



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Crowdfunding, una alternativa en el proceso de recuperación económica post- COVID-19

Miguel Ángel González-Romero¹

*Beatriz Martínez-Carreño**

*María Isabel Garrido-Lastra***

Resumen

La emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19 ha transformado la vida del mundo entero, los efectos en materia de salud han sido enormes y ahora comienza la afectación económica. Los sectores tradicionales se han visto seriamente modificados, el uso de la tecnología ha sido clave, su penetración y fuerza serán la punta de lanza en el proceso de recuperación económica local y mundial.

Los recursos líquidos preocupan, el acceso al crédito comienza a restringirse y la financiación de nuevos negocios es casi nula en las instituciones financieras tradicionales, la tasa de interés pasiva comienza a caer desalentando el ahorro y los pequeños inversionistas no encuentran espacios de refugio ante la incertidumbre y el riesgo. Por ello, mediante la creación de comunidades virtuales, nacen alternativas como el financiamiento colectivo que hoy pueden ser un vehículo de salida de la situación económica que se empieza a agudizar.

Palabras clave: Financiamiento colectivo, economía colaborativa, Covid-19, tasas de interés.

Abstract

The health emergency caused by COVID-19 has transformed the life of the entire world, the health effects have been enormous and now the economic damage is beginning. The traditional sectors have been seriously modified, the use of technology has been key, its penetration and strength will be the spearhead in the process of local and global economic recovery.

Financial liquidity worries, the access to credit begins to be restricted and the financing of new businesses is almost nil in traditional financial institutions, the passive interest rate begins to fall, discouraging savings, and small investors don't find refuge spaces before uncertainty and risk. For this reason, through the creation of virtual communities, alternatives such as collective financing are born, which today can be a way out of the economic situation that is beginning to sharpen.

Keywords: Crowdfunding, collaborative economy, Covid-19, interest rate.

¹ **Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Introducción

La emergencia sanitaria decretada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el día 30 de enero de 2020, revolucionó la vida de la humanidad, esto es, una emergencia mundial en materia de sanidad empieza a convertirse en una emergencia económica en la que los escenarios de regreso a actividades sustantivas y no sustantivas aún es incierto, generando incertidumbre y con ello el riesgo financiero aumenta cada día.

El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC incluido el internet) se ha convertido en un vehículo de alto valor agregado en el que los escenarios virtuales y el tejido de comunidades digitales presenta una gran oportunidad de sobrevivir económicamente hablando al ser una alternativa en la gestión empresarial y la esperanza de escalar el nivel de penetración en mercados no tangibles. En el rompimiento de los esquemas tradicionales y la generación de nuevos esquemas de intercambio las finanzas tanto empresariales como personales empiezan a recobrar una gran preponderancia no sólo formativa sino operativa, la búsqueda por recursos financieros a bajo costo o el refugio de las inversiones que han visto comprometida su tasa de ganancia han creado nuevos canales de especulación, pero también de administración de riesgos de mercado y financieros. En palabras de Katrine Marçal, “la innovación financiera siempre ha tenido que ver con las diversas formas de alterar la relación entre el tiempo y el dinero y de jugar con ella” (2017:88)

El aumento significativo en el uso de teléfonos celulares y de internet para realizar operaciones financieras entre 2014 y 2017, ha contribuido a que la bancarización aumente un 9% a nivel mundial, y un 13% la proporción de titulares de cuentas que envían o reciben pagos a través de medios digitales en países desarrollados, según datos del Banco Mundial. (InversorLatam, 2020)

No obstante, el proceso de financiamiento a través de Instituciones bancarias sigue siendo la forma dominante del siglo pasado en el país, pues tan sólo en 2018 según datos de la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN) realizada por el Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI), la banca comercial fue la principal fuente de financiamiento en México otorgando el 75.4% de los créditos solicitados por las empresas mexicanas, sin embargo, no ha sido suficiente para lograr financiar todos los proyectos existentes pues según la misma encuesta sólo el 21.7% de los créditos solicitados fueron aprobados, por lo que las plataformas de financiamiento colectivo, buscan encontrar nuevas formas de financiar ideas y proyectos lo que lleva implícito un cambio de paradigma en cuanto a las formas tradicionales (bancarización) de transacciones financieras, esta idea la plantea Hernández (2014) en su ponencia de iniciativa del Dictamen del Comité Económico y Social Europeo.

Así, la volatilidad que se ha generado en los mercados hace que los grandes inversionistas busquen refugio y que los pequeños busquen desesperadamente el no perder lo que tienen, por ello los esquemas de inversión a bajo riesgo han dejado de ser atractivos, pues si bien las tasas de interés pasivas aún siguen siendo positivas en la mayor parte del mundo a pesar de los ajustes que los bancos centrales han hecho a raíz del decreto de pandemia no son suficientes ante el riesgo inminente de una recesión mundial, “los mercados financieros son una paradoja en el sentido de que no pueden obtener beneficios sin asumir riesgos” (Marçal; 2017:89). Por ello, en un escenario de crisis, -entendida como la caída de la tasa de ganancia²- es necesario buscar nuevas alternativas en las cuales colocar el capital dinerario a fin de aumentar la tasa de beneficio que ya no es sostenida por los procesos naturales de intercambio en el mercado. Pues como lo afirma David Harvey (2012:193), “el papel del capitalista es utilizar el dinero para comprar la fuerza de trabajo o los activos de otros y emplearlos para obtener una ganancia, acumular capital y aumentar así su caudal personal de riqueza y poder”.

En la tabla 1 se presenta un comparativo de tasas de los principales países observándose que la mayoría de economías han modificado su tasa libre de riesgo durante este año, sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, la realidad es que las tasas de rendimiento de una inversión a otra o de un sector a otro empiezan a generar grandes brechas, pues la pandemia ocasionada por el coronavirus ha puesto una división entre los sectores que por su dependencia a la cultura de masas hoy se han visto desplazados por los sectores que tradicionalmente ocupaban la distancia y el individualismo como base de negocio.

Tabla 1. Comparativo de tasas de interés pasivas y sus modificaciones

Países	Modificación	Tasa Pasiva	Var.
Reino Unido	19/03/20	0.10%	-0.15%
Zona Euro	17/10/17	0.00%	0.00%
Estados Unidos	16/03/20	0.00%	-1.00%
Japón	16/02/16	-0.10%	-0.10%
China	20/04/20	3.85%	-0.20%
Argentina	10/03/20	38.00%	-2.00%
Brasil	18/06/20	2.25%	-0.75%
Canadá	27/03/20	0.25%	-0.50%
Suiza	15/01/15	-0.75%	0.00%
Chile	24/10/19	1.75%	-0.25%
Colombia	30/04/18	4.25%	-0.25%

² Ver el planteamiento de Claudio Katz (2000), Bolívar Echeverría (2011), Carlos Marx, El Capital, Tomo I, Vol. 3, S. XXI, capítulo 23: La ley general de la acumulación capitalista, apartados 1, 2, 3 y 4

Costa Rica	18/06/20	0.75%	-0.50%
Ecuador	28/01/19	8.82%	0.83%
Hong Kong	08/06/20	0.50%	-0.50%
Corea del Sur	28/05/20	0.50%	-0.25%
México	25/06/20	5.00%	-0.50%
Rusia	27/07/20	4.25%	-0.25%
Suecia	08/01/20	0.00%	-0.25%
Sudáfrica	24/07/20	3.50%	-0.25%

Fuente: Adaptación propia con base en los datos obtenidos de Datos Macro, 2020.

Como se observa, la situación financiera y económica por la que atraviesa nuestro país y el mundo entero ocasiona el no fomentar la confianza en los bancos y mucho menos en la concesión de préstamos a cualquier tipo de industria o sector, pues movidos por la incertidumbre y el riesgo sobre la forma de funcionar de la sociedad post covid-19 hacen que aumenten sus niveles de aseguramiento de los flujos de capital que no comprometan al sistema financiero en su conjunto. Estos cambios han ido construyendo un nuevo paradigma, en el que se han roto los esquemas individuales para transitar a los colectivos, una especie de “redes de intercambio y colaboración entre personas” (Johnson;2013:48), un tejido en donde hay personas con recursos dispuestos a ayudar no solo a las personas sino también pequeñas y medianas empresas que lo necesitan.

La aversión a las pérdidas es implícita a la naturaleza del ser humano, por ejemplo: es más grande el dolor que una persona siente al perder cierta cantidad de dinero que la satisfacción o alegría causada por ganar la misma cantidad. Esto lo saben los expertos en marketing que buscan posicionar necesidades ficticias que desencadenen un consumo mayor al necesario, “por esa razón se utilizan mensajes como edición limitada o si no lo compras ahora lo pierdes para siempre. El cerebro entra en la zona de pérdida y el cliente lo quiere evitar”, así lo explica Pedro Bermejo (2015), neurólogo y presidente de la Asociación Española de Neuroeconomía (ASOCENE). A este miedo se le puede añadir el factor tiempo. “Menos tiempo tiene el consumidor para decidir, más es emocional e influenciable. Por otro lado, cuanto más tiempo tiene, más piensa; y cuanto más piensa, más racional será”, argumenta el experto en neurología. “El ejemplo más típico son las rebajas: se crea el miedo a perderlas”.

“Algunos pueden pensar que el porcentaje de PNB invertido en publicidad (1% en UE) es claramente inferior al 5% invertido en educación (pública). Pero es un error. Si se toma toda la vida de un ciudadano, se constata que la publicidad afecta a todas las personas desde la cuna hasta el féretro (cerca de 75 años), mientras que la educación pública no dura de media más de 15 años. El impacto es grande y según los últimos estudios, un

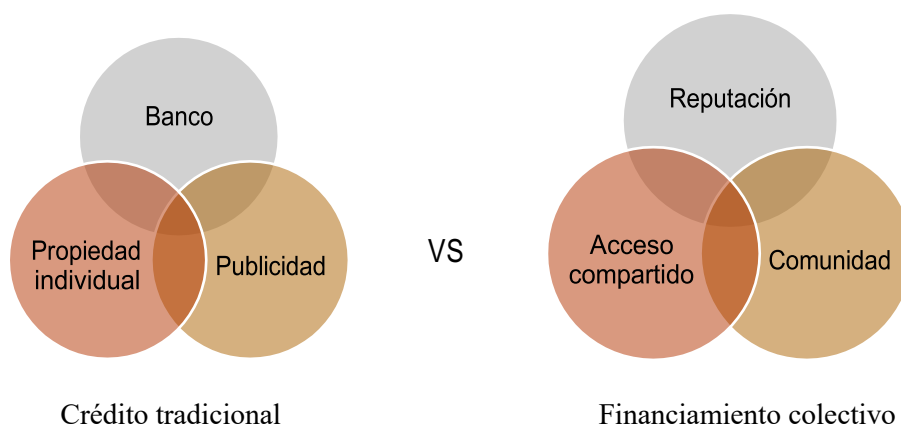
individuo de los países desarrollados consume, atentamente, contenido publicitario 37 minutos por día” (Lietaert, Matthieu citado por, González, 2017)

Matthieu Lietaert crea esta fórmula para resumir esta parte: Crecimiento ilimitado = (consumismo x hiper-individualismo) ^{publicidad}

La falta de interés por lo colectivo y la revalorización de lo privado son síntomas de una sociedad débil, desvertebrada y acrítica (Bejar,1989:58) que orilla a cada ciudadano a aislarse de la masa de sus semejantes, es decir, se genera una separación respecto a la gran sociedad (Tocqueville, 1981:125). El individualismo como síntoma de exclusión o de auto exclusión o como expresión del “sálvese quien pueda” (Girola, 2005). El surgimiento del individualismo significará simultáneamente la ceguera ante lo social. La ideología moderna es individualista en la medida en que valora al individuo concebido como sujeto moral, independiente y autónomo e ignora o subordina la totalidad social. Según esta configuración de ideas-valores el individuo posee atributos como la igualdad y la libertad (Dumont, 1987: 23-4)

Se trata entonces de reformular la ecuación: que suma al banco, la publicidad y la propiedad individual lo que da como resultado el financiamiento tradicional -que refleja el espíritu del siglo XX- en esta otra que pretende perfilar el actual siglo: la adición de la reputación, comunidad y acceso compartido que genera entonces financiamiento colectivo. (ver imagen 1)

Imagen 1. Modelo tradicional de financiamiento frente al modelo de colaborativo.



Fuente: Adaptación del autor a partir de Hernández. (2014; 5). Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI» Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&from=ES>

Por ello, el uso de internet como vehículo que sirve para “optimizar la localización de recursos, para agregar grupos de gente con intereses comunes [...] y para construir comunidades” (Cañigual; s.f.:10) hacen que la confianza y la reputación se conviertan en una nueva forma de medir la capacidad de acceso a otros medios de financiamiento distintos a los esquemas tradicionales bancarios. La confianza entonces entre los miembros del colectivo aparece “a partir de las relaciones sociales que se crean en función de una perspectiva normativa en la que los agentes se sitúan, reconocen y respetan produciendo así un incentivo a la realización, mantenimiento y fortalecimiento de esas redes de conexión colectiva que les permita interactuar” (Martínez y González; 2020:9241).

Es así que hoy empiezan a tomar fuerza los planteamientos que buscan hacer del individualismo que fuera base de la promesa del progreso, y de la cultura de las masas pero ahora en espacios virtuales, una alternativa al problema generado por la crisis sanitaria que hoy el mundo atraviesa, siendo así que surgen plataformas que acercan a las personas con deseos de inversión en escalas minúsculas a aquellos individuos que proponen ideas de emprendimiento, crecimiento, expansión o incursión en esquemas de negocios como posibles alternativas de solución de los problemas sociales, estas plataformas que mediante el uso de internet generan estas sinergias se les conoce como plataformas de **financiamiento colectivo o crowdfunding**.

Plataformas de financiamiento colectivo

Y es que la economía colaborativa³ es una de las tendencias tecnológicas disruptivas que se han vivido en las últimas décadas. Y lo es no por su innovación técnica (consistente en la mayoría de los casos en una simple aplicación web y móvil) sino por el concepto y el cambio de paradigma que encierra en su interior: que los ciudadanos dejen de ser simples consumidores de bienes y servicios para compartir sus propios recursos con otros usuarios, sin intermediarios ni empresas de por medio, a cambio de dinero (Fraga, 2016).

Como parte del modelo de Economía colaborativa, nace una nueva forma de financiar proyectos de producción de bienes o servicios bajo la idea del crowdfunding⁴ (financiamiento colectivo), que es entendido como un

³ Nota del autor: Cabe resaltar que se transita entre el término economía colaborativa (sharing economy) y financiación colaborativa (crowdfundig) dado que el segundo es una de las manifestaciones del primero, por lo que al referirme o echar mano de conceptualizaciones sobre Economía colaborativa se trasladan sus ideales y principios a la manifestación objetiva de la financiación colaborativa.

⁴ Si bien el término inglés crowd se traduce como multitud para efectos del Modelo de Economía colaborativa se entiende como colectivo, en ese sentido, lo colectivo genera una colaboración entre sus miembros, es por ello que el crowdfunding se traduce como financiamiento colectivo y por lo tanto financiamiento colaborativo.

“modelo de financiación que se sirve de plataformas virtuales para recaudar dinero bajo la figura de donaciones, inversiones o préstamos de múltiples personas, con el de financiar proyectos, negocios o actividades personales. Al tener una vocación de financiamiento masivo, el crowdfunding no puede operar bajo la normatividad vigente”. (Actualicese, 2017)

El financiamiento colectivo o crowdfunding se concibe como un mecanismo mediante el cual dos personas o entidades se ponen de acuerdo para realizar una transacción de recursos monetarios sin la intermediación de una institución tradicional de financiamiento, con el objetivo de obtener un crédito o préstamo, crear un nuevo negocio o un proyecto, captar capital para una empresa ya desarrollada o hacer posible una iniciativa social y cultural. Dicha transacción se efectúa a través de una plataforma tecnológica, donde se lleva un registro de la misma (oferta y demanda) una vez que se verifican tanto la veracidad y legitimidad de la solicitud como el origen confiable de los fondos disponibles. (Centro IDEARSE, 2018:18)

Por ello, la necesidad de nuevas formas de financiación ha provocado la búsqueda de modelos alternativos (*crowdfundig, crowdlending*) para conseguir fondos que les permita a nuevas empresas o ideas de negocio a encontrar inversionistas fuera de los modelos tradicionales (banca comercial y/o de desarrollo), sobre todo, cuando se habla de proyectos en sus fases iniciales que tienen un mayor riesgo, por ello, los inversores han empezado a buscar mayores rentabilidades en estos mercados financieros alternativos, ante el descenso de los tipos de interés.

De acuerdo con el estudio “*Crowdfunding: Strategies & Impacts for Technology Markets 2016-2020*” de la consultora Juniper Research, citado por Mónica Herrera (Inmobiliaria; 2020:44) las inversiones realizadas en tecnología a través de plataformas de *crowdfunding* alcanzarán los 8 mil 200 millones de dólares en 2020, una cifra siete veces superior al total invertido en 2015.

Diversificación en los modelos de financiamiento

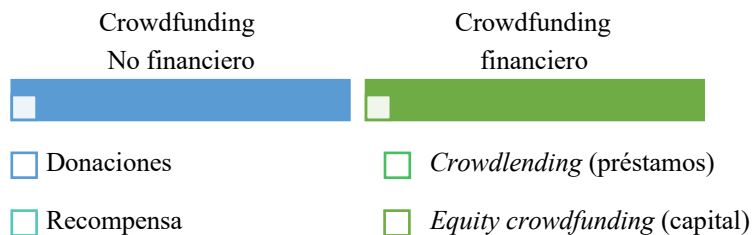
El *crowdfunding* posee dos características, la participación masiva de inversores que financian con cantidades reducidas pequeños proyectos de alto potencial y el carácter arriesgado de dicha inversión. Aunque la mayor parte de las inversiones son P2P (*peer to peer*, o persona a persona), sí

“El término viene de ‘crowd’, multitud y ‘funding’ financiación, y básicamente se trata de la unión de personas para conseguir una suma de dinero y financiar una determinada idea”. (Tono Brusola, CEO de Housers)

que se está generando una comunidad en torno al proyecto en el que se invierte. (Eco inteligencia, 2016)

Como lo afirma Laura Galindo (2017:10) del centro IDEARSE, en años recientes han surgido varios sitios virtuales en la web (plataformas de financiamiento colectivo o “*crowdfunding*”) que conectan a personas con proyectos o negocios que les pueden interesar apoyar. Este proceso conocido como financiamiento colectivo, busca a partir de la creación de colectividades (el colectivo o “*crowd*”) y del uso de internet y de las tecnologías digitales impulsar cuatro modelos en el que las comunidades virtuales pueden poner a disposición recursos financieros identificando así: donaciones, recompensas (conocidos como crowdfunding no financiero), préstamos y acciones (conocidos como crowdfunding financiero).

Imagen 1. Tipos de financiamientos colectivos



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, se han identificado diversos modelos de financiación colaborativa, ya que estos modelos se van configurando, evolucionando o creando como el propio modelo colectivo va avanzando. Así tenemos los siguientes que se describen a continuación:

- *Crowdfunding* de donación

El *crowdfunding* basado en donaciones es un tipo de fondeo colectivo que tiene como finalidad apoyar proyectos personales o con alto impacto social y que necesita de dinero aportado por personas para poder llevarse a cabo.

Este modelo de fondeo tiene dos alternativas, con o sin recompensa; cuando se trata de un *Crowdfunding* de donación con recompensa se realiza a través de aportaciones de dinero en una página de donaciones para proyectos y el aportante recibe a cambio una recompensa no monetaria como puede ser el sólo reconocimiento, poner su logotipo o marca en un lugar visible del proyecto o alguna otra forma de demostrar solo el agradecimiento.

En cambio, el *Crowdfunding* de donación sin recompensa, es una alternativa para recibir aportaciones económicas sin contraprestación, es decir, sin la obligación de regresar la aportación recibida ni mostrar agradecimiento alguno como en el caso anterior.

Algunas plataformas de *crowdfunding* de donación en México son: Donadora, Inixiar, HIPGive y Fondify.

- *Crowdfunding* de recompensa

El *crowdfunding* de recompensa es otra alternativa de financiamiento colectivo encaminada a hacer realidad proyectos que carecen de dinero propio para llevarse a cabo y buscan personas que quieran aportar fondos a fin de que se sientan parte del logro de esas ideas fondeadas.

Este modelo por definición ofrece a cambio de ese aporte de dinero una compensación no monetaria, esto es, por la aportación económica que se hace a favor de un proyecto, se reciben diferentes “premios” que van desde un agradecimiento hasta un prototipo del proyecto y se suelen entregar al finalizar la campaña. Puede ser una mención en redes sociales o poner sus nombres en el propio producto, ofrecer desde una primera versión del producto o servicio o alguna edición especial, personalizada, anticipada o limitada para algunos privilegiados o realizar un evento e invitar a quienes den su apoyo a la fiesta de inauguración.

Algunas plataformas que promueven este tipo de financiamiento colectivo son: Social Crowd Mx, Ideame y micochinito.com

- *Equity crowdfunding* (entrada en el capital del negocio)

El *crowdfunding* de inversión o *equity crowdfunding* es otro de los tipos de financiamiento colectivo, es una forma de invertir tu dinero aportando capital a proyectos y negocios a cambio de un porcentaje de acciones. Este modelo de financiamiento colectivo busca encontrar entradas de dinero del público inversionista a cambio de ser parte de la empresa, así, las aportaciones que se hacen son garantizadas con títulos accionarios. Aquí se asume un riesgo compartido, de tal forma que si el negocio es rentable, los rendimientos a obtener serán muy buenos, pero si no, el fracaso también es compartido.

Algunos ejemplos de *Equity crowdfunding* en México son: propeler, arkangeles, Crowfunder y play business

- *Crowdlending* (préstamo colectivo)

El *Crowdlending* se traduce como una alternativa de financiación de muchas personas a otras que se vinculan en una plataforma, es un modelo que permite a personas o empresas financiarse a través de

una comunidad financiera fuera del sistema bancario tradicional. En este modelo de financiamiento colectivo, el recurso que se capta en las campañas de recaudación se coloca bajo un esquema que pacta una tasa de interés y un plazo, debiendo regresar el capital más el interés mediante amortizaciones comúnmente mensuales. Por esta operación, los inversores reciben como contraprestación un rendimiento que se acuerda en las plataformas de financiamiento colectivo. Mientras mejor reputación tenga, más baja será la tasa que pagará, y menor riesgo de impago asume el prestamista.

En este esquema se han identificado las siguientes plataformas que operan bajo este esquema: Afluenta, yotepresto.com, Doopla.mx, Prestadero y kubo prestadero.

Todas las plataformas web citadas aquí están vinculadas a un sentido de comunidad y al consumo colaborativo, y por esta razón están conectados a valores relacionados con el intercambio y la colaboración. Debido a esto, los préstamos entre pares se convierten en una nueva posibilidad de pedir dinero prestado, que puede ser capaz de proporcionar más seguridad que cualquier otra entidad financiera.

Como se observa, la amplitud y variedad de estas plataformas comienza a ser importante, los datos de su penetración también son alentadores pues de acuerdo con información del **Reporte de Inclusión Financiera 2017**, se estima que la industria de **fondeo colectivo** en México ha mostrado lo siguiente:

- El número de personas fondeando las iniciativas insertadas en las plataformas de *crowdfunding* creció en 41%, al pasar de 46 a 65 mil de 2015 a 2016.
- El panorama sobre las plataformas de crowdfunding muestra que durante 2016 se lanzaron casi 23 mil iniciativas a través de las 21 plataformas que se encuentran registradas en la Asociación de Plataformas Financiamiento Colectivo (AFICO), lo cual representó un crecimiento de 42% con respecto a 2015.
- Durante el 2016, 80,000 personas participaron fondeando proyectos en México, tomando en cuenta el *crowdfunding* financiero y no financiero.
- De acuerdo a “Massolution crowdfunding report 2015” la industria del fondeo colectivo creció en 2014 el 167% para alcanzar un valor de \$16 mil millones de dólares a nivel internacional.
- Durante 2016 se lanzaron casi 23 mil iniciativas a través de las 21 plataformas que se encuentran registradas en AFICO.

- El número de individuos o empresas que accedieron a financiamiento para sus proyectos en la modalidad de deuda o capital creció 38% entre 2015 y 2016, al pasar de 2 mil 80 a 2 mil 873. La mayor parte de las personas que accedieron a financiamiento son jóvenes, toda vez que el 68% se encuentran en un rango de 18 a 29 años de edad.

Conclusiones

Sin duda la emergencia sanitaria se ha vuelto una complicación de índole económica, en donde la parálisis de la gran mayoría de sectores económicos se vieron afectados por las acciones en materia de prevención que la Organización Mundial de la Salud decretó. Por ello, la falta de instrumentos financieros puede agudizar los efectos desencadenando una eminente recesión económica. La escases de recurso líquido aunado a la incertidumbre aumentan el riesgo que no está siendo absorbido sino por los gobiernos y los particulares, las instituciones financieras incluso han tomado decisiones como la de demorar los procesos de cobro lo que compromete la liquidez del sistema financiero. Si a esto se suma el *boom* que han experimentado los mecanismos virtuales y las plataformas tecnológicas entonces se genera una especie de caldo de cultivo para las denominadas empresas *Fintech* (empresas de Tecnología Financiera) que, mediante el uso de plataformas, ponen en contacto a las personas y generan comunidades virtuales de apoyo mutuo en el que la diversificación y las inversiones en pequeño permiten el crecimiento y expansión de estas plataformas.

El futuro no es lo que se vislumbraba, los cambios son vertiginosos y las alternativas ahora están basadas en la creatividad, el uso de las herramientas con las que hoy se cuentan puede ser el motor que acelere la recuperación que es necesaria. Por ello, las plataformas de financiamiento colectivo, las empresas de Tecnología Financiera (Fintech) pueden ser una vía que permita una recuperación más rápida, amplia y homogénea, pues “nuestras historias económicas no están separadas, sino que dan forma a la economía global, tanto en sus ascensos como en sus desplomes” (Marçal; 2017:97).

En síntesis, “dentro de una comunidad entonces se podrán identificar intercambio de bienes sí, pero también de intangibles como el tiempo, el conocimiento, la experiencia incluso las afinidades que hagan que el intercambio no sólo sea de índole económica o monetaria sino solidaria o empática” (Martínez y González; 2020; 9244).

Referencias

Actualícese.(2017) Recuperado el 25 de septiembre de 2019, de [Infografía] *Crowdfunding: ¿en qué consiste esta nueva forma de financiación?:* <https://actualicese.com/crowdfunding-en-que-consiste-esta-nueva-forma-de-financiacion/>

Bermejo. P. En entrevista de Delle Femmine, L. (2015) Los anuncios se meten en tu cabeza, aunque a veces no te des cuenta. Publicada por *El país*. 11 de julio 2015 disponible en https://elpais.com/economia/2015/07/06/actualidad/1436181514_967391.html

Béjar, H. (1989). La cultura del individualismo. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, No. 46 (Apr. - Jun., 1989), pp. 51-80

Brusola, T. (S.F.). El crowdfunding: la nueva economía colaborativa. *Pime al día*. Disponible en <https://www.pimealdia.org/es/el-crowdfunding-la-nueva-economia-colaborativa/>

Cañigüeral A. (SF). *Introducción al consumo colaborativo*. Disponible en <http://www.consumcollaboratiu.com/>

Centro IDEARSE. (2018). *Guía Metodológica, experiencias prácticas sobre financiamiento colectivo en México: aprendizajes y lineamientos para la replicación*. Universidad Anáhuac México. Consultado el día 15 de octubre de 2019 y disponible en <http://www.crowdfundingmexico.mx/uploads/8/7/7/2/87720184/guiametodologica.pdf>

Dumont, L. (1987). *Ensayos sobre el individualismo*. Alianza Editorial.

Echeverría, B. (2011). *Crítica de la modernidad capitalista*. Oxfam.

Eco inteligencia. (15 de abril de 2016). Recuperado el 23 de septiembre de 2019, de *Crowdfunding: claves de la financiación colaborativa:* <https://www.ecointeligencia.com/2016/04/claves-crowdfunding/>

Expansión. Datos Macro.com (2020). *Tipos de interés de los Bancos centrales*. Recuperado el día 25 de julio de 2020 de <https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes>

Fraga, I. A. (17 de Julio de 2016). ¿Cuál es el impacto de la economía colaborativa en la economía tradicional? Recuperado el 4 de agosto de 2018, de <http://www.ticbeat.com/tecnologias/cual-es-el-impacto-de-la-economia-colaborativa-en-la-economia-tradicional/>

Galindo, L. (coordinadora) (2017). *Casos de crowdfunding en México. Plataformas, emprendedores y otros participantes del ecosistema*. Centro IDEARSE para la Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la Empresa. México

Galindo, L. y Madrazo L. P. (2015). *El financiamiento colectivo como mecanismo de desarrollo*. Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac(IDEA). Disponible en http://www.crowdfundingmexico.mx/uploads/8/7/7/2/87720184/el_financiamiento_colectivo_como_mecanismo_de_desarrollo.pdf

González, J. M. (2017). *¿Economía colaborativa? Sí, pero desde el cooperativismo (Homo Cooperans 2.0)*. Consultado el 13 de marzo de 2020 y disponible en https://www.academia.edu/35209671/_Econom%C3%ADa_colaborativa_S%C3%AD_pero_desde_el_cooperativismo_Homo_Cooperans_2.0_

Girola, Lidia. (2005). *Anomía e individualismo: Del diagnóstico de la modernidad de Durkheim al pensamiento contemporáneo*. Anthropos-UAM. México

Harvey, D. (2012) *The enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. Akal.

Herrera, M. (2020). ¿Cómo se encuentra el sector Fintech en México? En *Inmobiliaria*. 19(119), 43-47

Hernández, Bataller B. (2014). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI»* (Dictamen de iniciativa). Comité económico y social europeo. Consultado el 15 de octubre de 2019 y disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&from=ES>

Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI) (2018). *Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN)*.

InversorLATam (2020). *El uso de móviles para operaciones financieras contribuyó a que la bancarización aumente un 9%*. Consultado el 11 de marzo de 2020 y disponible en <http://inversorlatam.com/el-uso-de-moviles-para-operaciones-financieras-contribuyo-a-que-la-bancarizacion-aumente-un-9/>

Katz, C. (2000). Una interpretación contemporánea de la ley de la tendencia decreciente de la tasa de ganancia. *Laberinto*, 8, Universidad de Málaga. Herramienta n 13, invierno 2000, Buenos Aires.

Lietaert, M. (2017). *Homo cooperans 2.0. Por una economía colaborativa desde el cooperativismo*. Icaria Editorial.

Marçal, K. (2017). ¿Quién le hacía la cena a Adam Smith? Una historia de las mujeres y la economía. *Debate*.

Martínez. B. y González. M. (2020) Confianza y reputación base de las comunidades sociales. *Braz. J. Hea. Rev., Curitiba*, 3 (4), 9235-9247 jul./aug. 2020. ISSN 2595-6825. DOI:10.34119/bjhrv3n4-161

Marx, C. (2015). *El Capital. Crítica de la economía política. Libro I*. Fondo de Cultura Económica.

— (2012). *El Capital. Crítica de la economía política. Libro II*. (Fondo de Cultura Económica.

Reporte de Inclusión Financiera (2017). Disponible en

<https://blog.expansive.mx/2017/11/22/crowdfunding-en-cifras/>

Tocqueville, A. (1981). *De la démocratie en Amérique (II)*. Garnier Flammarion.