Otro aspecto a destacar dentro de los primeros tres artículos que tratan el *crowdfunding* inmobiliario es que la plataforma funciona como un fideicomiso de administración de los fondos que se aporta en cada proyecto. Esto coincide con lo comentado por los expertos Javier Epstein y Santiago Mignone en las entrevistas realizadas (Ver anexo).

Todas las plataformas, indistintamente de los proyectos o el tipo de inversión al que apuntan proporcionan una rentabilidad para inversor en un horizonte de tiempo específico, que por lo general varía entre 1 y 2 años. Además, en 2 artículos (La Nación y Télam) se plante que los inversores que utilizan este tipo de proyectos son los jóvenes. A nuestro criterio, esto coincide con lo que comentaron los expertos en las entrevistas sobre que es un método nuevo y no muy conocido que todavía no es del todo confiable y los adoptadores temprano del modelo son aquellas personas que tiene más contacto con la tecnología y las nuevas formas de llevar negocio en forma digital, que son las personas más jóvenes (*millennials* según los artículos).

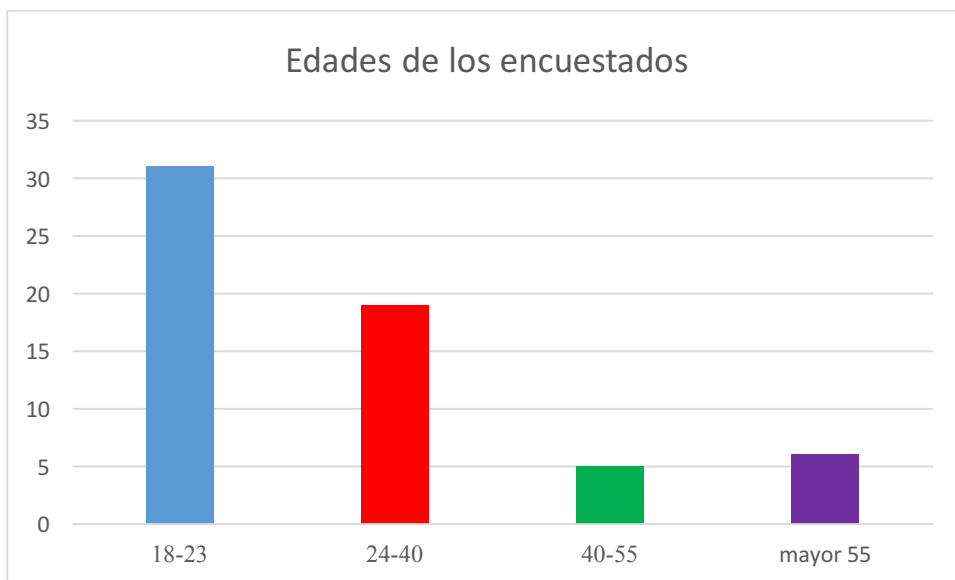
#### 4.3 Análisis de encuestas

Se realizó un cuestionario a 62 personas con el objetivo de recabar datos acerca de la utilización del método *crowdfunding* para financiar proyectos de emprendimientos y Pymes en la República Argentina (Ver Anexo). El rango de edad de los encuestados fue

de 18 años o más. Este cuestionario fue direccionado a una muestra segmentada, la cual estaba conformada por expertos, personas familiarizados con las plataformas y este tipo de proyectos, y personas que se desempeñan en el ámbito académico y laboral de administración empresarial con el objetivo de ver grado de conocimiento acerca de la misma.

Como se observa en la Figura N° 11, se recabaron las edades de la muestra de encuestados con el fin de segmentarlos para discriminar el conocimiento según la edad de cada encuestado.

Figura N°11: Edades de la muestra encuestada



Fuente: Elaboración propia.

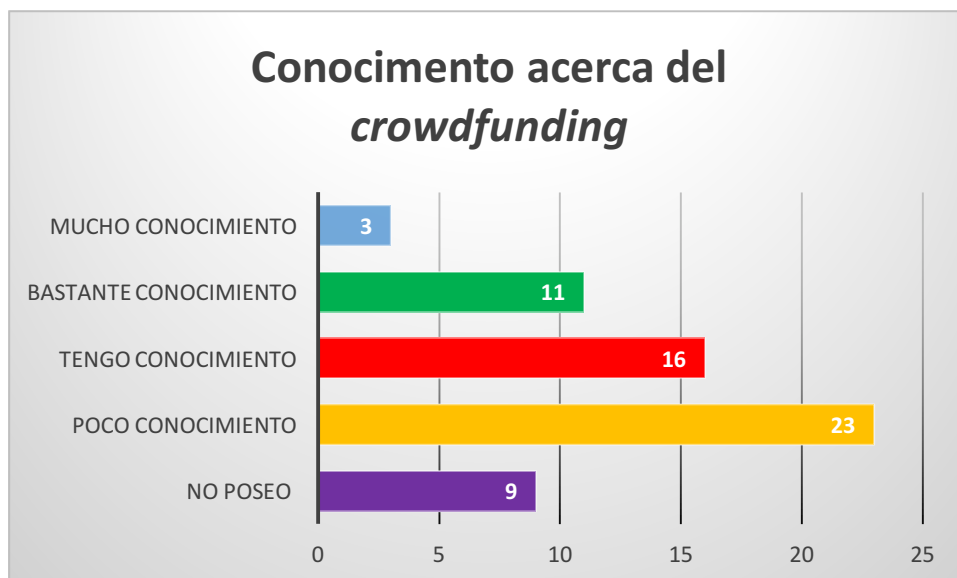
En primer lugar, se les preguntó sobre su edad para conocer el segmento que esta más sabe acerca de estas plataformas de financiación colectivo. Identificamos que un 52% de los encuestados se encuentran entre el rango de los 18 y 23 años y un 29% entre los 24 y 40 años (Ver figura N°11). Esto puede significar que estas plataformas se encuentran más presentes en los sectores generacionales más jóvenes debido a que son las que más utilizan la tecnología en la vida cotidiana.

Luego, se indagó acerca del conocimiento que se posee sobre el *crowdfunding* como método de financiación (Ver figura N°12). Un 13% de los encuestados no poseía

conocimiento mientras que el 37% tenía un conocimiento escaso, un 25% presentaba un mayor conocimiento y el restante 23% tenía entre bastante y mucho conocimiento acerca del *crowdfunding*. En términos generales, se puede observar que un 80% de los encuestados presenta conocimientos acerca del *crowdfunding* ya sea en menor o mayor medida.

Se puede apreciar en la figura N°12 que a los encuestados se les preguntó acerca de su nivel de conocimiento de la herramienta de financiación colectiva para evaluar y trascendencia y nivel de desarrollo en el ecosistema argentino.

Figura N°12: Conocimiento de los encuestados acerca de *crowdfunding*

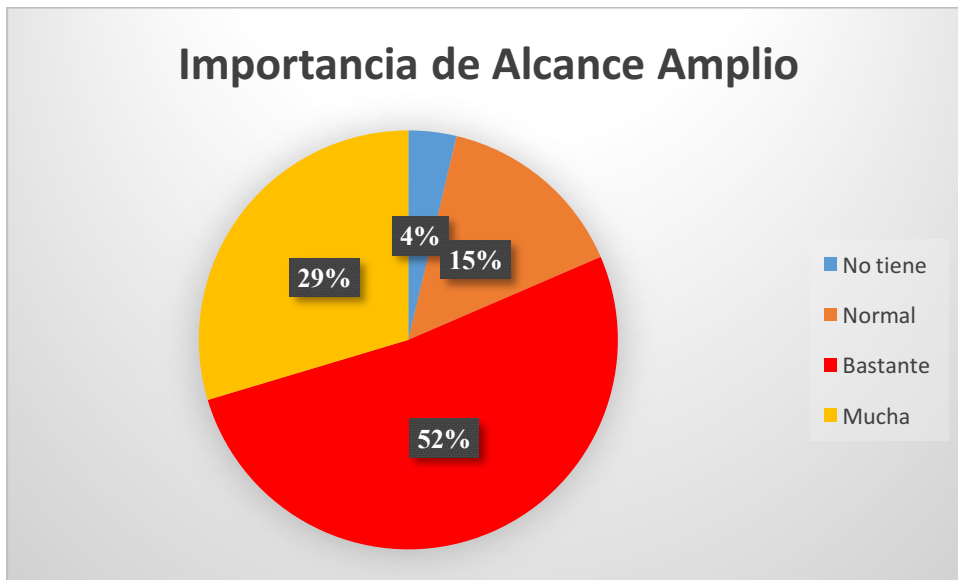


Fuente: Elaboración propia.

Analizando la importancia de las ventajas del *crowdfunding* como el alcance amplio, la rapidez y la flexibilidad (Ver figuras N°13,14 y 15), 43 personas coincidieron que el alcance amplio constituye una ventaja con bastante o mucha importancia. En cuanto a la rapidez como ventaja, 20 personas respondieron que esto tiene una importancia normal y 21 personas le otorgan bastante importancia, mientras que 10 personas le dan mucha importancia. A la flexibilidad con la que cuenta el *crowdfunding* como ventaja, 17 personas la calificaron con una importancia normal, 24 como una ventaja con bastante importancia y 12 personas consideran a esto con mucha importancia.

Al observar la Figura N°13 se puede conocer la opinión que tuvo cada uno de los encuestados sobre la ventaja de *crowdfunding* que consiste en una mayor difusión con respecto de la financiación tradicional.

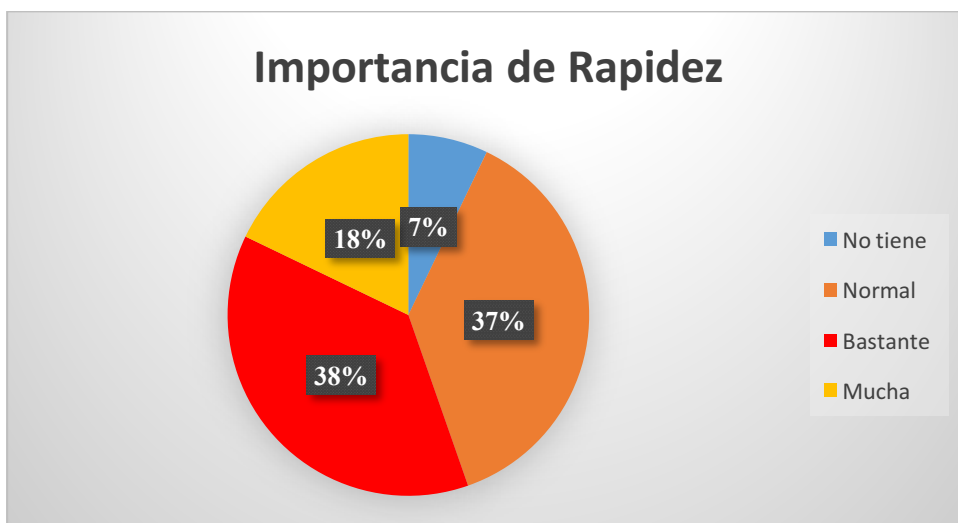
Figura N°13: Importancia de la ventaja de alcance amplio



Fuente: Elaboración Propia

Aquí en la Figura N° 14 se observa la importancia que le otorgaron los encuestados a la ventaja de rapidez con que cuenta el *crowdfunding* con respecto a la financiación tradicional.

Figura N°14: Importancia de la ventaja de rapidez

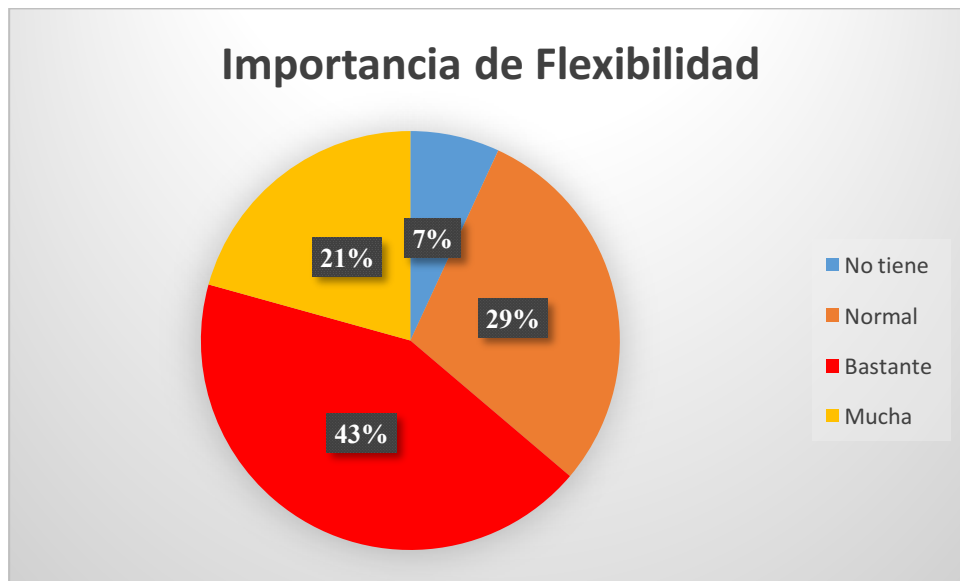


Fuente: Elaboración propia.



En la Figura N°15 se evidencia la última de las ventajas planteada a los encuestados que tiene en cuenta el grado de flexibilidad de la herramienta de financiación colectiva para facilitar el acceso al capital.

Figura N°15: Importancia de la ventaja de flexibilidad



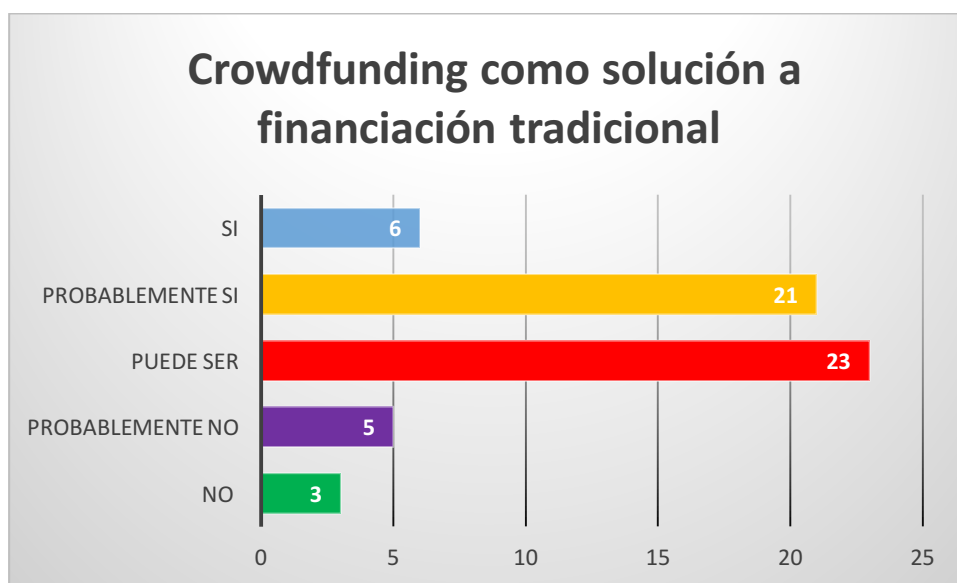
Fuente: Elaboración propia.

Como ya fue explicado en capítulos anteriores, el *crowdfunding* cuenta con 4 tipos en la actualidad: el *crowdlending*, el basado en acciones, el basado en recompensa y el basado en donaciones. Evaluamos a las personas acerca del grado de conocimiento con el que cuenta de cada tipo (Ver Anexo). La gran mayoría presenta un conocimiento nulo acerca del *crowdlending* mientras que 22 personas conocen entre poco o normal y solo 5 personas conocen entre bastante y mucho. Se observa que el *crowdfunding* basado en acciones también presenta un conocimiento nulo o escaso de conocimiento por parte de 42 encuestados mientras que 15 personas tienen un conocimiento entre regular y mucho. El *crowdfunding* basado en recompensa presenta grados de conocimiento distintos a los dos mencionados anteriormente: 20 personas tienen un conocimiento nulo, 30 personas presentan un conocimiento entre bajo y normal, y 8 personas tienen bastante y mucho conocimiento. Por último, el *crowdfunding* basado en donación es el que mayor grado de conocimiento presenta de los demás: 40 personas tienen entre poco y mucho conocimiento y solamente 18 personas no tienen conocimiento.

Continuando con la encuesta, se preguntó a los encuestados si considera al método de financiación de *crowdfunding* como una solución a la financiación tradicional con la que cuentan las Pymes y emprendedores (Ver figura N°16). La gran mayoría respondieron que probablemente sea una solución a la financiación tradicional o que definitivamente es una solución a la financiación tradicional. Un 40% respondió que podría ser una solución y la minoría no la considera una solución.

En la Figura N°16 a continuación se ve reflejado la creencia que poseen los encuestados sobre el posicionamiento del *crowdfunding* como una solución a los problemas de la financiación tradicional en la actualidad.

Figura N°16: Consideración del *crowdfunding* como solución a la problemática de la financiación tradicional.



Fuente: elaboración propia

Otra de las preguntas hechas fue si el encuestado realizó o participó en alguna campaña de *crowdfunding* (Ver Anexo). La gran mayoría, que constituye un 88% de las respuestas, no estuvo involucrado en algún proyecto de financiación colectiva. Un 12% realizó alguna campaña de *crowdfunding*. Algunos de los objetivos de las campañas (Ver Anexo), aquellos que respondieron que estuvieron involucrados, fue para juntar donaciones, proyectos de Kickstarter o buscar inversiones, entre otros. Cabe destacar que

el 25% de los encuestados únicamente pudo cumplir el objetivo de financiación mientras que un 75% no lo pudo lograr.

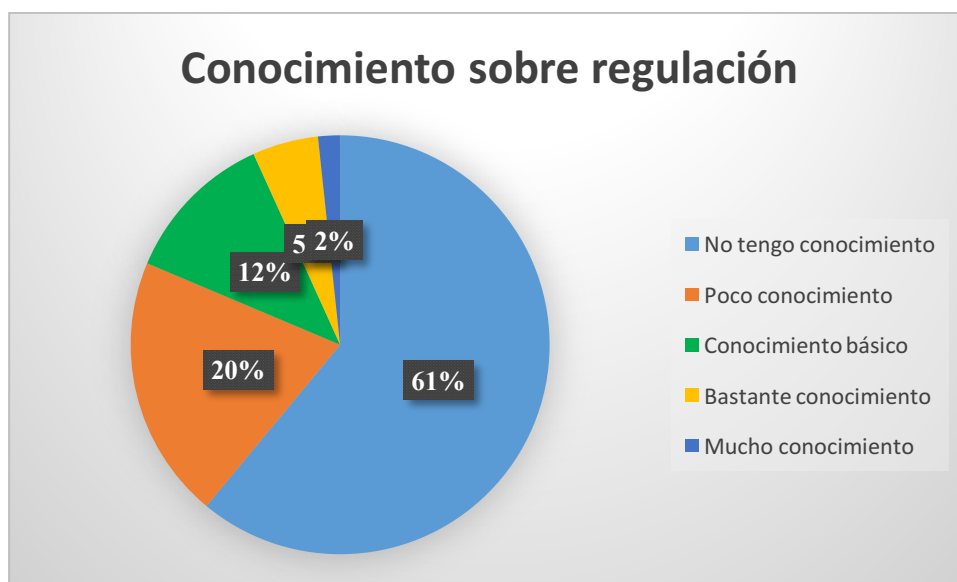
Se realizó una evaluación el nivel de importancia que tienen los participantes en el *crowdfunding*, es decir, los inversores, la plataforma y las pymes o emprendedor (Ver Anexo). La mayoría en este caso opto por darle entre bastante y mucha importancia a cada uno de los tres integrantes involucrados.

Fue decidido también evaluar el grado de conocimiento que se tiene de las plataformas de *crowdfunding* radicadas en Argentina (Ver Anexo). La plataforma de *crowdfunding* más conocida resultó ser Afluenta seguida por Crowdium, una plataforma de *crowdfunding* dedica a buscar fondos para proyectos inmobiliarios de la cual ya mencionamos, e Ideame.

Argentina recientemente cuenta con su propia Ley acerca del financiamiento colectivo, es por esto que indagamos a los encuestados si conocen acerca de esto (Ver figura N°17). Un 61% respondió que no cuenta con conocimiento lo que puede marcar la novedad que es esta Ley.

El grado de conocimiento de los encuestados sobre la regulación del *crowdfunding* es notoriamente bajo (Ver Figura N°17).

Figura N°17: Conocimiento de los encuestados sobre la Ley 27.349 de apoyo al capital emprendedor.



Fuente: Elaboración propia.

Fueron establecidos cuatro riesgos que pueden tener los proyectos de *crowdfunding*: liquidez, riesgo operacional, fracaso-quiebra y reputación, y preguntamos acerca del grado de importancia que le asigna a cada uno (Ver Anexo). La liquidez, según los encuestados, presenta entre bastante y mucha importancia. El riesgo operacional, para los encuestados, tiene una importancia media o regular. El fracaso o quiebra cuenta con una importancia entre media y mucha para los encuestados considerándose algo clave mientras que la reputación también presenta estas respuestas.

Para finalizar la encuesta, se preguntó acerca de las perspectivas a futuro que tiene el *crowdfunding* en Argentina (Ver Anexo). Entre las respuestas recibidas se destaca que varios encuestados coinciden que es algo que va a continuar creciendo y ser más utilizado. Algunos manifestaron aspectos a cambiar de la regulación con la que actualmente cuenta el *crowdfunding* en Argentina.

#### 4.4 Triangulación metodológica

Lo primero a tener en cuenta al comparar los tres instrumentos utilizados, es que hay una clara coincidencia de que el *crowdfunding* es una herramienta emergente en el ecosistema financiero argentino. Los encuestados manifestaron en su mayoría (37%) que tienen poco conocimiento sobre la financiación colectiva lo cual está directamente relacionado con que el *crowdfunding* es un tema novedoso que aún no se ha asentado ni difundido en forma consistente. Por parte de los entrevistados, los mismos afirmaron que el *crowdfunding* es una herramienta nueva en el mercado financiero y que debe continuar desarrollándose para tomar mayor importancia y lograr generar nuevos aportes de ideas en el mundo empresarial que ayuden al crecimiento económico. Los encuestados también afirmaron que es una solución adecuada en Argentina para ayudar a mitigar el acceso limitado a capital por un mercado financiero subdesarrollado debido a la dificultad de las Pymes y emprendedores para solicitar financiación por medios tradicionales. Esto coincide claramente con lo desarrollado por los autores Caccuri Melhem y Ordanini, quienes afirman que el *crowdfunding* es un método innovador para brindar una solución a las dificultades e impedimentos que poseen los medios tradicionales para acceder al capital. Mencionaron que el objetivo del *crowdfunding* y su esencia es importante para las Pymes ya que representan un 90% del total de empresas del país y son el motor de la economía. Por último, los artículos periodísticos afirman que la herramienta es emergente y que su potencial de desarrollo y crecimiento es muy alto por la inclusión financiera que

genera al usar la web para conectar la demanda con la oferta de dinero, que está relacionado con lo mencionado en el marco teórico por los autores Lopez Niño, Langthaler, Fabian y Mayorga, quienes afirman que la financiación colectiva es un proceso no tradicional en el que intervienen un gran número de personas a través de internet. Los tres instrumentos utilizados se refieren al *crowdfunding* como una solución al acceso a la financiación escasa que existe en Argentina.

Con respecto al tipo más utilizado, los entrevistados en su mayoría coinciden en que es el inmobiliario, de tipo no financiero o privado. Esto también se ve reflejado en la mayoría de los artículos periodísticos utilizados, que mencionan a Bricksave y Crowdium como las dos plataformas colectivas de mayor trascendencia en esta temática. Aquí se observa una coincidencia con lo analizado en el marco teórico, donde en la actualidad el tipo de *crowdfunding* más utilizado es el no financiero, y dentro de este el de recompensa (*Reward-Based crowdfunding*). Los autores Hoornuf, Schwienbacher y González Rodríguez habla del *crowdfunding* de recompensa como el más utilizado en la actualidad, y el crowdfunding inmobiliario se encuadra en este modelo ya que otorga retornos por el alquiler de las unidades de las edificaciones y al cabo de 2-3 años por su venta a los inversores. En cuanto a las encuestas, del total de 62 encuestados, 39 manifestaron que conocen el *crowdfunding* de recompensa.

Hay una clara coincidencia también en cuanto a las ventajas y riesgos del uso de la financiación colectiva para la financiación de proyectos de emprendimiento y en financiación de mediana y pequeñas empresas. Con respecto a las ventajas, todos los instrumentos plantean la agilidad, flexibilidad con respecto a otros medios de financiación y alta difusión. Otra ventaja que se ve reflejada en el marco teórico es el control de la idea por parte del promotor. En cuanto a los mencionado en el marco teórico, los autores Steinber y DeMaria también plantean como principales ventajas la flexibilidad, ya que el gestor de la idea o promotor tiene el control sobre la misma y llevar el curso de acción conforme a sus necesidades para lograr el objetivo de financiación propuesto, la amplia difusión, ya que se llega a un gran número de inversores si se desarrolla la herramienta de manera correcta, y la agilidad con que se pueden recaudar los fondos y hasta superar el objetivo de financiación si la idea es difundida en forma correcta. Por parte de los riesgos, los entrevistados coincidieron en que la credibilidad de los inversores puede verse afectada por el mal uso de la herramienta. Además, hay una clara coincidencia entre lo que plantea Lerner con respecto al posible robo de propiedad intelectual, que coincide con lo desarrollado por los autores Lopez Niño, Langthaler,

Fabia y Mayorga con respecto al riesgo de la posible copia de la idea por no patentar el producto o idea al no estar del todo desarrollado (por ello se busca la financiación). Por esto, como explicó Tomás en la entrevista, es que es necesaria la regulación. También hay coincidencia en las encuestas, ya que 45 encuestados manifestaron que el riesgo reputacional tiene peso en este tipo de proyectos.

En cuanto al rol de los participantes, la mayoría de entrevistados coinciden con el marco teórico (autores Beaulier, Sarker y Sarker) en que sin la existencia de la plataforma no se podría llevar a cabo la utilización de la herramienta ya que es sumamente necesaria para conectar a la demanda con la oferta de dinero. Esto también se ve reflejado en los resultados de las encuestas, 47 de los 62 afirmaron que la plataforma tiene un rol clave. Acconcia también deja en claro que todo fluye a través de la plataforma, ya que los pasos clave en el proceso que desarrolla tienen en cuenta los aspectos de la plataforma y la importancia de cada uno de ellos para lograr una campaña exitosa.

En cuanto a regulación, la mayoría de los encuestados no demostró conocimiento de la misma (61% del total), lo cual coincide con los artículos que en su mayoría no tratan la temática. Por parte de los encuestados, solo Tomas (co-creador de la ley) y Santiago manifestaron su conocimiento, pese a que todos concordaron que es necesaria la regulación de esta herramienta.

Por último, la perspectiva futura es positiva en todos los instrumentos utilizados, ya que todos plantean que el desarrollo y crecimiento en Argentina de la financiación colectiva es amplio si se utiliza en forma correcta. Es muy útil y debe tomar mayor difusión ya que se necesita mejorar el acceso al financiamiento.

## CONCLUSIONES

Para concluir el trabajo de investigación, el *crowdfunding* es un método de financiamiento que surgió para solucionar uno de los grandes problemas que posee el emprendedor, tener el capital necesario para encarar una idea de negocio. Es una herramienta innovadora, que rompe con el paradigma de financiación tradicional, y posee grandes ventajas como ser la amplia difusión (llegar a una multitud de inversores que apalanquen el proyecto que se desea financiar), flexibilidad (los requerimientos para acceder son más simples que cualquier otro método gracias a la digitalización) y agilidad (la plataforma de financiación colectiva posibilita que todos los procesos sean rápidos y más eficientes).

En todo proyecto es esencial el rol de cada uno de los participantes, el del gestor de la idea o fundador ya que es quién debe encargarse del armado de su proyecto y creación de la campaña con sus elementos para lograr el objetivo de financiación propuesto, la plataforma ya que sin ella no se podría lograr el alcance amplio de llegar a un gran número de inversores que es hacia lo que apunta el *crowdfunding* (muchos inversores que financien una idea a través de microcréditos) además de controlar y encargarse de los aspectos formales (inscripción, seguridad de la información y protección de la misma, conexión con redes sociales, etc.), y por último el del inversor que sin el mismo la idea no se puede materializar.

El objetivo principal de la investigación, que fue estudiar el modelo de *crowdfunding* como alternativa de financiación para PYMES y emprendedores, dejó demostrado que el modelo es una potencial solución a estos problemas que vienen acechando hace tiempo en nuestro país, como se mencionan en la introducción a la investigación: falta de garantías, desinterés por parte de las instituciones financieras, información contable necesaria para acceder a un préstamo cada vez mayor, altas tasas de interés, etc. La plataforma de *crowdfunding* le ofrece a esta parte la posibilidad de difusión por medios electrónicos que puede llegar a atraer a posibles inversores que aporten dinero para el proyecto. Pero como mencionó uno de los expertos entrevistados, la plataforma debe velar por los intereses de ambas partes, es decir, el inversor debe sentirse seguro con lo que está haciendo, sobre todo para ayudar a la credibilidad de todo proyecto.

Por este motivo surgió la regulación del *crowdfunding*, llamada Ley de Apoyo al Capital Emprendedor, es decir para dar seguridad a los inversores. Esta hace mucho hincapié en la información que esta “plataforma de financiamiento colectivo” debe ofrecerle y facilitarles a los inversores, como por ejemplo los riesgos y costos que conlleva invertir en su plataforma.

Además, el modelo demuestra que es de alcance amplio debido a que, analizando el ecosistema argentino y diversos artículos periodísticos incluidos en el trabajo, se puede observar que, si bien hay varios que se basan en el *crowdfunding* de carácter inmobiliario, hay plataformas que buscan impulsar proyectos agropecuarios como Wuabi, o causas solidarias como Nobleza Obliga. Siguiendo con esto, como se observa en la investigación todavía no hay un gran número de plataformas de financiamiento colectivo de conocimiento amplio en el mercado, lo cual coincide con los analizado en entrevistas y encuestas donde se afirmó que esta herramienta debe continuar desarrollándose y difundiéndose en el ecosistema financiero argentino para aprovechar todo su potencial de crecimiento.

El marco regulatorio del *crowdfunding* es necesario, pero tampoco sirve que se sobre regule, porque si bien se busca proteger al inversor y al emprendedor, no le resulta práctico ni flexible al inversor en caso de que deba cumplir gran cantidad de requisitos que pueda imponer la ley, lo que sería negativo para el uso de la herramienta.

Como cuenta pendiente de este modelo de financiamiento, nos gustaría ver que en un futuro se utilice en mayor parte para lo que se pensó el modelo. Porque como se analizó en el ecosistema argentino, no hay plataformas de financiamiento que apoyen a pequeños emprendedores que quizás tienen una idea de negocio innovadora pero no llegan al *crowdfunding* porque las PFC se encuentran avocadas a financiar un proyecto inmobiliario que probablemente traiga un retorno de la inversión. Además, falta un mayor desarrollo de lo que el *crowdfunding* de tipo financiero, el cual sería óptimo para ayudar a la financiación de Pymes y en caso del basado de acciones a la formación de nuevas sociedades lo cual sería un aspecto destacable para lograr crecimiento en Argentina, donde como mencionaron los entrevistados, la creación de nuevas empresas y la innovación son piezas claves para el crecimiento de la economía de un país.



Finalmente, luego de haber realizado el presente trabajo de investigación podemos afirmar que el *crowdfunding* es un fenómeno reciente en Argentina, y todavía no ha tenido el impacto necesario para que pequeños emprendedores puedan cumplir su objetivo de poner en marcha su idea de negocio con el aporte de poco capital de parte de muchos inversores, para lo cual se debe continuar trabajando junto con los participantes de los proyectos que tiene mayor conocimiento sobre el tema e impulsar medidas que favorezcan y den seguridad a las personas que desean invertir dinero para que usen esta herramienta.

## BIBLIOGRAFÍA

Kraus S., Ritcher C., Brem A., Cheng C. y Chang M. (2016). Strategies for reward-based *crowdfunding* campaigns. *Journal of Innovations & Knowledge*, 1, 13-23. doi: 10.1016/j.jik.2016.01.010

Hornuf L. y Schwienbacher A. (2018). Market mechanisms and funding dynamics in equity *crowdfunding*. *Journal of corporate finance*, 50, 556-574- doi: 10.1016/j.jcorpfin.2017.08.009

Caccuri Melhem D. (2014). El *crowdfunding* y sus múltiples formas. *Austral Comunicación*, 3(1), 1- 9. Recuperado de <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/82>

Beaulieu T., Sarker S. y Sarker S. (2015). A conceptual framework for understanding *crowdfunding*. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(8), Recuperado de <http://aisel.aisnet.org/cais/vol37/iss1/1>

Palazón Martín L. (2017). *Algunos aspectos problemáticos del crowdfunding de donación y recompensa* (Tesis de pregrado). Universidad de la Laguna, Tenerife, España. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/5619/ALGUNOS%20ASPECTOS%20PROBLEMATICOS%20DEL%20CROWDFUNDING%20DE%20DONACION%20Y%20RECOMPENSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lynn, T. Mooney, J. G, Rosati, P. & Cummins, E. (2019). Deciphering Crowdfunding. En Lynn, T, Moony, J. G. (Ed.). *Disrupting Finance: Fintech and Strategy in the 21st* (pp. 1-11). Dublin, Irlanda: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-3-030-02330-0

Pérez Torre (2016). *Crowdfunding como fuente de financiación alternativa* (Tesis de pregrado). Universidad de Cantabria, Cantabria, España. Recuperado de <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/8344>

Fernández, M (2013). El crowdfunding, la revolución de la empresa [Mensaje en un blog]. IMF Business School. Recuperado de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/corporativo/finanzas/6333/>

Steinberg, S. y DeMaria R. (2012). The Crowdfunding Bible: How to raise money for any startup, video game or project. Kimmich, J. (Ed.). USA: Read.me. Recuperado de: <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>

González Rodríguez (2015). *Crowdfunding de recompensa, factores clave para un proyecto de éxito* (Tesis de pregrado). Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/4512>

Hemer (2011). A snapshot on crowdfunding. *Fraunhofer*, 2, 1-32. Recuperado de: <http://www.legalefiscala.it/wp-content/uploads/2016/09/StudioCrowfundig.pdf>

Banco Mundial. (2013). Crowdfunding's Potential for the Developing World. Recuperado de: [https://www.infodev.org/infodev-files/wb\\_crowdfundingreport-v12.pdf](https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf)

*Finnovista* (2018). El ecosistema FinTech de Argentina crece por encima del 80% en 18 meses y se posiciona como cuarto ecosistema en América Latina. Recuperado de <https://www.finnovista.com/actualizacion-fintech-radar-argentina-2018/>

Sjardo Moreno, A. Y Pérez Sempre S. (2018). Análisis de las plataformas de crowdfunding social en el estado español: un estudio de casos. *REVESCO (Revista de Estudios Cooperativos)*, 1-27. doi: 10.5209/REVE.61938

European Commission (2017). Assessing the potential for crowdfunding and other forms of alternative finance to support research and innovation. Recuperado de [https://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2017/04/ECN\\_assessing\\_the\\_potential\\_crowdfunding\\_for\\_research\\_innovation\\_Jan2017.pdf](https://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2017/04/ECN_assessing_the_potential_crowdfunding_for_research_innovation_Jan2017.pdf)

*Ideame: cómo funciona?*. Recuperado de <https://www.idea.me/como-funciona>

*Grupo Konstruir: cómo funciona el crowdfunding inmobiliario?*. Recuperado de: <https://grupokonstruir.com/funcionamiento/>

*Crowdium: invertir en el mercado inmobiliario*. Recuperado de <https://www.crowdium.com.ar>

*Sesocio.com: hace crecer tu capital al ritmo de tus sueños*. Recuperado de <https://www.sesocio.com>

*Nobleza obliga: donación*. Recuperado el 19 de abril de 2019 en: <http://www.noblezaobliga.com>

*Wuabi: plataforma de crowdfunding de proyectos agropecuarios*. Recuperado de: <https://wuabi.com.ar>

*Alistate: cómo funciona?*. Recuperado de <https://alistate.net>

Szafranko, A. (7 de enero, 2018). *Crowdfunding: reglas para emprender, claves para emprender y ventajas tributarias*. Recuperado de <https://www.cronista.com/finanzasmercados/Crowdfunding-reglas-para-emprender-claves-para-invertir-y-ventajas-tributarias-20180107-0009.html>

*El crowdfunding ya tiene sus propias reglas en Argentina*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/negocios/el-crowdfunding-ya-tiene-sus-propias-reglas-en-argentina>

Poder Ejecutivo Nacional. Resolución General, Ley 27.349. *Expediente No 2350/2016 "SISTEMAS DE FINANCIAMIENTO COLECTIVO"*. (29 de diciembre de 2017). Recuperado de <https://www.cnv.gov.ar/descargas/marcoregulatorio/blob/c00f8fc6-8846-4e79-9edb-7e1107d947c1>

PwC Argentina (2019). Expectativas 2019, pymes en Argentina. 6° encuesta de pymes de PwC en Argentina, 2-6. Recuperado de <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/expectativas-pymes-2019.pdf>

Torrez Carbonell (2018). Fuentes de financiamiento para innovadores en Argentina: venture capital, inversores ángeles, inversores institucionales. *Revista de la bolsa de comercio de Rosario*, 50-57. Recuperado de

<http://iberodetiasibeifca.unsl.edu.ar/bibliografia/DeTI-9-FINANZAS.pdf>

Rentería, C. (2016). Las plataformas de *crowdfunding* en América Latina. ResearchGate, 2-62. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/309728456\\_Las\\_plataformas\\_de\\_crowdfunding\\_en\\_America\\_Latina](https://www.researchgate.net/publication/309728456_Las_plataformas_de_crowdfunding_en_America_Latina)

Henríquez, S. (2016, enero 11). Nuevas reglas para el *crowdfunding* en Estados Unidos [Mensaje en un blog]. Broota. Recuperado de <https://blog.broota.com/2016/01/nuevas-reglas-para-el-crowdfunding-en-estados-unidos/>

U.S Securities and Exchange Commission. *Regulation Crowdfunding*. Recuperado de <https://www.sec.gov/smallbusiness/exemptofferings/regcrowdfunding>

Gestion.org. *Conozca los detalles de la nueva regulación del Crowdfunding en España*. Recuperado de <https://www.gestion.org/conozca-los-detalles-de-la-nueva-regulacion-del-crowdfunding-en-espana/>

Sajardo Moreno A., Pérez Sempere S. (2017). Análisis de las plataformas de crowdfunding social en el estado español: un estudio de casos. Revista de Estudios Cooperativos. 1-27. doi: 10.5209/REVE.61938

Krom, A. (9 de junio de 2018). Ladrillos para todos: la revolución del crowdfunding llegó al sector. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/ladrillos-para-todos-la-revolucion-del-crowdfunding-llego-al-sector-nid2142221>

Ferreyra, L. (16 de mayo de 2018). Crece el apetito por el crowdfunding. *Ámbito.com*. Recuperado de <https://www.ambito.com/crece-el-apetito-el-crowdfunding-n4021396>

Bazán, A. (26 de marzo de 2018). El crowdfunding inmobiliario está poco desarrollado. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.ar/2018-03-crowdfunding-inmobiliario-esta-poco-desarrollado/>

Salcedo, H. (12 de agosto de 2017). Ideame: una comunidad virtual que impulsa ideas creativas. *Télam*. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201708/197823-ideame-emprendedores-financiamiento-colectivo.html>

Feliba, D. (3 de septiembre de 2017). Opciones online para invertir, a la medida de los millennials. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/opciones-online-para-invertir-a-la-medida-de-los-millennials-nid2058946>

Mafud, L. (4 de enero de 2018). El financiamiento colectivo llegó al campo. *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/pyme/garage/El-financiamiento-colectivo-llego-al-campo-20180104-0003.html>

## ANEXOS

### Anexo I: Entrevistas a expertos

#### Entrevista 1 - Javier Epstein

Javier es profesor en la universidad Torcuato Di Tella, en donde se desempeña como docente de Administración Empresarial I y tutor para tesis de grado. En cuanto a su conocimiento sobre el *crowdfunding*, Javier ha sido tutor de trabajos sobre el tema por lo que posee un conocimiento amplio en cuanto a las características y el funcionamiento de proyectos de financiación colectiva. Además, Javier conoce el mercado financiero ya que trabaja como productor y asesor de seguros y también da soporte a inversionistas particulares.

- 1) ¿Por qué cree usted que los autores que hablan sobre el crowdfunding como método de financiación lo posicionan como una solución a los problemas de financiamiento tradicional con los que cuentan Pymes y emprendedores en la actualidad Argentina?

Creo que en un país como Argentina donde casi el 90% del empleo está dado por las Pymes, que por lo general cada vez que necesitan expandir su negocio o sacar un nuevo producto al mercado, más del 90% de la financiación que utilizan es de recursos propios, es necesaria la innovación en materia de mercado de capitales para contribuir al crecimiento. El mercado de capital de Argentina no está muy desarrollado, la valuación de la empresa argentina en la Bolsa es de menos del 10%, cuando en países desarrollados como en Estados Unidos estamos hablando del 50%, para ver la brecha. En Argentina estamos bastante lejos para darle financiamiento a las Pymes, y más en el contexto actual donde hay que pagar un 70% anual o más de tasa, lo que requiere proyectos con mucha rentabilidad. Por eso creo que el *crowdfunding* es muy útil para financiar a las Pymes.

Lo que busca el crowdfunding es unir la demanda de dinero con la oferta, ya que los inversores se sienten motivados por invertir en un proyecto por diversas cuestiones. Hay una propuesta de valor para seducir a los inversores. Todo este tipo de proyectos requieren que al principio los familiares y amigos crean en el proyecto y lo inviertan para que luego inversores apuesten por él. El gestor de la idea debe convencer primero a familiares para

iniciar el proyecto, y luego cuando crece el proyecto se necesitan fondos adicionales. El inversor necesita ver que hay gente que confió en el proyecto, a mayor gente aportando mayor gente promoviendo la idea. El que se compromete y pone su dinero en el proyecto aporta a la credibilidad del mismo, ya que si ya se puso dinero se habla bien del proyecto a la red de contactos de cada inversor. La recomendación es más importante que el dinero en sí mismo muchas veces.

- 2) ¿Cuáles cree que son las principales ventajas que proporciona el *crowdfunding* en relación a los medios tradicionales? ¿Cuáles son los riesgos/desventajas que tiene un proyecto de *crowdfunding* en relación a la financiación tradicional?

Una ventaja o incentivo es el hecho de que hay varios inversores, micro-inversores, ya que el concepto del *crowdfunding* es que muchos inversores ponen poca plata y eso financia a la empresa, ya sea como donación o con otro medio. Otras ventajas son: dar a conocer la idea y obtener dinero en un contexto donde no hay muchas herramientas. El *crowdfunding* tiene éxito gracias a las redes sociales y uso de la tecnología, sino no habría forma de que funcione. Creo que al ser por medios digitales, la masividad es una de las ventajas principales, ya que aumenta la posibilidad de conseguir mayor cantidad de inversores que apuesten por el proyecto. Por supuesto también que es un medio menos exigente que el tradicional y más rápido.

El riesgo es que los proyectos pierdan su esencia original y se terminen utilizando para otras cosas que no deberían. Si hay fraudes se van a quitar la posibilidad de usar la herramienta para los emprendedores y afectará la generación de nuevas ideas que es lo que más me preocupa. Hay que tener mucho cuidado con la mala utilización de la herramienta, ya que si falla pierde confianza el sistema.

- 3) ¿Qué tipos de *crowdfunding* es el más utilizado en Argentina? ¿Qué diferencias principales encuentra en cada uno de ellos? ¿Qué ventajas presentan por sobre el otro?

El más utilizado es para construcción. Sin embargo, creo que se utiliza como un fideicomiso encubierto. Podría ser una amenaza para el fisco. Construir un edificio lleva un montón de riesgos y usar un modelo tan incipiente como el *crowdfunding* en algo

volátil y riesgoso no está bueno. Las redes sociales le dan otra escala a esto, ya que amplía a la búsqueda de inversores a todas partes del mundo. Tengo conocimiento sobre que en Estados Unidos una banda de música había sido financiada por el año 2002. Financiaron una gira de una banda de música.

Sé que existen distintos tipos de *crowdfunding*. Otro muy utilizado es el de donación, en donde se apoyan proyectos de ONG con fines solidarios, y también *crowdfunding* para préstamos entre personas con una tasa de interés. Uno de los grandes motivadores para este tipo de *crowdfunding* fue en Bangladesh que ideó los microcréditos. Prestaba a gente con pocos recursos para proyectos personales, y se comprometía a devolver el dinero. Se juntaban personas diferentes con distintas ideas de negocios. Buscaban a un financista que pedía que cada uno sea solidariamente responsable por el otro. El sistema funcionaba a ya que era una alternativa única y por otro había involucramiento y compromiso.

Las diferencias entre todos los tipos en principio son al fin al que apuntan, y en base a ello como se trabaja en la plataforma, no es lo mismo una plataforma de *crowdfunding* inmobiliario que uno utilizado para proyectos artísticos.

- 4) ¿Qué participantes existen en un proyecto de *crowdfunding*? ¿Cuál es el rol principal de cada participante en el proyecto?

Los participantes en un proyecto de *crowdfunding* son: en principio el gestor de la idea, quien es el que se interesa en que el proyecto sea llevado a la realidad, reunir el dinero, y la difusión de su idea en las redes. Luego los inversores que con sus micro aportes ayudan al gestor de la idea, pero también pueden ayudar dando a conocer el proyecto en redes sociales y trabajando junto con el emprendedor. Luego el participante clave es la plataforma de *crowdfunding*, que es el eje de todo esto.

- 5) ¿Qué se requiere para que un proyecto de *crowdfunding* sea exitoso? ¿Ha realizado algún proyecto de *crowdfunding* o tiene algún allegado, conocido que haya sido parte? En caso de ser afirmativo, ¿Cómo fue la experiencia?

No he realizado ningún proyecto ni tengo allegados que lo han hecho

- 6) ¿Qué costos son los más importantes en un proyecto de *crowdfunding* para las partes que intervienen? ¿Posee conocimiento sobre las tarifas/comisiones que las plataformas de *crowdfunding* cobran a sus usuarios en la actualidad?

Al no haber realizado ningún proyecto no tengo conocimiento exacto sobre los costos que conlleva el mismo o las tarifas que se aplican.

- 7) En materia de regulación, ¿Está al tanto de la ley creada por la CNV para los proyectos de financiamiento colectivo? ¿Cree que los proyectos de *crowdfunding* deben ser regulados con mayor rigurosidad? ¿Cuál es su opinión en cuanto a la regulación en Argentina para estos proyectos en los próximos años?

Conozco la ley 27.349 de apoyo al capital emprendedor. En cuanto a la perspectiva creo que es sano que este regulado para evitar abusos de la herramienta. Le da tranquilidad al inversor de que el proyecto es verdadero. Creo que se va a regular con mayor rigurosidad en el proyecto creo que el camino que tiene Argentina para generar empleo y que la economía crezca es generar nuevas ideas y empresas que se puedan llevar a la práctica. Sin embargo, creo que luego de ley se pierde un poco la flexibilidad de este tipo de proyectos. El monto máximo de la ley de \$1.000.000 no es adecuado para el contexto actual ya que se necesita mayor capital hoy en día para realizar un proyecto, limita al que realizar el proyecto además por el contexto inflacionario si no se actualiza el monto periódicamente.

## Entrevista 2 - Santiago Mignone

Santiago Mignone es Socio en PwC, cargo que ocupa desde Julio del 2015. Lo consideramos un experto en el tema. Con respecto a su conocimiento del *crowdfunding*, posee un gran conocimiento sobre lo relacionado a las Pymes, ya que participó en varios proyectos basados en la investigación de esta.

- 1) ¿Por qué cree usted que los autores que hablan sobre el *crowdfunding* como método de financiación lo posicionan como una solución a los problemas de financiamiento tradicional con los que cuentan Pymes y emprendedores en la actualidad Argentina?



En principio creo que el mercado de capitales argentino es mínimo debido a que la mayoría del sector privado se concentra en Pymes. Las mismas tiene un acceso limitado al mercado financiero y en la actualidad solicitar un préstamo a entidades bancarias les resulta muy costoso y complicado. Este método de financiación no tradicional les da la posibilidad de poder acceder a capital de una forma más rápida y con menos requisitos.

- 2) ¿Cuáles cree que son las principales ventajas que proporciona el *crowdfunding* en relación a los medios tradicionales? ¿Cuáles son los riesgos/desventajas que tiene un proyecto de *crowdfunding* en relación a la financiación tradicional?

Utilizando el *crowdfunding*, el tomador no asume riesgo bancario porque en la mayoría de los casos estos no realizan financiación a Pymes o emprendedores. También evitas el track bancario, ni las condiciones administrativas para realizar el proyecto, cediendo una parte del negocio para que lo ayuden. Eso sí, nunca deben ceder el control de este porque en ese caso perdería el *crowdfunding*. No se debe pensar que el capital es el único instrumento financiero que pueden recibir.

- 3) ¿Qué tipos de *crowdfunding* es el más utilizado en Argentina y por qué? ¿Qué diferencias principales encuentra en cada uno de ellos? ¿Qué ventajas presentan por sobre el otro?

En Argentina casi no hay una experiencia del *crowdfunding* como oferta pública, sino que desde hace muchos años hay una experiencia en el sector privado. Todos los “unicornios” (empresas más importantes del país) surgieron de este método. Hoy se encuentra más desarrollado como una serie de inversores que ponen plata en emprendimientos para incubarlos y acelerarlos.

El tipo más conocido en Argentina es el privado, en el que alguien hace apuestas con un grupo de gente que puede aportar capital, y mediante una plataforma que puede ser un fideicomiso o una sociedad. Sobre todo, este tipo de *crowdfunding* se da en proyectos inmobiliarios, en lo que la plataforma funciona como fideicomiso y administra la recaudación para llevar adelante el proyecto.

- 4) ¿Qué participantes existen en un proyecto de *crowdfunding*? ¿Cuál es el rol principal de cada participante en el proyecto?

Por un lado, se encuentra el emprendedor, que si bien tiene mucho *know how* sobre el proyecto que quiere realizar, tiene dos grandes inconvenientes: la falta de capital y problemas administrativos. El *crowdfunding* busca solucionar el primero de estos problemas, sin perder el control del proyecto.

Para los emprendedores, en el *crowdfunding* del sector privado, el gobierno organiza “ferias” a las que los emprendedores van a presentar su proyecto. A veces, estos son vía web y el emprendedor elige a quien va a ver de la feria, como es el caso de Argenworld XXI.

Por el lado de los inversores, estos son un grupo de personas que aportan capital o cualquier otro instrumento financiero, como los aportes irrevocables, mayoritariamente en busca de una retribución en el futuro.

- 5) ¿Qué se requiere para que un proyecto de *crowdfunding* sea exitoso? ¿En caso de ser afirmativo, ¿Cómo fue la experiencia del proceso de *crowdfunding* llevado a cabo por usted o algún allegado?

Tuve una sola experiencia en el año 1998 en que el banco Credicoop tuvo un fideicomiso que puso plata en tres empresas con la expectativa de que este fondo pueda abrirse para así captar al público y poder potenciar a las Pymes. Este proyecto se volteó con la crisis del 2001.

- 6) En materia de regulación, ¿Cuánto conoce sobre la nueva ley de *crowdfunding*? ¿Qué aspectos de esta resaltaría? ¿Por qué Cree que los proyectos de *crowdfunding* deben ser regulados con mayor rigurosidad? ¿Cuál es su opinión en cuanto a la regulación en Argentina para estos proyectos en los próximos años?

Pienso que la ley es un elemento muy importante para saber a la hora de realizar proyectos, y no soy amigo de que todo deba estar regulado en general. Te habilita a hacer un fondo común de inversión en el ámbito de la oferta pública. Creo que el *crowdfunding* va a seguir siendo por el ámbito privado, a menos que le den alguna preferencia fiscal para que crezcan los de oferta pública.

Es una buena ley porque te da ciertos incentivos fiscales que la hacen interesante. Además, le ponen un marco jurídico a la existencia de políticas inversoras en emprendimientos.

En los próximos años debería dar más incentivo para que se constituya en el ámbito de la oferta pública. En el ámbito de oferta pública debería ser más y en el ámbito privado en la medida que siga debe estar cubierta solamente para cubrir determinados aspectos

La ley de *crowdfunding* debe existir, pero debe hacerse cumplir. Si vos tenés control societario, no obtienes un beneficio.

### **Entrevista 3 - Alan Lerner**

Alan es profesor en la Universidad Argentina de la Empresa y en la Universidad de San Andrés para las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de Empresas. Ha participado como tutor de tesis sobre la temática.

- 1) ¿Por qué cree usted que los autores que hablan sobre el *crowdfunding* como método de financiación lo posicionan como una solución a los problemas de financiamiento tradicional con los que cuentan Pymes y emprendedores en la actualidad Argentina?

Particularmente porque el objetivo de un emprendedor no radica en conseguir el financiamiento sino en desarrollar y tener una buena idea. La clave radica en la potencialidad de la idea y del modelo de negocio para después encontrar métodos alternativos que pueden devenir de una inversión ángel, ayuda familiar, ahorros propios o de préstamos bancarios. Si encontramos que hay buen interés por parte de la idea podemos eventualmente incorporarla a una plataforma *crowdfunding* en, por ejemplo,

Kickstarter. En Kickstarter se busca partir de un método innovador y lograr una masa de inversión e interés en parte del producto para poder lanzarlo después.

Es un método innovador (el *crowdfunding*) desde el punto de vista de que logra colaboración y co-creación de valor, y lograr, con niveles de control igual de robustos que los bancos, hacer procesos más ágiles. Si tuviéramos que pedir dinero prestado a un banco probablemente presentar un plan de negocio no sería eventualmente una idea potente porque se corre el riesgo de filtraciones, de plagio, entre otras cosas. Me parece una manera distinta para poder aproximar a un fenómeno que es crítico que es obtener financiación para proyectos.

- 2) ¿Cuáles cree que son las principales ventajas que proporciona el *crowdfunding* en relación a los medios tradicionales? ¿Cuáles son los riesgos/desventajas que tiene un proyecto de *crowdfunding* en relación a la financiación tradicional?

Ya hablamos de que una de las ventajas es la agilidad. Otras ventajas son la capacidad para generar un aspecto de red que potencie volumen, generar mayor conexión con los colaboradores pudiendo ellos interactuar fuerte con la idea.

El efecto de red que mencione produce que al haber mucha gente que apoye la idea eso genera una ola positiva para que otros se sientan atraídos y eso produce que de alguna manera el proceso sea con menos fricciones porque de alguna u otra manera la gente que invierte o quiere invertir tiene toda la información disponible y no tiene que estar elaborando teorías conspirativas sobre qué se está haciendo con la plata que uno invierte. Se genera una difusión que esta buena y que a través de internet se puede llegar a un número de usuarios muy potente.

En cuanto a los riesgos, existen desde el punto de vista que puede que la idea llegue a manos incorrectas y puede devenir en fraude, robo de propiedad intelectual, robo de información de los usuarios que colabora y pone sus datos personales para realizar transferencia de dineros. Son riesgos que como en cualquier plataforma hay que considerar, pero que perfectamente se pueden mitigar.

- 3) ¿Qué participantes existen en un proyecto de *crowdfunding*? ¿Cuál es el rol principal de cada participante en el proyecto?

El inversor tiene un rol fundamental porque es quien baja el fondo para dar disponibilidad y lograr que la idea se materialice. En el caso de Kickstarter o cualquier otra plataforma, con tanto dinero se acciona la palanca para comenzar a producir y es la base que se necesita para poder ofrecer el producto. Es fundamental atraer a los inversores desde el punto de vista del capital.

La plataforma es clave porque gestiona y aloja un montón de información crítica y confidencialidad sobre los desarrollos y es la que comunica a los prospectos o posibles inversores con la gente que está aportando a la idea.

El emprendedor tiene el rol de confiarle a la plataforma la idea para que se desarrolle y tener los riesgos de que su idea esta protegida contra cualquier potencial fraude o replica indebida. Lo posiciona en un lugar en el que debe ser crítico sobre por qué confía en la plataforma y por qué no podría.

Muchas personas publican sus desarrollos en plataformas para ver qué hacen otros también, así el efecto de red se potencia para los dos lugares: conseguir financiamiento y que me vean, y compartir y colaborar en la mejora de los desarrollos propios.

#### 4) ¿Qué se requiere para que un proyecto de *crowdfunding* sea exitoso?

En primer lugar, en esencia, una buena idea, un buen producto, una buena propuesta de valor. En segundo lugar, se tiene que ser capaz, como autor o propietario de la idea, identificar al tipo de inversor que se necesita. Eso requiere una estrategia de comunicación que quizás ya excede a la plataforma utilizada porque si uno elige una plataforma de acuerdo al segmento que estoy apuntando se debe tener cuidado porque tengo que ofrecer un mensaje customizado para cada uno de los públicos. Esto presenta un desafío importante y clave.

La capacidad y el diseño de la plataforma para captar toda la información y las inversiones. Al traccionar con información extremadamente sensible y confidencial tiene que haber procesos de seguridad fuertes que validen identidades, que autentifiquen la veracidad de los datos. Esto debería estar amparado por algún ente de *contra lord* que regule esta actividad para que no caigamos en una situación que uno hace lo que quiere y pongamos en riesgo la calidad de lo que se genera.

- 5) En materia de regulación, ¿Está al tanto de la ley creada por la CNV para los proyectos de financiamiento colectivo? ¿Cree que los proyectos de *crowdfunding* deben ser regulados con mayor rigurosidad? ¿Cuál es su opinión en cuanto a la regulación en Argentina para estos proyectos en los próximos años?

En Argentina es algo que ha llegado bastante tarde. Creo que, si bien la regulación es muy reciente, los bancos y las instituciones financieras tienen otros desafíos más relevantes por los que preocuparse y entre ellos podríamos anunciar el uso de criptoactivos para operaciones financieras, el crecimiento de la banca digital como disruptor en la industria, la amenaza de industrias no tradicionales como las Telco para ofrecer productos financieros u otros *retailers*. Esto en la cola de prioridad de los entes reguladores no va a estar. En este país es mucho más emergente y hay casos interesantes para mirar afuera como Kickstarter y otras plataformas de *crowdfunding* como Afluenta, Lendning Club y otras *FinTech* que se potencian con este concepto y que como *benchmark* esta bueno emular y traer al país.

Mi proyección es que hay otras prioridades en la agenda institucional, y quizás habrá que sembrar las primeras semillas con éxito para convencer de reposicionar este tópico en la agenda.

#### **Entrevista 4 - Anónimo**

El entrevistado se dedica a lo que es la banca privada, asesoramiento privado a familias con que hacer en ahorros, realizándolo en diversos países como Argentina, Suiza, Estados Unidos y Uruguay.

- 1) ¿Por qué cree usted que los autores que hablan sobre el *crowdfunding* como método de financiación lo posicionan como una solución a los problemas de financiamiento tradicional con los que cuentan Pymes y emprendedores en la actualidad Argentina?

El *crowdfunding* nació porque en un banco tradicional para pedir un préstamo te pedían varios requisitos que son muy difíciles de cumplir. Me parecen muy importantes los

requisitos mínimos que impone el *crowdfunding* con respecto al sistema bancario tradicional.

- 2) ¿Cuáles cree que son las principales ventajas que proporciona el *crowdfunding* en relación a los medios tradicionales? ¿Cuáles son los riesgos/desventajas que tiene un proyecto de *crowdfunding* en relación a la financiación tradicional?

A nivel de riesgos (habiendo el entrevistado trabajado en un banco) está el lavado del dinero. Hay que tener buen conocimiento del cliente porque se puede meter cualquiera (riesgo reputacional). También hay un riesgo jurídico de que si armas una plataforma de *crowdfunding* y vos puedes llegar a robarle la plata a todos siendo el intermediario entre inversores y emprendedores.

Como ventaja, pienso que el modelo de financiamiento planteado es algo novedoso que eso es algo que a la gente le gusta. La gente de perfil de 20 a 40 años le gusta y es importante el tema de los mínimos que ofrece.

- 3) ¿Qué participantes existen en un proyecto de *crowdfunding*? ¿Cuál es el rol principal de cada participante en el proyecto?

En primer lugar, la plataforma debe asegurarse de velar por ambas partes. No puede descuidar al inversor que debe sentirse seguro invirtiendo, pudiendo acceder a toda la información que necesite. Y lo mismo con la otra parte, el emprendedor.

El emprendedor, debe tener una idea atractiva porque la idea lo es todo. El *crowdfunding* no tendría lugar si el inversor no confía en el proyecto, y en la capacidad del emprendedor de llevarlo adelante.

- 4) En materia de regulación, ¿Cuánto conoce sobre la nueva ley de *crowdfunding*? ¿Qué aspectos de esta resaltaría? ¿Por qué Cree que los proyectos de *crowdfunding* deben ser regulados con mayor rigurosidad? ¿Cuál es su opinión en cuanto a la regulación en Argentina para estos proyectos en los próximos años?

A nivel reglamentación se encuentra más fuerte a nivel de prevención de lavado de activos (le parece bien). Es bastante flexible a nivel de rapidez y demás. Va a ser similar a lo de los bancos porque tenés que hacer lo mismo para todos los inversores. No hay que ver a estos como la oposición si no como la regulación del *crowdfunding*.

Nació debido a donaciones de familiares y amigos. Hoy esta totalmente regulado porque a través de estas organizaciones que los mínimos son irrisorios a lo que es el sistema financiero provisional. Me parece bien que este regulado.

Desde mi punto de vista, el *crowdfunding* va a seguir creciendo porque es como arrancan los emprendedores. Estas ideas, para gente de clase baja va a ser muy necesario porque hay muy buenas ideas a todo nivel societario. Es muy importante que la regulación sea ley y sea buena. Si se mete alguien raro como inversor, el riesgo del proyecto es muy grande.

## **Entrevista 5 - Tomas Taussig**

Tomas Taussig es el Director Nacional de Capital Emprendedor en la Secretaría de Emprendedores y Pymes de la Nación. Junto con Mariano Mayer, Secretario de Emprendedores y Pymes de la Nación, fueron de los encargados de realizar la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor que se menciona en el marco teórico de la presente tesis. Por ende, se le hicieron preguntas específicas sobre la regulación del *crowdfunding*.

- 1) ¿Cuál fue el objetivo por el cual se elaboró el proyecto de ley de emprendedurismo, y se reguló una política para *crowdfunding*? ¿Qué beneficios tiene este instrumento sobre la financiación más tradicional?

La Ley de Apoyo al Capital Emprendedor, también llamada Ley de Emprendedores, se promulgó en Marzo del 2017. Es la primera vez que el Estado Nacional decide hacer políticas públicas para emprendedores a través de una ley. El objetivo de la ley fue brindar distintas herramientas que por un lado faciliten el funcionamiento de los emprendimientos (Ej.: Creación de la Sociedad por Acciones Simplificada - SAS) y por el otro fomenten las inversiones en Capital Emprendedor a través de beneficios fiscales para inversores,



programas de financiamiento y cofinanciamiento público privados; y por último la regulación de instrumentos alternativos de financiamiento como el financiamiento colectivo de acciones (*crowdfunding de equity*).

El concepto del financiamiento colectivo es básicamente muchas personas aportando pequeñas cantidades de dinero en un proyecto. En la suma de todas esas personas, el aporte termina siendo muy significativo, permitiendo que se realicen proyectos que de otra forma no hubiesen conseguido capital.

Existen cuatro grandes tipos de financiamiento colectivo (*crowdfunding*):

- 1- *Crowdfunding de Rewards*. Funciona como una preventa a cambio de un premio o descuento.
- 2- *Crowdfunding de Donaciones*.
- 3- *Crowdfunding de Lending*.
- 4- *Crowdfunding de Equity* o basado en acciones.

El caso del *Crowdfunding de Equity* o basado en acciones consiste en muchas personas aportando pequeñas sumas de dinero a cambio de una pequeña parte de la compañía. Hay una toma de acciones por parte del inversor. De esta forma, la compañía se financia ofreciendo una parte de su capital accionario que va a estar atomizado entre varios inversores. Y por el otro lado, permite democratizar el acceso a la inversión en capital emprendedor permitiendo a pequeños inversores invertir en proyectos.

En mercados más desarrollados, esta herramienta ya es una importante alternativa a la hora de buscar el capital. Permite a los emprendedores explorar nuevas formas de conseguir capital a la hora de desarrollar un proyecto.

Dentro de las ventajas que tiene este instrumento es el alcance global que tiene a la hora de mostrar proyectos de cualquier parte del mundo. Facilita el acceso al capital a un montón de proyectos que por cuestiones geográficas o de conexiones no tienen llegada a formas más tradicionales de financiamiento como pueden ser aceleradoras, inversores ángeles o fondos de capital emprendedor.

También es una excelente herramienta que puede complementar a las tradicionales y que permite juntar el capital inicial en situaciones en las que no se cuentan con ahorros o FFF.

El hecho de que los inversores estén atomizados permite conservar el control del emprendimiento.

- 2) ¿Usted cree que los proyectos de *crowdfunding* deben ser regulados y controlados con rigurosidad para evitar fraude?

Hay una tensión lógica entre la protección del inversor y la simplificación de los controles y procesos que hagan atractivo el negocio de desarrollar plataformas de financiamiento colectivo (PFC) de acciones.

Es necesario controlar las inversiones, los proyectos y las plataformas de financiamiento colectivo en pos de resguardar la seguridad de los inversores. Pero hay que tener cuidado en no sobre regular y que se vuelva muy costoso y engorroso gestionar una PFC.

La sobre regulación puede generar un desincentivo a la creación de PFC. De nada sirve regular sobre una industria que no exista. A veces, especialmente en los momentos fundacionales de este tipo de herramientas, es preferible ser más flexibles e ir ajustando la regulación a medida que se va desarrollando la industria.

- 3) ¿La actual regulación en Argentina para estos proyectos es la adecuada para los próximos años? ¿En qué debiera modificarse, si pudiera hacerlo? ¿Por qué?

Si bien con la ley se creó el marco necesario para regular las plataformas de financiamiento colectivo, el sector privado viene levantando algunas demandas y cambios necesarios respecto a la regulación de la CNV. Actualmente la CNV se encuentra revisando la regulación para poder adaptarla de la mejor manera. Es lógico un período de aprendizaje y ajuste de normativa. Por ejemplo, en Estados Unidos para *crowdfunding* también sufrió distintos cambios a lo largo del tiempo.

Algunos de los puntos que se están discutiendo para modificar son los límites de dinero por inversión por inversor, la posibilidad de que haya PFC de otros tipos societarios además de Sociedades Anónimas y permitir que las PFC puedan invertir en los emprendimientos.

- 4) ¿Cual es el fin del monto máximo impuesto al inversor, que restringe la posibilidad de recibir mayores fondos para el proyecto? ¿ Este monto va actualizarse de acuerdo a la inflación?

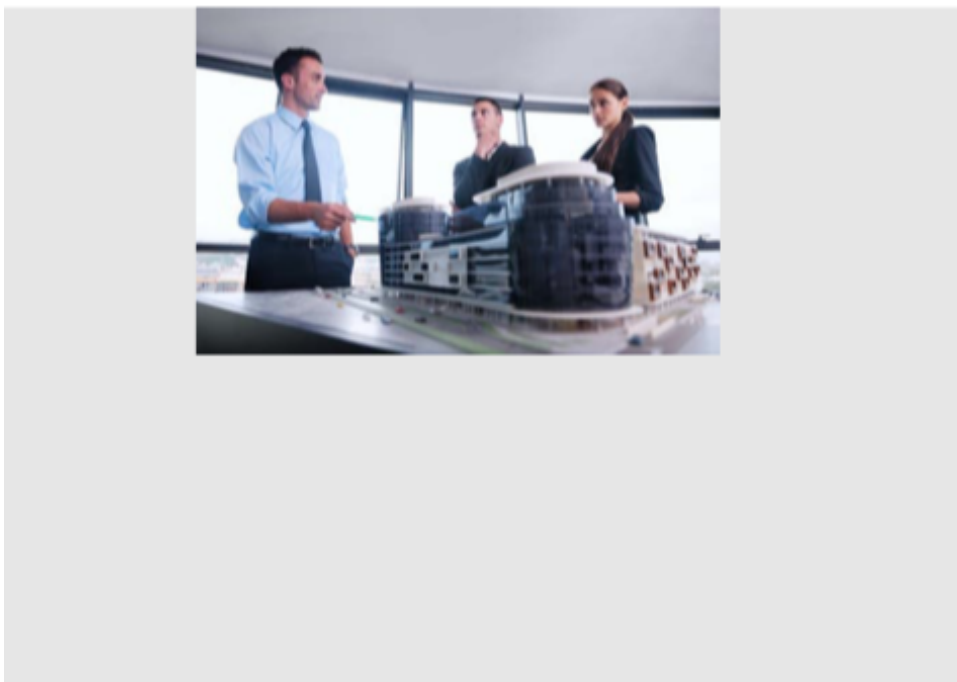
El fin del monto máximo es para proteger al inversor y que la plataforma consiga su objetivo (conseguir múltiples inversores y no solo uno o unos pocos). Es importante saber que si bien hoy en día, por el contexto inflacionario en el que vivimos, la restricción quedó desactualizada, muchos países, para no decir la mayoría, tiene algún tipo de restricción como esta para regular a los inversores y emprendedores. Es esperado que cuando la regulación se ajuste, se haga lo mismo con el monto máximo (el cual se va a atar a la inflación de manera indirecta a través del valor UVA).

## Anexo II: Artículos periodísticos

### Artículo 1: La Nación – Ladrillos para todos: la revolución del crowdfunding llegó al sector

LA NACION | PROPIEDADES

# Ladrillos para todos: la revolución del crowdfunding llegó al sector



vez más compañías ofrecen participar de procesos de financiación colectiva a través de plataformas es para comprar una propiedad; cuál es la inversión mínima y qué renta prometen

**Andrés Krom**

9 de junio de 2018

**C**osas de la revolución digital: no hace mucho tiempo atrás, uno tenía que ser un inversor con una abultada cuenta bancaria y conocer el funcionamiento interno del mercado del real estate para poder participar en la financiación de algún importante proyecto inmobiliario. Ahora, el maridaje entre desarrolladores y tecnología ha permitido democratizar este proceso, habilitando el ingreso de nuevos actores con montos más pequeños.

Se trata del crowdfunding, como se denomina al proceso de financiación colectiva a través de diversas plataformas digitales. Aunque la mayoría de los aportes suelen destinarse a negocios, causas sociales y artes escénicas (mediante servicios como Kickstarter, Indiegogo o la argentina Ideame) el real estate ha comenzado a ganarse un espacio en la industria del crowdfunding, que se estima, mueve casi US\$40.000 millones. De acuerdo con la firma Massolution, el sector inmobiliario movilizó US\$ 3500 millones en diversas plataformas durante 2016, cifra que habría ascendido hasta los US\$5500 millones el año pasado, una suba superior al 57 por ciento.

Aunque son incipientes, existen proyectos en nuestro país que ya están sacando provecho de esta tecnología. Están enmarcados en la figura de fideicomiso de administración y requieren una inversión mínima para participar que arranca en los \$25.000. La rentabilidad anual parte del 9 por ciento anual, pero puede alcanzar el 35 por ciento en proyectos a 24 meses.

"Cuando abris un diario y ves que te venden departamentos desde US\$400.000, te das cuenta de que ese tipo de publicidad está destinada al 1 por ciento de la población del planeta, la asimetría es muy grande", dice Damián Lopo, fundador y director de Crowdium, una empresa perteneciente al conglomerado Newlink Capital que se promociona como "la primera plataforma de financiamiento colectivo de proyectos inmobiliarios de la Argentina". Según Lopo, "a todos les gustaría jugar el juego del real estate". "El crowdfunding democratiza las inversiones y le da la oportunidad a cualquiera de participar del mercado inmobiliario", sostiene.

"En Estados Unidos se lanzaron más de 250 empresas de este tipo, que registran US\$4000 millones al año en transacciones. Nosotros somos la primera en América Latina y el mundo que es 100 por ciento transaccional", agrega. Crowdium permite al usuario abrir una cuenta de forma gratuita y cargar la documentación necesaria. Luego, lo pone en contacto con una fiduciaria que le devuelve la aprobación en escasos minutos, le indica el monto autorizado de inversión y, tras concretar el giro del dinero mediante home banking, envía por correo un contrato firmado digitalmente.

Con aportes mínimos de \$25.000, Crowdium ya ha logrado fundear cuatro desarrollos: los edificios de departamentos Altos de Añelo I y II en Vaca Muerta, Neuquén y los barrios privados Estancia Villa María I y II en Canning, Buenos Aires. Actualmente busca financiación para el edificio Next Bustamente, en Recoleta. Todos poseen una duración aproximada de dos años y brindan rentabilidades que oscilan entre el 20 y el

35 por ciento de acuerdo al proyecto.

Sofia Gancedo es otra de las precursoras del crowdfunding inmobiliario en el país. Es la gerente de operaciones y cofundadora de Bricksave, una plataforma que permite invertir desde la Argentina en desarrollos de lujo en otras partes del mundo a partir de US\$2500, que pueden ser abonados con tarjeta de crédito, débito o giro bancario. Los retornos anuales promedio son del 9 por ciento en dólares.

"Vamos a los desarrolladores y negociamos unidades terminadas con un 20 por ciento de descuento, 15 por ciento se lo queda el inversor", detalla Gancedo. A la fecha, Bricksave ha logrado financiar dos edificios en Puerto Madero, tres en Miami y acaba de lanzar un fondeo en Barcelona, con plazos de inversión de cuatro años. La empresaria asegura que el negocio es la desintermediación de inversiones y que sus clientes son mayoritariamente personas de buen nivel adquisitivo que no manejan "con mucha agilidad" este tipo de instrumentos financieros. "Pueden invertir un poco en un activo de lujo con un valor intrínseco y otro poco en acciones o en bonos, es una decisión inteligente", señala.

En el caso de Bricksave, la inversión promedio ronda los US\$20.000. "Varía mucho. Tenemos clientes que aportan US\$600.000 y otros que ponen US\$2500, aunque a todos los tratamos igual", reconoce Gancedo.

Bricksave permite a los inversores recibir todos los meses los ingresos obtenidos de los alquileres de las unidades. Estos fondos pueden utilizarse para otra inversión o ser depositados anualmente en una cuenta bancaria.

Gancedo agrega: "Es un producto que corta muchas barreras. A partir de este año vas a poder comprar una parte de un departamento en Singapur, es muy loco. Tenemos rendimientos conservadores en dólares pero preferimos las buenas noticias antes que las rentabilidades altísimas que esconden sorpresas en la letra chica de los contratos."

¿Te gustó esta nota?



[Ver comentarios 14](#)



Más accesible, al requerir baja inversión democratiza el acceso al sector

## Nuevos jugadores

"A través del crowdfunding inmobiliario le damos la posibilidad a inversores pequeños de participar de proyectos arquitectónicos de diseño a los cuales hasta ahora no tenían acceso. Buscamos brindarle, a todos aquellos que compartan con nosotros la idea de que invertir en construcción es una excelente alternativa en nuestros tiempos, la oportunidad de diversificar sus inversiones en distintos proyectos que ofrecen una atractiva rentabilidad en dólares, la cual se obtendrá con el simple paso del tiempo dentro del proyecto, llegando a obtener la mayor ganancia junto con la venta definitiva de la obra terminada en el mercado", comenta Zabala.

"El primer proyecto en Pilar se está terminando. A partir de ese emprendimiento se fueron armando otras dos obras y la compra de dos terrenos más para construir casas de alta gama añade y sigue. Nuestra cultura está muy arraigada en la inmigración española e italiana. Venimos de familias muy acostumbradas a invertir en ladrillos como resguardo de valor. Al crowdfunding lo veo como algo positivo, porque el inversor tiene la certeza de que ese dinero que invirtió está puesto en la propiedad, por más que no sea dueño 100 por ciento".

El arquitecto admite que buena parte de sus clientes son millennials. "Pasa algo curioso. Me está llamando gente a partir de nuestros posteos en Instagram, personas totalmente jóvenes", dice. Zabala, que ha reunido cerca de US\$1,3 millones a través de esta herramienta en el último año, ahora trabaja en bajar el aporte inicial a US\$10.000. Pero para esto dice que hay que esperar a que se hagan modificaciones a la Ley del Emprendedor, que norma el funcionamiento de los sistemas de financiamiento colectivo en el país.

"La legislación está apuntada al crowdfunding de empresas de tecnología, que no es específicamente a lo que apunto yo. La legislación tiene una gran limitante, porque cada persona solo puede aportar \$20.000, eso es menos de US\$1000. Entiendo que, a futuro, cuando seamos más los actores en este rubro, la ley se va a tener que adecuar para liberar el capital que pueda aportar la gente", concluyó.

## Visitas de Nueva York

El modelo de negocios de Prodigy Network en la Gran Manzana incluye la compra del inmueble, su remodelación, su operación y la venta, todo en un plazo de tres a cinco años. Cada proyecto es financiado con deuda con bancos 40 por ciento, capital propio 1 por ciento y crowdfunding 50 por ciento. Para el inversor la firma dice ofrecer "retornos de doble dígito", que incluye una renta anual de 6 a 8 por ciento, dependiendo cada proyecto. La tasa de retorno total va a depender del monto desembolsado, del éxito de la operación ocupación, en el caso de los hoteles, y cantidad de socios, en el caso de los coworking y de la revalorización del inmueble al momento de la venta. Así, por ejemplo, The Assemblage NoMad, con una renta del 6 por ciento anual y una revalorización calculada en 28 por ciento en cuatro años, da un retorno total de 52 por ciento o 13 por ciento anual. ¿En qué radica la fortaleza de esta inversión? Brinda estabilidad, baja volatilidad y buena performance versus otros activos, como bonos y acciones, explican en la empresa y le ponen datos: desde el año 2000, la tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del índice de precios de la propiedad comercial en Manhattan fue de 11,2 por ciento, mientras la TCAC del mercado bursátil fue de 3,29 por ciento y del índice MSCI REIT fue de 8,12 por ciento. "El capital institucional siempre se protegió de la volatilidad en tiempos de incertidumbre en oro, bonos del tesoro y propiedades comerciales", explica Niño y agrega que el beneficio individual se promueve pero exclusivamente en función del beneficio colectivo. Y esto lo bajó a sus negocios: "Me di cuenta de que si le daba acceso a los inversionistas retail (pequeños) a los activos que en los momentos de incertidumbre protegieron los grandes capitales institucionales en los



Artículo 2 - **Ámbito.com** - Crece el apetito por el *crowdfunding*

Crece el apetito por el crowdfunding

1/6/19 16:15

ambito.com

Edición Impresa

# Crece el apetito por el crowdfunding

16 Mayo 2018

• REAL ESTATE

Es una excelente ecuación para el pequeño y mediano ahorrista en un escenario de inestabilidad como el actual. Permite invertir pesos en un activo valuado en dólares. El nicho ideal en un contexto de inflación.



Por [Leandro Ferreyra](#)  
lferreyra@ambito.com.ar

Crece el apetito por el crowdfunding, un negocio que se viene masticando no hace mucho en la Argentina, pero que en el mundo está consolidado. Tal es así que en Europa o Estados Unidos, el piso para invertir se redujo considerablemente y hoy es posible entrar con 1.000 dólares. Al respecto, Sofía Gancedo, cofundadora y directora global de operaciones de Bricksave, cuenta que "de esta manera, ampliamos un instrumento de ahorro seguro a más segmentos de la población. Especialmente porque lo consideramos una forma de inclusión financiera para todos aquellos que sentían que el sector inmobiliario era una manera de ahorro imposible."

Gancedo afirma que la idea es evitar que el inversor "tenga que enfrentar las barreras de entrada inherentes al mercado del Real Estate, como los altos montos de capital necesarios o los costos de las transacciones entre inmuebles. Por eso, desde la plataforma online permitimos que nuestros inversores diversifiquen su portafolio a partir de siete clicks y de un modo transparente".

### **ABC DEL NEGOCIO**

El ABC del modelo es simple: los inversores colocan su dinero y participan del negocio con el aval de una fiduciaria que administra esos recursos. Los drivers para entrar son los mismos para quien tiene 1 millón de pesos que para el que tiene 25.000 pesos.

En líneas generales, el concepto de crowdfunding se aplica para comercializar desarrollos inmobiliarios a partir de la integración de varios inversionistas por propiedad. El formato

propone invertir en Unidades Funcionales de manera colectiva. La custodia de las inversiones se realiza a través de la figura del fideicomiso.

Una vez construido el inmueble, se ofrecerá a la venta y, una vez concretada esta, el inversor podrá retirar el capital con la utilidad correspondiente. En el momento de la liquidación de la cuota parte, el inversor tiene la oportunidad de reinvertir en otra propiedad.

## **OPORTUNIDADES**

Christian Leupold, director de Inversiones de FlexSpace, refuerza la teoría de un negocio dirigido a pequeños y medianos inversores que deseen acceder a una renta inmobiliaria que históricamente ha sido exclusiva para los grandes jugadores. "Se trata de una renta superior a la media del mercado y más estable", asegura Leupold.

"El consumidor es muy selectivo y realiza un análisis exhaustivo del producto/proyecto y los antecedentes de los desarrolladores. Es un inversor que busca diversificar sus riesgos y que sumándose a un grupo o pool logra mejores ingresos/rentas. Valoran que el desarrollador se ocupe de toda la operación", agrega Leupold, quien asegura que "cada vez hay más ofertas y propuestas, es decir que el mercado se está expandiendo continuamente. Pero es importante saber en qué y en quién se invierte, estudiar los antecedentes, solicitar reportes y referencias", advierte el especialista en bienes raíces.

## **SEGMENTO JOVEN**

Esta opción para colocar pequeños ahorros en ladrillos como refugio de valor es muy valorada por la generación millennials. "A través del crowdfunding inmobiliario les damos la posibilidad a inversores pequeños de participar de proyectos arquitectónicos de diseño a los cuales hasta ahora no tenían acceso", explica el arquitecto Víctor Zabala, y agrega: "Buscamos brindarles a todos aquellos que compartan con nosotros la idea de que invertir en construcción es una excelente alternativa en nuestros tiempos la oportunidad de diversificar sus inversiones en distintos proyectos que ofrecen una atractiva rentabilidad en dólares, la cual se obtendrá con el simple paso del tiempo dentro del proyecto, llegando a obtener la mayor ganancia junto con la venta definitiva de la obra terminada en el mercado".

Por medio de la estructura legal del fideicomiso, "permitimos aportar capital para adquirir terrenos o para la construcción de viviendas bajo tres modalidades (A, B o C), el inversor puede aportar, al contado o financiado, módulos de 25 mil dólares o más, a cambio de un porcentual de participación en el proyecto del fideicomiso a desarrollar. La inversión puede hacerse en pesos al valor del tipo de cambio, la rentabilidad estimada es del 10%/12% anual y el valor de cada módulo es fijo (no se ajusta por CAC, ni varía por inflación)", afirma Zabala.

Lo cierto es que apostar a inversores minoristas hoy es viable y tiene rentabilidad. Y la Argentina está viendo los primeros resultados de este tipo de financiamientos en el sector inmobiliario.

### **Ventajas**

- Posibilidad de invertir desde montos chicos.
- Capacidad para diversificar el riesgo a través de diversificación geográfica, moneda y proyectos.
- Bajos costos de entrada.
- Transacción online casi inmediata.
- Acceso a gran abanico de oportunidades de inversión.
- Administración por profesionales con economías de escala y de 100% manera online.

**Artículo 3 - El Economista - El *crowdfunding* inmobiliario está poco desarrollado**

# El Economista

 NEWSLETTER (<https://www.eleconomista.com.ar/newsletter>)

 DIGITAL

<https://digital.eleconomista.com.ar/>

 ([https://twitter.com/el\\_econ?lang=es](https://twitter.com/el_econ?lang=es))



<https://www.facebook.com/DiarioElEconomista>

---

Sábado 01 De Junio, 2019

---

Inicio (<https://eleconomista.com.ar/>) » Finanzas

(<https://eleconomista.com.ar/finanzas/>) » **“El crowdfunding inmobiliario está poco desarrollado”**

## “El crowdfunding inmobiliario está poco desarrollado”

26 De Marzo, 2018



Comentar

(/#facebook)

(/#twitter)

(/#whatsapp)

(/#linkedin)

### **¿Cómo es la operatoria?**

El inversor compra una parte de una sociedad que es dueña de una unidad terminada. Esta sociedad está armada con acciones clase A y B, las primeras en manos de Bricksave –que tiene derechos de administración pero no económicos– y la segunda de los inversores. Para comprar una propiedad el inversor puede destinar desde US\$ 2.500 en adelante, luego la unidad se pone en alquiler y se recibe la renta proporcional a esa inversión, que es más o menos 3% anual en dólares. A su vez, estas propiedades se va apreciando con el tiempo porque compramos a un descuento grande y porque están en ciudades donde van aumentando su valor. Cuando las unidades suben 20% se venden, cómo máximo las podemos tener cuatro años pero el promedio son dos años y medio.

“

*“Está muy disperso el tamaño de inversión en el mundo, desde US\$ 2.500 a US\$ 600.000, con un promedio de US\$ 20.000”, dice Gancedo*

”



**¿Tienen algún convenio con los desarrolladores?**

Negociamos con ellos 20% de descuento, que nos dan porque somos parte de un grupo muy grande, tenemos economía a escala, compramos en cash, y les evitamos pagar una inmobiliaria. De ese 20% el 7% se queda Bricksave y el resto se pasa a los inversores, que entran así al 13% de descuento.

**¿Qué pasa si el inversor quiere salir antes de que se venda la propiedad?**



En el contrato especificamos que no estamos obligados a comprarle su parte porque tendríamos que mantener en encaje muchísimo dinero, millones de dólares, pero sí se la ofrecemos a los demás inversores. Probablemente si se la compran se le aplique una tasa de descuento, nosotros no ganamos en esta operación. El mercado secundario aún no tiene el suficiente volumen como para poder crearlo.

### **¿De dónde son los inversores?**

Tenemos 120 inversores argentinos. Está muy disperso el tamaño de inversión en el mundo, desde US\$ 2.500 a US\$ 600.000, con un promedio de US\$ 20.000. La mayoría de los inversores son argentinos porque pusimos mas hincapié en el mercado local, ya que la idea era generar tracción desde el país que conocemos. El número viene creciendo, todos los días tenemos cuatro o cinco nuevos inversores y en los últimos días llegamos a tener 1.000 visitas a la pagina en un día.

### **¿Tiene poco desarrollo aún el crowdfunding inmobiliario en Argentina?**

Sí, ojalá hubiera más competencia porque hay un mercado muy grande y es muy virgen, y cuanto más se sepa de este tema más fácil será que la gente invierta. Nosotros trabajamos mucho con la Comisión Nacional de Valores (CNV) y el Ministerio de Hacienda para que esto se regule, algo que nos conviene porque somos una compañía seria. Lo peor que podría pasar es que entre al mercado gente que no hace bien las cosas.

### **¿Cuántos jugadores hay a nivel local?**

Somos tres o cuatro, pero hay diferencias grandes. Por ejemplo, en el mundo no podés ser una plataforma de crowdfunding y ofrecer tus propios desarrollos porque estarías siendo juez y parte, y eso es algo que hace acá la competencia. Nosotros en cambio comparamos diferentes inversiones y le

damos la mejor opción al inversor. Así, por ejemplo, si elegimos una ciudad y un desarrollador no quiere hacernos el 20% de descuento buscamos a otro, con lo cual buscamos siempre la mejor opción para el inversor.

## Artículo 4 - Télam - Ideame: una comunidad virtual que impulsa ideas creativas



**ECONOMÍA**

12/08/2017 EMPRENDEDORES

### Ideame: una comunidad virtual que impulsa ideas creativas

Es una plataforma de crowdfunding nacida en Argentina y Chile. Ya lleva más de 2.500 proyectos concretados. Su CEO, Sebastián Di Lullo, compartió con Télam los logros y las claves de esta comunidad.

Por Hernán Salcedo

**CONSTRUCCIÓN PRIMER BIENESTAR**

CONSTRUCCIÓN PRIMER BIENESTAR

Recaudó \$ 2.000.000

**CIEN MIL PASOS**

CIEN MIL PASOS

Recaudó \$ 2.000.000

**FUNDANDO UNIDOS POR EL BIENESTAR**

FUNDANDO UNIDOS POR EL BIENESTAR

Recaudó \$ 2.000.000

Un emprendedor tiene una idea pero necesita dinero para concretarla. Muestra su proyecto en una plataforma digital para buscar colaboradores que quieran ayudar a financiarlo. Los colaboradores brindan un aporte económico, pasan a ser parte de la iniciativa y reciben una recompensa a cambio. Así funciona Ideame, una comunidad que se fundó hace seis años en la Argentina y Chile y fue expandiéndose a otros países de la región.

El modelo que está detrás de este tipo de comunidades es el crowdfunding ("crowd" en referencia a mucha gente, y "funding" en relación a "financiamiento"). Se trata del

financiamiento colectivo en el que un gran grupo de personas aporta pequeñas sumas de dinero para alcanzar el objetivo económico planteado y lograr que una idea sea realidad.

Los datos dan cuenta del crecimiento de este tipo de comunidades en muy pocos años. Ideame recibió más de 8.000 proyectos. “Más de 2.500 creadores pudieron recaudar dinero para llevar adelante o iniciar su proyecto, generando una comunidad de personas alrededor de cada uno de ellos interesadas en su iniciativa”, destacó Sebastián Di Lullo, CEO de Ideame, en una entrevista con Télam. De los proyectos exitosos, 620 lograron incluso superar el objetivo económico de sus campañas.

“En estos años se recaudaron más de 5 millones de dólares en proyectos”, subrayó el CEO de esta empresa que actualmente opera en Argentina, Chile, Colombia, México, Uruguay, Brasil y Estados Unidos.

“Se recaudaron más de 5 millones de dólares en proyectos”

**¿Cómo y cuándo nació Ideame y en qué se inspiró para desarrollarla?**

Ideame nació en 2011 de la mano de cuatro emprendedores argentinos y chilenos que anhelaban traer un modelo que había revolucionado el financiamiento de proyectos en Estados Unidos con plataformas que recién se estaban instalando.

Si bien el modelo de negocios con muchas plataformas estadounidenses es similar y fue una inspiración para nosotros, hoy podemos decir que existen grandes diferencias principalmente porque en Latinoamérica el término financiamiento colectivo no se conocía. Nosotros adaptamos ese modelo para la región, para una comunidad de emprendedores y colaboradores totalmente diferentes, con otras necesidades.

**¿Cuál es el aporte de este tipo de plataformas a la producción cultural?**

Los proyectos culturales encontraron en este modelo una manera de poder comunicar y conseguir financiamiento, siendo las categorías culturales, en su conjunto, unas de las más utilizadas de las distintas categorías que hay en Ideame.

### **¿Qué valores hay detrás de este tipo de plataforma?**

Al subir un proyecto a Ideame, un emprendedor tiene que dedicarle tiempo a armarlo, pensar una estrategia de comunicación y estar dispuesto a recibir los comentarios y cambios que puede proponer la comunidad. Pero en todo ese proceso se beneficiará, ya que será un espacio donde podrá testear un producto, entender el mercado y fundamentalmente tomarlo como una herramienta de difusión. Y en caso de que el proyecto no sea exitoso, lo ayudará a evaluar el funcionamiento y darse a conocer en una comunidad.

En este recorrido, Ideame lo acompaña en todo momento, desde la carga del proyecto hasta el final de su campaña. También tenemos ciertas herramientas a su disposición, como el Admin Page, para que cada creador pueda gestionar toda su campaña y seguir los pagos de cada uno de sus colaboradores.

Los colaboradores tienen la posibilidad de descubrir proyectos emergentes, ser los primeros consumidores de los productos, los experimentadores, ser parte de la comunidad.

### **¿Qué relación hay entre Ideame y las redes sociales?**

Las redes sociales son el principal ámbito de difusión de los proyectos hacia la comunidad. Cada emprendedor tiene que preparar y planificar una campaña en redes, tarea para la cual cuenta con nuestro soporte. Ideame selecciona proyectos para difundir en nuestras propias redes.

### **¿Cuáles son los desafíos para los próximos años?**

Seguir comunicando y difundiendo en la región el modelo de financiamiento colectivo de recompensas, afianzar la comunidad en los países que tenemos presencia y seguir con la expansión a otros países de la región.

## Artículo 5 - La Nación - Opciones online para invertir, a la medida de los *millennials*

Opciones online para invertir, a la medida de los millennials - LA NACION

1/6/19 17:03

LA NACION | ECONOMÍA | ACTIVIDAD ECONÓMICA

# Opciones online para invertir, a la medida de los millennials

Prestarles dinero a otras personas, a pymes o a emprendimientos son alternativas para darle un destino concreto al dinero y obtener rentabilidad  
**David Feliba**

3 de septiembre de 2017



Invertir sin mayores trámites, una ventaja

Crédito: Shutterstock

**D**esde hace ya algunos años, el sistema bancario tradicional convive con una serie de jugadores de nicho: las llamadas fintech, plataformas electrónicas que buscan

desagregar la oferta bancaria y tomar de su menú algún segmento financiero puntual que pudieran reconvertir para el cliente digital con alguna mejora en conveniencia y agilidad.

El ahorro de cerca de 10 millones de millennials 20 a 32 años transita en la Argentina los primeros pasos de su ciclo financiero y es un target ideal para estas startups (se sabe, por ejemplo, que tienen aversión por las sucursales físicas) que se apoyan fuertemente en la tecnología y en la comodidad de procesos online.

A partir de mínimos de \$ 5000, el universo online de inversiones ofrece una gama de alternativas para configurar el portafolio millennial: desde negocios de micropréstamos persona a persona hasta la financiación colectiva o crowdfunding de proyectos en el agro, startups tecnológicas o bienes raíces en Vaca Muerta. Hay hasta una empresa que ofrece participaciones en la Torre Trump de Punta del Este. Las tasas suelen ser superadoras en pesos (más que las Lebac) o en dólares, pero es importante tener en claro que en ningún caso los rendimientos están garantizados.

Por su naturaleza, las fintechs operan fuera del alcance del Banco Central, que las mira de cerca, pero no interviene mientras no se capten depósitos del público (entonces sí caería la regulación bancaria, algo que se desea evitar). Por lo general, lo que hacen es juntar puntas entre los que necesitan fondos y quienes tienen excedente. Hay países que tramitan leyes específicas para el sector, necesarias para el desarrollo de las empresas y el mejor resguardo de los inversores. Aquí, la Comisión Nacional de Valores está próxima a reglamentar el crowdfunding de acciones para invertir en startups.

Latinoamérica está rezagada. A nivel global hay un fondeo de casi US\$ 20.000 millones, y en la región se acerca a US\$ 1000 millones. Y México y Brasil son los países que más atraen. Londres tiene su propia regulación fintech. México va en camino. Eso da más certeza a las startups para trabajar y les da más seguridad a los inversores que no quieren operar en áreas grises, dice Andrés Fontao, de Finnovista, una aceleradora española que invierte en la región.

Con todo, las iniciativas fintech buscan hacerse un lugar en las carteras de los inversores como un activo alternativo que empuje el retorno integral. Suelen ocupar no más del

10% de los patrimonios y muestran rendimientos muy superiores a los de un plazo fijo o incluso a los de algunos bonos en pesos o dólares. Tienen, claro, un riesgo mayor. Aquí una serie de alternativas para condimentar el portafolio con opciones fintech.

## Préstamos persona a persona

Hay que entender la mecánica: la incobrabilidad de algunos préstamos es parte del juego. Si bien la tasa es fija y se pacta de antemano, es esperable que en una cartera bien diversificada una pequeña porción de los créditos entre en mora o default. La tasa efectiva será resultado de esa relación, y es imposible conocerla de antemano, aunque sí se puede aproximar. Según Alejandro Cosentino, CEO de Afluente, hoy está en el rango del 34 al 36% anual para los más conservadores.

En el sector de préstamos colaborativos, Bondarea es otra alternativa, orientada a financiar pymes. Redondea una tasa neta anual del orden de 33% en pesos y tiene hoy 70 préstamos. Les ofrece también servicios de tecnología contable a las empresas, por lo que explica que puede conocer en detalle la salud del deudor.

## Crowdfunding: todos para uno

Con una renta anual que estima cercana al 8% en dólares, Ignacio Lago, uno de los socios, explica que negociar con volúmenes de US\$ 1 millón o US\$ 2 millones permite a los inversores acceder a un mejor precio de compra. Por ahora no compran en pozo para no incorporar riesgo de construcción. El riesgo es temporal: si bien los proyectos tienen una fecha de salida predefinida, los valores de mercado al momento de la venta podrían no ser los proyectados y la operación podría extenderse en el tiempo.

Wuabi y SeSocio fondean proyectos. El primero se especializa en el agro: trabajos de crías de ganado, siembra, fideicomisos ganaderos. Algunos están atados a variables como el Índice Novillo del Mercado de Liniers. Tiene 5 proyectos activos y tasas en pesos o en dólares. SeSocio, con 8 proyectos y \$ 12 millones recaudados, hace crowdfunding de inversiones en negocios muy variados: desde comprar una flota de camiones en Miami para hacerla trabajar, hasta fondear un emprendimiento argentino como Timba, una app social que busca US\$ 63.000 y que permite apostar entre amigos sobre temas de actualidad.

## Para prestar atención...

### Ventajas

#### Rendimiento

Pueden generar tasas superiores a las de inversiones más conservadoras. Hay retornos proyectados de hasta 38% anual en pesos

#### Inmediatez

El proceso es 100% online y hay facilidad para el acceso del ahorrista

#### Barrera baja

Los montos mínimos para invertir son accesibles

#### Más opciones

Se le da acceso al inversor minorista a productos como los de bienes raíces, que antes sólo llegaban como opción a entidades financieras y fondos institucionales

### Desventajas

#### Garantías

Hay menos mecanismos de resguardo que en inversiones más tradicionales como un plazo fijo o letras



# Artículo 6 - El cronista - El financiamiento colectivo llegó al campo

El financiamiento colectivo llegó al campo | Pyme | El Cronista

1/6/19 17:08

NEGOCIOS | HERRAMIENTAS | INNOVACIÓN | GARAGE | AGENDA

SÁBADO 01/06/2019

EL CRONISTA | PYME | GARAGE

Jueves 04 de Enero de 2018

## El financiamiento colectivo llegó al campo

Tres jóvenes ingenieros lanzaron Wuabi, una plataforma de crowdfunding para proyectos agropecuarios. De momento, reúne iniciativas por u\$s 700.000, con rentas estimadas de hasta 12% en dólares. Ya participan más de 500 usuarios.



Por LAURA MAFUD



<https://www.cronista.com/staff/lmafud>



El *crowdfunding*, o financiamiento colectivo, llegó al campo. Es que, recientemente (en noviembre obtuvo su carácter de SAS), comenzó a operar Wuabi, una plataforma destinada al sector agropecuario, que permite a los productores obtener financiación, diversificando los riesgos de las actividades y aumentando la inclusión financiera, además de ofrecer a los ahorristas la posibilidad de participar en oportunidades de economía real. "Nuestra visión es un campo sin fronteras y al alcance de todos", detalla Alan Boryszanski, CEO de Wuabi, uno de los tres fundadores de la firma.

El emprendimiento empezó a ponerse en marcha gracias a una inversión inicial de u\$s 40.000 en Aportes No Rembolsables y otros u\$s 10.000 provenientes de fondos propios de los tres ingenieros fundadores. "Cuando tuve mis primeros ahorros, sin tener familiares, amigos o conocimiento en el rubro, me acerqué a proyectistas agropecuarios (*feedlots*, *pooles* de siembra) para averiguar de participar en alguna de sus oportunidades. Lamentablemente, me encontré con una inversión mínima que excedía mis posibilidades. Me pregunté si era un problema recurrente, y descubrí que la clase media, en general, se encuentra excluida de participar en estos proyectos.

### Notas más leídas

- 1 Por guerra comercial, alertan que la molinera argentina de soja caerá 15%
- 2 Era tributaria digital: sin papeles y sin firmas, quién asume la responsabilidad
- 3 Revivi las mejores jugadas del triunfo de Jaguares frente a Reds
- 4 De Barracas a Nueva York a través de las obras de Alejandro Avakian
- 5 Alberto Fernández ratificó invitación a Massa y dijo que "la decisión está en él"

Como ingeniero industrial y emprendedor, estaba familiarizado con las nuevas tendencias y tecnologías de economía colaborativa y decidí emplearlas para solucionar estas problemáticas", comparte Boryszanski, que adelanta que la firma acaba de cerrar un proyecto de ganadería en la zona de Olavarría, provincia de Buenos Aires, y actualmente tiene un proyecto de siembra mixta (girasol, maíz, trigo, soja) en Tandil, con un horizonte temporal de 18 meses y una tasa esperada del 15% en dólares.

Hoy en día, la compañía cuenta con una base de más de 500 usuarios, cifra que, afirma Boryszanski, se incrementa diariamente. De cara al año que acaba de comenzar, tiene un proyecto de ganadería por *feedlot*, que iniciaría en marzo, así como un proyecto sustentable silvopastoril. "Y tenemos en análisis varios proyectos de siembra mixta y cultivos orgánicos", comparte el emprendedor, que estima haber concluido 2017 con una facturación de u\$s 10.000 y elevarla a u\$s 100.000 al cierre de 2018.

¿Cómo hacer para participar de un proyecto? Cualquier usuario, siempre que sea mayor de edad, puede registrarse en el sitio. "Al momento de postular un proyecto llega el análisis de viabilidad para elevarlo a la plataforma o no. Lo mismo con los usuarios, a la hora de invertir es cuando vemos si puede justificar o no el origen de fondos de su inversión, por ende, si es aceptada o si es necesaria mayor documentación", agrega.

"Ofrecemos activos basados en economía real, realizando seguimiento y reportes sobre los proyectos en lenguaje simple y claro (índices de precios, imágenes satelitales, estudios macroeconómicos) y analizamos todo proyecto elevado a la plataforma", dice Boryszanski. Asimismo, el riesgo del productor es diversificado con todos los usuarios que participan de sus proyectos. "Empleamos mecanismos alternativos de evaluación crediticia generando lo que denominamos 'Reputación virtual productiva', la cual le permite al productor reemplazar o subsanar la carencia de historial crediticio tradicional, logrando un mayor inclusión financiera", agrega.

Un dato a saber: Wuabi no debita fondos de los inversores que quieran participar en un proyecto hasta que este no alcance el mínimo requerido de financiamiento. "En ese sentido, protegemos al usuario al no inmovilizar su capital", concluye Boryszanski.

**EN ESTA NOTA**

empresarios	emprendimientos	negocios	pymes	campo	agro
financiamiento colectivo	crowdfunding				

 [Compartir en Facebook](#)
 [Compartir en Twitter](#)
 [Compartir en Google+](#)




### Sin regulación

No están regulados por el Banco Central; en algunos casos hay normas de la Comisión Nacional de Valores


### Liquidez

Algunas opciones no generaron aún mercados secundarios con volumen suficiente para asegurar una salida rápida por parte del ahorrista

### Diversificación

En algunas compañías no hay una voluminosa oferta de proyectos, por lo que el inversor podría encontrar problemas para diversificar

Por: [David Feliba](#)

¿Te gustó esta nota? 

 Ver comentarios 0

### **Anexo III: Aspectos generales de la Ley N° 27.349 de apoyo al capital emprendedor**

Artículo 1°- *Objeto*. Autoridad de aplicación. El presente título tiene por objeto apoyar la actividad emprendedora en el país y su expansión internacional, así como la generación de capital emprendedor en la República Argentina.

Artículo 22.- *Sistema de financiamiento colectivo*. Objeto. Autoridad de aplicación. Establéese la implementación del Sistema de Financiamiento Colectivo como régimen especial de promoción para fomentar la industria de capital emprendedor. El Sistema de Financiamiento Colectivo tendrá por objeto fomentar el financiamiento de la industria de capital emprendedor a través del mercado de capitales, debiendo la autoridad de aplicación establecer los requisitos a cumplimentar por quienes estén incluidos en dicho sistema.

La Comisión Nacional de Valores será la autoridad de control, reglamentación, fiscalización y aplicación del presente título, contando a tales fines con todas las facultades otorgadas por la ley 26.831, disponiéndose que serán de aplicación al Sistema de Financiamiento Colectivo las disposiciones de dicha ley.

Artículo 23.- *Definiciones*. Incorpórense al artículo 2° de la ley 26.831, las siguientes definiciones referidas al Sistema de Financiamiento Colectivo:

*Plataforma de financiamiento colectivo*: son sociedades anónimas autorizadas, reguladas, fiscalizadas y controladas por la Comisión Nacional de Valores y debidamente inscriptas en el registro que al efecto se constituya, con el objeto principal de poner en contacto, de manera profesional y exclusivamente mediante portales web u otros medios análogos, a una pluralidad de personas humanas y/o jurídicas que actúan como inversores con personas humanas y/o jurídicas que solicitan financiación en calidad de emprendedores de financiamiento colectivo.

*Responsable de plataforma de financiamiento colectivo*: son las personas humanas designadas por los accionistas de la plataforma de financiamiento colectivo para el cumplimiento de los requerimientos exigidos por la Comisión Nacional de Valores, actuando en representación de la plataforma de financiamiento colectivo.

*Emprendedor de financiamiento colectivo:* es la persona humana y/o jurídica que presenta un proyecto de financiamiento colectivo con la finalidad de obtener fondos del público inversor para su desarrollo, conforme la reglamentación que a tales fines dicte la CNV.

*Proyecto de financiamiento colectivo:* es el proyecto de desarrollo individualizado presentado por un emprendedor de financiamiento colectivo a través de una plataforma de financiamiento colectivo y que solicita fondos del público inversor.

Artículo 24.- *Participación en un proyecto de financiamiento colectivo.* Las únicas formas de participación de los inversores en un proyecto de financiamiento colectivo serán a través de:

- i) La titularidad de acciones de una sociedad anónima (S.A.) o sociedad por acciones simplificada (SAS), teniendo en especial consideración en ambos casos aquellas sociedades que dentro de su objeto prevean adicionalmente generar un impacto social o ambiental en beneficio e interés colectivo
- ii) Adquisición de préstamos convertibles en acciones de una sociedad anónima (S.A.) o de una sociedad por acciones simplificada (SAS); y
- iii) La participación en un fideicomiso.

Artículo 28.- Exclusiones. Quedan excluidos del Sistema de Financiamiento Colectivo los proyectos destinados a:

- a) La recaudación de fondos con fines benéficos;
- b) Las donaciones;
- c) La venta directa de bienes y/o servicios a través de la plataforma de financiamiento colectivo;

Resolución General Nro 717

ARTÍCULO 1º.- Las Plataformas de Financiamiento Colectivo (en adelante “PFC”) son personas jurídicas constituidas como sociedades anónimas, autorizadas para funcionar como PFC por la Comisión e inscriptas en el registro creado al efecto.

ARTÍCULO 11.- Las PFC deberán contar en forma permanente con un patrimonio neto mínimo de PESOS DOSCIENTOS CINCUENTA MIL (\$250.000), el que deberá surgir de sus estados contables anuales.

PROHIBICIONES. ARTÍCULO 14.- En su actuación las Plataformas de Financiamiento Colectivo y/o el Responsable de Plataforma de Financiamiento Colectivo no podrán:

a) Brindar asesoramiento financiero y/o recomendaciones de inversión en relación a los Proyectos de Financiamiento Colectivo promocionados por la PFC, sin perjuicio de brindar la información objetiva a que hace mención el inciso d) del artículo 30 de la Ley N° 27.349.

b) Destacar Proyectos de Financiamiento Colectivo promocionados en la PFC en detrimento de otros, excepto la opción de listado por ordenamiento de fecha, monto u otros parámetros objetivos mencionados en el inciso d) del artículo 30 de la Ley N° 27.349.

c) Recibir fondos por cuenta de los Emprendedores de Financiamiento Colectivo a los fines de invertirlos en Proyectos de Financiamiento Colectivo desarrollados por esos mismos Emprendedores.

d) Gestionar las inversiones en los Proyectos de Financiamiento Colectivo; poseer, custodiar o administrar fondos suscriptos a Proyectos de Financiamiento Colectivo y/o instrumentos de Financiamiento Colectivo. En caso de utilizar un Fideicomiso para la administración de los fondos suscriptos, la PFC y las sociedades que formen parte del grupo económico de la misma, no podrán actuar como Fiduciario del mismo.

COMISIONES Y PUBLICIDAD.

ARTÍCULO 18.- Las comisiones que cobran las PFC por sus servicios deberán ser publicadas y estar actualizadas. Deberán ser presentadas de manera clara e inequívoca de forma tal que el Inversor y el Emprendedor puedan conocer fehacientemente el costo de participación en la PFC

ARTÍCULO 45.- El monto de emisiones acumuladas entre todos los instrumentos emitidos a lo largo de 12 meses por parte de un Proyecto no podrá superar los PESOS VEINTE MILLONES (\$20.000.000).

LÍMITES DE INVERSIÓN EN EL SISTEMA DE FINANCIAMIENTO COLECTIVO.

ARTÍCULO 55.- Los Inversores no podrán destinar, dentro de un mismo año calendario, a la adquisición de instrumentos de Financiamiento Colectivo, ingresos brutos anuales que representen más del VEINTE POR CIENTO (20%), conforme el último ejercicio fiscal cerrado. Para poder suscribir una oferta en una PFC los Inversores deberán realizar una Declaración Jurada que acredite el cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo.

ARTÍCULO 56.- Ningún inversor podrá participar en más del CINCO POR CIENTO (5%) de la suscripción de un Proyecto de Financiamiento Colectivo, o en un monto mayor a PESOS VEINTE MIL (\$20.000), el que fuere menor.

## Anexo IV: Formulario de encuestas

Crowdfunding en Argentina

9/6/19 21:02

### Crowdfunding en Argentina

El siguiente cuestionario se realizó con el objetivo de recabar datos acerca de la utilización del método crowdfunding para financiar proyectos de emprendimiento y Pymes en la República Argentina. Su utilización será para un Trabajo de Investigación Final de Grado en la Universidad Argentina de la Empresa.

**\*Obligatorio**

**1. ¿Cual es su edad? \***

Marca solo un óvalo.

- 18 - 23 años
- 24 - 40 años
- 40 - 55 años
- Mas de 55 años

**2. ¿Cuanto conocimiento posee sobre el crowdfunding como método de financiación? \***

Marca solo un óvalo.

- 1- No poseo *Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.*
- 2- Poco conocimiento
- 3 - Tengo conocimiento
- 4- Bastante conocimiento
- 5- Mucho conocimiento

**3. Identificando las ventajas del método, cuanta importancia cree que tienen para el crowdfunding?**

Seleccionar una respuesta por fila por favor

Marca solo un óvalo por fila.

	1- No tiene importancia	3- Normal	4- Bastante	5- Mucha
Alcance amplio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexibilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. ¿Cuanto conoce de los diversos tipos de crowdfunding?**

Seleccionar una respuesta por fila por favor  
 Marca solo un óvalo por fila.

	No Conozco	Conozco Poco	Conozco	Conozco bastante	Conozco mucho
Crowdlending	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Basado en acciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Basado en recompensa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Basado en donación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5. ¿Considera al método de financiación de crowdfunding como una solución a la financiación tradicional con la que cuentan las Pymes y emprendedores?**

Marca solo un óvalo.

- 1-No
- 2-Probablemente no
- 3-Puede ser
- 4-Probablemente si
- 5-Si

**6. ¿Ha participado o realizado alguna campaña de crowdfunding?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

**7. ¿Con qué finalidad realizó el proyecto?**

\_\_\_\_\_

**8. ¿Pudo cumplir el objetivo de financiación?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

**9. ¿Que nivel de importancia tienen los diversos participantes del método?**

Seleccionar una respuesta por fila por favor  
 Marca solo un óvalo por fila.

	No tiene	Poca	Tiene	Bastante	Mucha
Inversores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataforma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pymes o Emprendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**10. ¿Tiene algún conocido que haya realizado alguna campaña?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No *Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.*

**11. ¿Qué plataformas de crowdfunding argentinas conoce?**

Selecciona todos los que correspondan.

- Crowdium
- Ideame
- Afuenta SA
- Grupo Konstruir
- Panal de ideas
- Otro: \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuanto conoce sobre la regulación actual en materia de crowdfunding en Argentina?**

Marca solo un óvalo.

- No tengo conocimiento
- Poco conocimiento
- Conocimiento básico
- Bastante conocimiento
- Mucho conocimiento

**13. ¿Cuanta importancia considera que tienen los siguientes riesgos en un proyecto de crowdfunding?**

Seleccionar una respuesta por fila por favor  
 Marca solo un óvalo por fila.

	No tiene	Poca importancia	Importancia media	Bastante importancia	Mucha importancia
Liquidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fracaso - quiebra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. ¿Cuál es su perspectiva futura para el crowdfunding en Argentina (mediano plazo)?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_