



implementada por:



# Estudio de la demanda y la oferta de la MiPyME en Paraguay y Argentina: Identificación de las mejores prácticas que pueden contribuir a la inclusión financiera

Rodolfo José Monsberger  
Asunción – Paraguay  
Mayo - 2022

Proyecto: “Fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Paraguay y Argentina”



# **Informe**

“Estudio de la demanda y la oferta de la MiPyME en Paraguay y Argentina: Identificación de las mejores prácticas que pueden contribuir a la inclusión financiera”

**Mayo, 2022**

**Elaborado por:**

Rodolfo José Monsberger



implementada por:



## **Estudio de la demanda y la oferta de la MiPyME en Paraguay y Argentina: Identificación de las mejores prácticas que pueden contribuir a la inclusión financiera.**

Publicación de la Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe.

Copyright © DSIK, 2022.

Todos los derechos reservados.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de la organización. Tampoco reflejan necesariamente los puntos de vista del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania. Esta publicación debe citarse como: Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe (DSIK), R. Monsberger, “Estudio de la demanda y la oferta de la MiPyME en Paraguay y Argentina: Identificación de las mejores prácticas que pueden contribuir a la inclusión financiera”, Asunción, 2022.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Sparkassenstiftung Alemana en Paraguay, [oficina.paraguay@sparkassenstiftung.de](mailto:oficina.paraguay@sparkassenstiftung.de)



## **Autor:** Rodolfo José Monsberger

Rodolfo José Monsberger es referente en Latinoamérica en “Fortalecimiento Institucional” de la Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe y actualmente es Director del proyecto MiPyme en Argentina. Cuenta con 22 años de experiencia en el sector financiero como consultor, emprendedor y capacitador, con especial foco en inclusión financiera. Es profesor de post-grado de la Flacso Ecuador en la materia Dirección Estratégica. Su trayectoria académica incluye la Licenciatura en Administración por la Universidad Nacional de Córdoba, la Maestría en Administración en la Universidad de Graz (Austria), un Máster en Banca Internacional y Finanzas por la Heriot-Watt University (Edimburgo), un Máster en Fintech por el National College of Ireland, además de un Diplomado en Dirección de Capital Humano por la George Washington University.

# Índice

<u>Introducción</u>	<b>10</b>
<u>Resumen ejecutivo</u>	<b>11</b>
<u>1. Contextualización macro de Paraguay y Argentina</u>	<b>21</b>
<u>2. Definición de MiPyME</u>	<b>27</b>
<u>3. Inclusión financiera de las MiPyMEs</u>	<b>30</b>
<u>4. Revisión literaria</u>	<b>36</b>
<u>4.1. Asimetrías de información</u>	<b>36</b>
<u>4.2. La informalidad de la MiPyME</u>	<b>39</b>
<u>4.3. Determinantes del acceso al financiamiento en la PyME</u>	<b>41</b>
<u>4.4. Principales obstáculos de las MiPyMEs en América Latina</u>	<b>44</b>
<u>5. Análisis de la Demanda</u>	<b>46</b>
<u>5.1. Estudio de demanda – Paraguay</u>	<b>47</b>
<u>5.1.1. Demanda MiPyME en Paraguay</u>	<b>48</b>
<u>5.1.2. Demanda Micro en Paraguay</u>	<b>50</b>
<u>5.1.3. Estudio de demanda - Argentina</u>	<b>52</b>
<u>5.1.4. Demanda MiPyME en Argentina</u>	<b>53</b>
<u>5.1.4.1. Estudio de “America Market Intelligence”</u>	<b>56</b>
<u>5.1.5. Demanda Micro en Argentina</u>	<b>57</b>
<u>5.2. Análisis comparativo de la demanda en Paraguay y Argentina</u>	<b>61</b>
<u>6. Análisis de la Calidad del Acceso y la Demanda</u>	<b>67</b>
<u>7. Análisis de la oferta</u>	<b>71</b>
<u>7.1. Paraguay – marco general</u>	<b>71</b>
<u>7.2. Paraguay – Descripción de la oferta financiera</u>	<b>74</b>
<u>7.2.1. Mercado crediticio - Paraguay</u>	<b>74</b>
<u>7.2.2. Mercado del ahorro - Paraguay</u>	<b>75</b>
<u>7.2.3. Servicios ofrecidos - Paraguay</u>	<b>76</b>

<u>7.3.</u>	<u>Paraguay – Conclusiones de la oferta</u>	<b>86</b>
<u>7.4.</u>	<u>Argentina – marco general</u>	<b>87</b>
<u>7.5.</u>	<u>Argentina – Descripción de la oferta financiera</u>	<b>90</b>
<u>7.5.1.</u>	<u>Mercado crediticio - Argentina</u>	<b>91</b>
<u>7.5.2.</u>	<u>Mercado del ahorro - Argentina</u>	<b>93</b>
<u>7.5.3.</u>	<u>Servicios ofrecidos - Argentina</u>	<b>94</b>
<u>7.5.4.</u>	<u>Argentina – Conclusiones de la oferta</u>	<b>103</b>
<u>8.</u>	<u>Mejores prácticas</u>	<b>107</b>
<u>8.1.</u>	<u>El concepto de Asesoría integral de las Sparkassen</u>	<b>107</b>
<u>8.1.1.</u>	<u>Definición</u>	<b>107</b>
<u>8.1.2.</u>	<u>Beneficios probados por las cajas alemanas</u>	<b>108</b>
<u>8.1.3.</u>	<u>Proceso de una asesoría</u>	<b>109</b>
<u>8.1.4.</u>	<u>Implementación del concepto en El Salvador y Perú</u>	<b>113</b>
<u>8.2.</u>	<u>Otras instituciones</u>	<b>116</b>
<u>8.2.1.</u>	<u>Casos de éxito</u>	<b>116</b>
<u>8.2.2.</u>	<u>Resumen de mejores prácticas de otras instituciones</u>	<b>123</b>
<u>9.</u>	<u>Conclusiones finales</u>	<b>132</b>
	<u>APÉNDICE - ARGENTINA</u>	<b>134</b>
	<u>Estrategia nacional de inclusión financiera</u>	<b>134</b>
	<u>Banca abierta y regulación fintech - Argentina</u>	<b>137</b>
	<u>APÉNDICE - PARAGUAY</u>	<b>141</b>
	<u>Estrategia nacional de educación financiera</u>	<b>141</b>
	<u>Banca abierta y regulación fintech</u>	<b>142</b>
	<u>APÉNDICE – GRÁFICOS Y TABLAS</u>	<b>147</b>
	<u>Apéndice 1.a – Demanda MiPyME PARAGUAY</u>	<b>147</b>

<u>Apéndice 1.b – Demanda Micro en PARAGUAY</u>	<b>151</b>
<u>Apéndice 2.a – Demanda MiPyME en ARGENTINA</u>	<b>154</b>
<u>Apéndice 2.b – Demanda MICRO en ARGENTINA</u>	<b>158</b>
<u>Apéndice 3.a – Resumen comparativo de ambos países MiPyME</u>	<b>162</b>
<u>Apéndice 3.b – Resumen comparativo de ambos países - Micro</u>	<b>164</b>
<u>Referencias</u>	<b>167</b>

## Abreviaciones

<b>AFI:</b>	Alianza para la Inclusión Financiera
<b>BCRA:</b>	Banco Central de la República Argentina
<b>BCP:</b>	Banco Central de Paraguay
<b>BID:</b>	Banco Interamericano de Desarrollo
<b>CAC:</b>	Cooperativa de Ahorro y Crédito
<b>CBU:</b>	Clave Bancaria Uniforme, (se utilizan para identificar cuentas bancarias en Argentina)
<b>CNB:</b>	Corresponsales No Bancarios
<b>CONAMI:</b>	Comisión Nacional de Microcrédito
<b>CVU:</b>	Clave Virtual Uniforme, (se utiliza para identificar cuentas virtuales en Argentina)
<b>E-mipyme:</b>	Empresario MiPyME
<b>EMPES:</b>	Empresas de Medios de Pagos Electrónicos
<b>ENIF:</b>	Estrategia Nacional de Inclusión Financiera
<b>FAEDPyME:</b>	Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa
<b>FONCAP:</b>	Fondo Nacional de Capital Social
<b>IFC:</b>	Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial
<b>INCOOP:</b>	Instituto Nacional de Cooperativismo - Paraguay
<b>IMFs:</b>	Instituciones de Microfinanzas
<b>IPA:</b>	Industriales Pymes Argentinos

<b>INDEC:</b>	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Argentina
<b>KPI:</b>	Key Performance Indicators, por sus siglas en del inglés – indicadores claves
<b>MERCOSUR:</b>	Mercado Común del Sur (Argentina, Brasil, Argentina, Paraguay)
<b>MiPe:</b>	Micro y Pequeña empresa
<b>MiPyME:</b>	Micro, Pequeña y Mediana empresa
<b>OCDE:</b>	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
<b>OIT:</b>	Organización Internacional del Trabajo
<b>ONGs:</b>	Organizaciones No Gubernamentales
<b>PBI:</b>	Producto Bruto Interno
<b>PDA:</b>	Punto de Acceso
<b>PEA:</b>	Población Económicamente Activa
<b>PNUD:</b>	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>PSP:</b>	Proveedoras de Servicios de Pago – son las Fintech argentinas no bancarias
<b>RADIM:</b>	Red Argentina de Instituciones de Microcrédito
<b>SEPYME:</b>	Subsecretaria de Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional - Argentina
<b>TEA:</b>	Tasa efectiva anual

## Introducción

Según los Términos de Referencia definidos, el presente informe sugiere formular una propuesta de mejora de los servicios financieros para que sean sostenibles y de alta calidad para los empresarios MiPyMEs en Paraguay y Argentina.

Las micro, pequeñas y medianas empresas, en adelante MiPyMEs, desempeñan un papel fundamental en los países en vías de desarrollo. Estas suelen representar más del 90% de todas las empresas, y constituyen una importante fuente de empleo con potencial para generar ingresos internos y de exportación. Por ello, el desarrollo de las MiPyMES se perfila como un instrumento clave en los esfuerzos de reducción de la pobreza y crecimiento económico. El objetivo del presente informe es analizar la estructura de los sistemas financieros paraguayos y argentinos con principal foco en la demanda y oferta de productos y servicios para el sector MiPyME. A tal fin se tiene en cuenta el tipo de gestión de cartera que realizan las entidades financieras, así como el asesoramiento que brindan al micro y pequeño empresario.

A fin de cumplir con dicho objetivo, se exploró en una primera instancia el perfil de los micro, pequeños y medianos empresarios en cada país, su idiosincrasia, necesidades y sus principales debilidades. De este análisis se pudo identificar la brecha existente entre los servicios requeridos por la MiPyME y los ofrecidos por las entidades financieras.

Para la elaboración del documento se hizo una revisión de fuentes secundarias de información que abarcó 43 documentos como reportes e investigaciones de ambos países y de la región. Las mejores prácticas de las Sparkassen alemanas y de otros referentes y programas exitosos también fueron incorporadas al estudio como referencia de guía y base para la definición de estrategias y metodologías de inclusión financiera de las MiPyMES.

## Resumen ejecutivo

A continuación, se presentan los principales resultados y un comparativo de la situación macroeconómica, institucional, de competitividad y demográfica de ambos países.

**Tabla 1**

Situación macroeconómica, institucional, competitiva y socio demográfica			
	Comparativo	Paraguay	Argentina
Aspectos macroeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EL PBI de Argentina es 10 veces el de Paraguay con una población 6 veces mayor</li> <li>• El gasto público de Argentina en relación al PBI duplica al de Paraguay y es uno de los más elevados a nivel mundial (39% vs 19%)</li> <li>• La presión impositiva con porcentaje del PBI en Argentina duplica la de Paraguay (29% vs 14%)</li> <li>• Los costos laborales en Argentina son un 50% más elevados que en Paraguay lo que también impacta en el costo financiero</li> <li>• Si bien el PBI por habitante es casi el doble en Argentina, el crecimiento promedio anual del último quinquenio es 1% menor al de Paraguay (2.5% vs 3,6%)</li> <li>• La participación del crédito respecto al PBI en Argentina es completamente anómalo en comparación con la región; fluctúa entre un 12 y 17% del PBI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación macroeconómica estable</li> <li>• Aceptable déficit fiscal respecto el PBI (-1.65%)</li> <li>• Tasas de interés de un 15% anual</li> <li>• Tasas de desempleo --&gt; 7.7% pre pandemia</li> <li>• Inflación promedio de un 2%</li> <li>• Crecimiento promedio del PBI anual en los últimos quinquenios de aproximadamente 3,6%</li> <li>• Sin embargo, el PBI cuenta con una alta volatilidad, debido a una concentración de las exportaciones en rubros de materias primas, sojas y energía. Esta situación denota un problema de balanza de pagos</li> <li>• Bajos impuestos laborales y contribuciones patronales</li> <li>• Participación del crédito en el PBI es un aceptable 46% que corresponde a los promedios de la región.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desequilibrio macroeconómico de alto riesgo</li> <li>• Desborde del gasto público y desequilibrio fiscal</li> <li>• Déficits cíclicos de balanza comercial que pone presión en el mercado cambiario</li> <li>• A la fecha el riesgo país en Argentina es de 1400 puntos básicos que impacta directamente en la tasa de interés interna</li> <li>• Inflación anual fluctuante entre 40 y 50%</li> <li>• Alta volatilidad del PBI, en los últimos 2 años se acumular un decrecimiento del 4,58%, y se estima que el año 2020 debido a la pandemia caerá más de un 12%</li> <li>• Impuestos laborales y contribuciones 29% de ganancias</li> <li>• Participación del crédito en el PBI 16%</li> <li>• Impuestos laborales y contribuciones 29% de ganancias</li> </ul>
Aspectos institucionales, competitividad, y socio-demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los indicadores de desarrollo humano y seguridad social son sustancialmente mejores en Argentina</li> <li>• Los indicadores de competitividad, corrupción, seguridad jurídica, fragilidad y homicidios no son óptimos en Paraguay ni en Argentina. Estos aspectos son desestabilizadores económicos y disuasivos de la inversión, afectando indirectamente la demanda y oferta de productos y servicios financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El gasto per cápita en educación y salud son de los más bajos de la región lo que impacta en el índice de fragilidad</li> <li>• Bajo nivel de seguridad jurídica si es que quiere atraer inversiones. No informa al World Justice Project (ranking multivariable de corrupción, seguridad jurídica y regulación)</li> <li>• Los índices de corrupción son razonables para la región</li> <li>• Los índices de facilidad de hacer negocios y competitividad son el 97 y 119 respectivamente</li> <li>• La tasa de homicidio es 8/100 mil habitantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El gasto per cápita en educación y salud son de los más altos de la región. Existen dudas sobre el impacto y eficiencia del gasto.</li> <li>• En el índice de seguridad jurídica, Argentina se encuentra en el puesto 48</li> <li>• El Nivel de Corrupción en Argentina es mayor al de Paraguay (puesto 40)</li> <li>• Índice de facilidad de hacer negocios --&gt; 83</li> <li>• Índice de competitividad 113</li> <li>• Índice de homicidios es 5/100 mil habitantes</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

**La situación política, institucional, regulatoria y macroeconómica** tiene un alto impacto en la demanda y oferta de productos financieros con resultados disímiles en ambos países. Por ejemplo, a igual cantidad de empleados por cada segmento que constituye al conjunto de las MiPyME, los niveles de facturación de las empresas argentinas son hasta 5 veces superiores a las paraguayas, medido en dólares americanos. Esto impacta a su vez en los montos promedio de los créditos solicitados. Los datos detallados y comparados de la tabla 1, permiten tener un panorama claro y sintético de la situación macro de cada país.

La definición del segmento MiPyME constituye un elemento básico para poder entender y comparar la situación en ambos países. Existen varias definiciones que se exponen en la sección 2 “Definición de MiPyME”. Algunas definiciones permiten entender la realidad del segmento, como por ejemplo la tabla 4 que indica que el 96% de los micros emprendimientos son de baja rentabilidad o de supervivencia. La tabla 6 es la que se toma como referencia, ya que armoniza la legislación y definiciones de ambos países.

**La inclusión financiera de la MiPyME, barreras y definiciones:** La sección 3 se enfoca en el tema de fondo del estudio, que es la inclusión financiera de las MiPyMEs y las barreras de acceso, uso y calidad que pueden condicionar el éxito de programas de inclusión. Se construyó la **tabla 8** que se utiliza como marco referencial en el resto del estudio. Las principales conclusiones de dicha tabla son las siguientes:

- **El uso** es un concepto relacionado con la demanda, que está representado por 4 barreras, de los cuales la opacidad y la autoexclusión representan el efecto final de una larga cadena de causas, efectos que se retroalimenta en entre sí. Los 4 componentes están a su vez afectados por las barreras de la dimensión, acceso y calidad.
- **El acceso** es un concepto relacionado con la oferta y considera las barreras que surgen de diseños no adecuados de los productos y servicios, pocos puntos de acceso, falta de enfoque multi- y omnicanal, falta de un asesoramiento integral al empresario, metodologías de evaluación no ajustadas a sus necesidades, entre otros. Todas estas barreras impactan en las barreras de uso.
- **La calidad** se relaciona a las políticas, regulaciones y programas gubernamentales que afectan de manera directa al acceso que ofrecen las entidades financieras y también a la dimensión uso de la demanda. Por ejemplo, la regulación errónea desprotege al consumidor financiero o la falta de sistemas de incentivos adecuados promueve la informalidad.

Estos conceptos trabajados en la **sección 3** y especialmente el marco de referencia que representan la **tabla 8**, se verán reflejado reiteradamente en el resto del estudio.

**La revisión literaria** hace especial énfasis en las asimetrías de información y en la informalidad. Las asimetrías de información generan desconfianza y exclusión. El empresario, sus proyectos y negocios le son opacos a las instituciones financieras. La opacidad surge de la informalidad, por un lado, pero también del uso de metodologías de evaluación ineficientes por el lado de la oferta. La comprensión cabal de ambos factores sirve para entender la realidad de la oferta y la demanda, y a partir de esta base se pueden imaginar estrategias de inclusión enfocadas en las causas raíz de los problemas que enfrenta el sector MiPyME.

La sección se complementa con la revisión de estudios que explican los determinantes del acceso al financiamiento y los principales obstáculos de las MiPyMEs en América Latina. En ese sentido, ambos países comparten similitudes en cuanto a los determinantes de la demanda y a las principales barreras, tales como: i) Tamaño de la empresa, ii) Forma legal, limitada o ilimitada, iii) Género y educación del gerente/dueño, iv) Fuentes de financiamiento ya utilizada (proveedores), v) Cantidad de familiares trabajando en el establecimiento, vi) La informalidad del establecimiento.

Entre los principales obstáculos de las MiPyMEs ordenados en importancia de mayor a menor son:

1. La falta de financiamiento.
2. La falta de recursos humanos especializados.
3. El acceso a la tecnología.
4. La cultura empresarial.
5. Las políticas de gobierno.
6. La asistencia especializada.

Adicionalmente, se identifican problemas en las políticas de desarrollo regional, como por ejemplo las pugnas políticas entre enfoque promercado y las más estatistas, que condicionan el tipo de oferta en cada país. Por ejemplo, las visiones económicas más liberales otorgan un rol más activo a la banca y principalmente a la banca extranjera, que por lo general tienen una alta aversión al sector MiPyME. Esta situación se hace muy evidente en Argentina. En contraste con esto, en Paraguay el sector cooperativo tiene una alta participación de mercado, y atiende mucho mejor que la banca tradicional a las MiPyMEs, especialmente al segmento micro.

**La demanda y la oferta** fueron analizadas de la mano de un amplio número de estudios e investigaciones. El estudio de la oferta se realizó sobre 33 instituciones financieras paraguayas y 28 argentinas.

Para entender la oferta financiera, necesariamente se debe analizar primero la demanda, ya que un enfoque de comercialización basado en las mejores prácticas sugiere entender el problema del potencial cliente para luego ajustar el producto y servicio a dichas necesidades.

**De la tabla 8 y figura 2** se concluye que la opacidad de la demanda y la autoexclusión son las principales barreras que impiden la inclusión del empresario MiPyME.

Los principales aportes del estudio en cuanto a demanda y oferta se resumen a continuación para cada país.

### **La demanda de servicios financieros en Paraguay – barreras de uso:**

- Las cuentas de ahorro alcanzan un 55% de la población, tomando como media los datos provistos por los dos estudios más actualizados. No obstante, su uso es relativamente bajo, ya que el ahorro formal representa solo 21% del PBI. El bajo nivel de utilización de productos de ahorro indicaría que prácticamente no hay capacidad de ahorro o se ahorra informalmente.
- Diferentes investigaciones indican que existen elevadas barreras de acceso al crédito. A pesar de esta afirmación, Paraguay es uno de los países con mayor acceso al crédito en la región. Si se considera que el crédito representa casi el 50% del PBI, se puede inferir que su “uso” es representativo del promedio regional.
- Solo el 7% de las MiPes y el 48% de las empresas medianas tienen una cuenta bancaria, según la última data relevada. Este índice es significativamente inferior al de Argentina.
- Paraguay tiene una alta informalidad, tanto laboral como de cumplimiento de normativa impositiva que representa una barrera para el acceso a productos de crédito y ahorro. Esta situación se ve compensada de alguna manera por una oferta más variada de cooperativas de ahorro y crédito y de financieras que utilizan enfoques más flexibles para acceder a sus servicios.
- Instrumentos de financiamiento no tradicionales como factoring y leasing tienen escaso uso en este mercado y hay serias dificultades para financiar la innovación.
- El empresario micro y de pequeña empresa tiene una actitud de autoexclusión producto de la falta de educación financiera y digital, falta de políticas claras de protección al consumidor financiero. Por este motivo se sienten más identificados con el sector cooperativista. Las CACs son la principal fuente de acceso a fondos de las MiPyMEs y tienen un posicionamiento dominante en el segmento micro.
- Características del microempresario paraguayo:
  - o Alta demanda de microcrédito. La demanda promedio total de todo el mercado es USD 524 millones para la empresa urbana con créditos promedios de USD 1.400 y de USD 151 millones para la rural con un promedio de USD 2.100.
  - o Existe una alta proporción de microempresarios con vivienda propia.
  - o La mayoría de los microempresarios cuenta con ingresos diversificados.
  - o El monto promedio solicitado en el segmento micro es USD 400 con plazos de pago 6 a 12 meses.

- El destino del crédito es difuso y no es concluyente, según los diferentes estudios analizados. Existe alta presunción que el consumo es un componente importante, pero también el gasto en salud debido a la falta de cobertura estatal y de salud pública.
- La mayoría de los microcréditos no requieren garantías.
- Solo el 18% de los microempresarios paraguayos usa tarjeta de crédito y apenas un 2,6% tiene algún tipo de seguro.
- El monedero electrónico tiene amplia aceptación entre la población, encontrándose que Paraguay, cuenta con 2,5 millones de monederos electrónicos lo que lo convierte en el país en América Latina con mayor cantidad de dinero electrónico en relación con su población.

### **La oferta de servicios financieros en Paraguay – las barreras de acceso**

- Paraguay tiene 15,41 puntos de acceso (PDAs) por cada 10.000 adultos, lo que lo sitúa por encima del promedio de la región.
- Los bancos concentran un 86% de los activos financieros, le siguen las CACs con un 10% y las financieras con un 4%. Sin embargo, las CACs lideran el mercado en cantidad de cuentas activas con un 19% de los adultos, seguido de los bancos con un 12%.
- Las tasas de interés activas son elevadas, siendo el promedio para los bancos 30%, seguidas por las financieras con un 34% y las CACs un 22%. Considerando la estabilidad de la moneda local respecto al dólar americano, los bancos tienen altísimos márgenes: el diferencial entre tasas pasivas y activas llega a un 28% y los márgenes de las CACs son aproximadamente un 15%.
- Según los datos de la tabla 16, la oferta de productos y servicios es amplia y competitiva entre los diferentes tipos de entidades:
  - Algunos bancos tienen el monopolio en cajas de seguridad, transacciones con bonos y títulos, comercio exterior, fideicomisos.
  - Los bancos compiten con las financieras en mesas de dinero y seguros.
  - El 100% de las CACs y el 13% de las financieras de la muestra ofrecen capacitación y asesoramiento.
  - Los bancos, las CACs, financieras y Fintechs compiten en el resto de los productos, tales como crédito, pagos de servicios, transferencias, inversiones (excepto CACs), tarjetas de débito y crédito, cajas de ahorro o cuenta virtual, plazos fijos (excepto Fintechs)
- La **tabla 18** de la sección “Servicios ofrecidos” resume el posicionamiento de cada tipo de entidad según el grado de dificultad para acceder a cada tipo de producto o servicio. Se hace evidente que no existe ningún tipo de entidad que esté en condiciones de cubrir de manera homogénea los altos estándares de calidad que favorecerían la inclusión financiera de los empresarios MiPyMEs. No obstante, la variedad de entidades financieras especializadas en cada segmento del amplio rango que comprende el sector MiPyME asegura más y mejores productos hechos a medida para el empresario.

## **La demanda de servicios financieros en Argentina – barreras de uso**

- Baja participación del crédito como porcentaje del PBI: El crédito representa tan solo un 16% del PBI, una situación completamente anómala para los niveles de la región.
- Baja demanda de crédito de las MiPyMEs: Se estima que la gran volatilidad económica, las altas tasas de interés como consecuencia del bajo uso, y la concentración de la oferta en entidades bancarias, son los principales motivos de esta situación. Las PyMEs en general prefieren autofinanciarse.
- Elevada informalidad como consecuencia de cargas regulatorias y fiscales exageradas. El segmento PyME tiene un alto nivel de bancarización, pero bajo uso de productos.
- Se nota gran rechazo a realizar solicitud de crédito, debido principalmente a:
  - o Que existe desinterés del banco a prestar a la MiPyME
  - o Altas tasas de interés.
  - o Excesivos requerimientos o recaudos.
  - o Falta de garantías disponibles, para poner a la disposición del crédito.
  - o Falta de expertise de los empresarios para cumplimentar el proceso de solicitud, por lo tanto, menos mayores brechas de información.
- El efectivo sigue siendo el principal medio de pago. La tenencia de tarjetas de débito o crédito empresarial (no confundir con la personal) es baja.
- Características del microempresario argentino:
  - o El 70% de las empresas argentinas son microempresas.
  - o Estimación optimista de potencial demanda de un millón de microempresarios. Solo el 10% estaría cubierto. Tomando los datos de FONCAP Argentina, basado en encuestas del 2015, se puede estimar que la demanda micro en promedio (media entre estimación conservadora y optimista) alcanzaría unos USD 700 millones, que surgen de 700 mil prestatarios, a un crédito promedio de USD 1.000 como monto conservador.
  - o El microempresario argentino tiene una baja demanda del producto microcrédito. La estrategia de posicionamiento debe considerar un enfoque integral que ofrezca una amplia gama de productos (consumo en tarjetas de crédito y débito, ahorro y pagos, así como transferencias).
  - o El microempresario es informal y tiene pocas garantías y capital.
  - o Según el estudio que se tome como fuente de información, se pueden encontrar diferentes porcentajes con respecto a la tenencia de vivienda propia del microempresario, los mismos varían entre 21% y el 59%.
  - o El 63% considera el emprendimiento como un ingreso complementario.
  - o El monto promedio es aproximadamente USD 1200, con plazos que varían entre 6 y 12 meses.

- El 44% se financió con bancos, el 34% con financieras y el 22% restante se, puede suponer fue financiado con algunas de las 49 IMFs especializadas en este segmento o no optó a crédito
- El 30% de los microempresarios que solicitan crédito lo hace individualmente el resto lo hace de manera colectiva.
- El destino del crédito es en un 76% capital de trabajo, 33% bienes de capital y 14% vivienda, siendo estos aspectos no excluyentes, sin embargo, otro estudio indica que en realidad el 32% es consumo. Seguramente este último porcentaje es el correcto o incluso se estima que podría ser mayor basado en la evidencia empírica de estudios internacionales.
- La alta tasa de interés es la principal razón por la que no solicitaría un crédito.
- El 57% de los microempresarios cuentan con una cobertura de salud, además de contar con atención gratuita en la mayoría de los hospitales públicos.
- El 80% de la población adulta, tomando en cuenta que esta es representativa de los microempresarios, posee cuentas de ahorro, de las cuales la mitad reconoce tenerlas, es decir, un gran porcentaje de cuentas están inactivas, lo que demuestra que el uso es menor al acceso.
- Una de las principales causas de exclusión financiera es la inestabilidad económica, la informalidad, problemas estructurales de oferta como por ejemplo la alta concentración de la oferta en entidades bancarias.

### **La oferta de servicios financieros de Argentina – barreras de uso**

- La bancarización de la población ha avanzado significativamente en Argentina debido principalmente a la implementación masiva de programas sociales del gobierno que se canalizan a través de cuentas de bancos públicos. Por otro lado, existen empresas más grandes y consecuentemente más formales. Argentina tiene 9 puntos de acceso (PDAs) por cada 10.000 adultos, que es comparable al promedio de la región, pero menor que Paraguay (15) y Brasil (25). Sin embargo, el acceso no garantiza uso.
- El crédito participa con un magro 16% en el PBI, de los cuales la mitad es crédito al consumo. El 50% de los adultos son deudores. Por tratarse de montos menores, se presume es crédito al consumo que se atomiza entre muchos prestatarios, por lo que la cantidad de adultos que han solicitado crédito es elevada, pero en volumen monetario es muy bajo. Por otro lado, como ya se ha mencionado en la sección anterior, el 80% de los adultos tienen cuentas bancarias, pero solo el 48% reconoce tenerlas.
- Hasta montos no mayores a USD 3000 existe suficiente financiamiento a empresarios micro y pequeños a través de financieras, bancos y cadenas de electrodomésticos. A partir de este monto los requisitos son más duros y la informalidad del empresario argentino pasa a ser un obstáculo para el financiamiento.

- Para montos superiores a USD 40.000 comienza a ser más fácil conseguir financiamiento por tratarse de empresas más formalizadas que cumplen con la mayoría de los requisitos exigidos.
- Las tasas promedio sin IVA alcanzan el 40% en las IMFs y bancos, y hasta un 100% en las Fintechs.
- Los bancos son las únicas entidades reguladas que pueden ofrecer este producto y las tasas pasivas fluctúan en un 28% para depósitos a plazo dependiendo de la tasa de inflación anual.
- Las IMFs son monoproductos, únicamente pueden ofrecer microcrédito, con una cobertura local deficiente o regional en algunas provincias.
- La tabla 21 muestra la oferta de productos según los oferentes. Los bancos cubren toda la gama tradicional de productos y servicios.
- Existe una incipiente competencia de las Fintechs que ofrecen principalmente billeteras electrónicas con cuentas virtuales, tarjetas de débito asociadas, tarjetas de crédito, créditos personales, y algunas como Mercado Pago, la plataforma de Mercado Libre, también ofrecen crédito PyME. Otras Fintechs han incursionado en inversiones - fideicomisos - con los que financian líneas de crédito.
- La Tabla 23 de la sección “Servicios ofrecidos” resume el posicionamiento de cada tipo de entidad según el grado de dificultad para acceder a cada tipo de producto o servicio. Los bancos juegan un rol excluyente en la oferta de servicios financieros. Sin otro tipo de entidades competidoras (cajas de ahorro, cooperativas), esta situación reduce el nivel de acceso, ya que los bancos tienen una mayor aversión a prestar a las micro y pequeñas empresas.
- El crédito es absorbido en su mayoría por el estado para cubrir el déficit fiscal, desplazando al sector privado.
- El ahorro se realiza en dólares y muchas de las empresas, principalmente las informales con facturación no declarada ahorran fuera del sistema
- El sistema financiero no está fungiendo como intermediario y canalizador de ahorros hacia actividades productivas.

### **Aspectos para destacar del análisis comparativo de ambos países:**

- En ambos países el 91% de las empresas son MiPES, el 6% son mediana. Sin embargo, en Argentina el nivel de facturación es hasta 5 veces más el nivel de facturación en dólares americanos.
- Las MiPyMEs paraguayas son más informales que las argentinas, pero eso no le impide el acceso a servicios financieros gracias a la mejor atención que brinda a este segmento el sector cooperativo. Esta situación se revierte a nivel PyME de mayor tamaño donde la mayor formalidad de las argentinas le permite acceder a más servicios.
- Existe mayor demanda de crédito en las PyMEs paraguayas, respecto de las argentinas con un 83% y un 69,4% respectivamente. Las razones se pueden encontrar en los problemas

económicos recurrentes de Argentina y en el tipo de oferta concentrada principalmente en bancos.

- En ambos países se da la autoexclusión producto de la baja formalidad, formación y capacitación.
- El destino de los créditos relevados en los diferentes estudios es cuestionable. Se estima que en el segmento inferior a nivel micro gran parte del financiamiento va a consumo. En el siguiente estrato PyME es capital de trabajo. El financiamiento de capital fijo es deficitario en ambos países.
- Los montos promedios de microcrédito en Argentina triplican los de Paraguay, con USD 1400 y USD 400 respectivamente.

**La calidad del acceso y de la demanda** fue analizada con los últimos datos de Microscopio Global 2020, organismo que analiza la regulación y políticas utilizadas por los gobiernos y los organismos reguladores para aumentar la inclusión financiera entre sus poblaciones y como esta impacta en la oferta (acceso) y la demanda (uso). El Microscopio Global cubre cinco dominios: i) Gobierno y apoyo de políticas ii) Estabilidad e integridad iii) Productos y puntos de venta iv) Protección del consumidor v) Infraestructura. Estos dominios ranqueados entre 55 países reflejan también la situación del sector MiPyME, ya que el entorno regulatorio por lo general tiene un efecto sistémico en todos los segmentos. En el comparativo de los 55 países analizados, Argentina y Paraguay alcanza 70 y 64 puntos sobre 100 respectivamente, lo que ranquea en el puesto 4 y 18 respectivamente, por encima de la media. En cuanto al “acceso”, como ya se analizó, cada país con diferentes fortalezas tiene “en principio” una oferta razonable para individuos y empresas.

Estos resultados son alentadores, sin embargo, deben ser reinterpretados a la luz de toda la investigación realizada principalmente de la demanda. Si se analiza la participación del ahorro y crédito en el PBI como referencias del “uso” de ambos productos financieros en términos de inclusión financiera, Argentina alcanza un 16% y 17%, y Paraguay un 46% y 21% respectivamente. Es decir, a excepción de la alta participación del crédito en el PBI de Paraguay, el uso real de productos financieros no refleja los resultados de Microscopio Global.

Se puede concluir que las mejores condiciones de acceso de Argentina que genera el entorno regulatorio no se traducen en un mayor “uso” debido a una baja demanda condicionada por la situación económica, concentración de la oferta en el sector bancario, y otros factores estructurales y regulatorios que impiden una mayor competencia entre diferentes tipos de entidades. Por otro lado, Paraguay tiene niveles inferiores de acceso, con una regulación que aún puede generar mejores condiciones, pero en contraposición, el “uso” de productos financieros es mayor en términos relativos, especialmente el crédito.

Las Fintechs, por otro lado, tienen un mejor entorno regulatorio en Argentina, pero Paraguay cuenta con más cantidad de población que ya se ha familiarizado con el uso de billeteras electrónicas gracias a la iniciativa privada de las prestadoras de servicios de telefonía móvil. Al final de este estudio se encuentran apéndices con detalles de los avances regulatorios y estatus quo de las Fintechs en cada país.

# 1. Contextualización macro de Paraguay y Argentina

Entender la situación macroeconómica, laboral y sociodemográfica sirve como marco referencial de la situación de las MiPyME y su inclusión financiera. La tabla 2 fue elaborada con datos extraídos de la página web “Datos macros”<sup>1</sup>. Esta información nos permite comprender y contextualizar ciertas diferencias del sector MiPyME en cada país.

Un primer aspecto para dimensionar es la diferencia del PBI de ambos países. El PBI de Argentina es 10 veces el de Paraguay. Esto impacta seguramente en el tamaño del mercado MiPyME, el tamaño de las empresas, el monto promedio del crédito y en las diferencias en el tipo de productos demandados y ofrecidos.

Los indicadores macroeconómicos de deuda sobre Producto Bruto Interno (PBI) y déficit fiscal ponen en evidencia un desequilibrio importante de las finanzas de Argentina en comparación con las de Paraguay. En este sentido, el gasto público de Argentina es 39%, lo que duplica al de Paraguay, que cuenta con un 19% sobre el PBI.

Argentina padece de déficits cíclicos históricos de balanza comercial (exportaciones – importaciones). Excepcionalmente, Argentina logró revertir en el último año esta situación gracias a una gran devaluación de su moneda respecto al dólar norteamericano. Esta inestabilidad de la balanza comercial significa más riesgo país, confirmado por las calificaciones de las agencias de rating Moody’s y S&P y por los 1433 puntos básicos de riesgo país.

Este diferencial de riesgo país implica mayores tasas de interés para conseguir financiamiento externo, lo que impacta finalmente en el costo de los créditos. A esta delicada situación se suman una inflación promedio del 40% anual en los últimos años y tasas de interés de un 38% sin IVA que alcanzaron un pico del 86% anual en el mes de septiembre 2019 según información del Banco Central de la República Argentina (BCRA).

Las economías en desarrollo que experimentan períodos de gran volatilidad en sus variables macroeconómicas sufren desfinanciamiento, por iniciativa propia, de los potenciales prestatarios que no quieren asumir el riesgo de tomar deuda que no podrán cancelar en término, pero también por aversión al riesgo de los prestamistas. Mayores niveles de endeudamiento, ante una probable recesión, incrementan probabilidades de fenómeno, de sus créditos (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011).

---

1 <https://datosmacro.expansion.com/>

Tabla 2

Indicadores Macro		
Indicador	Paraguay	Argentina
PIB anual 2019	€ 35,439 M	€ 402,273 M
PIB per cápita 2019	€ 5,025	€ 9,028
Deuda (% PIB)	21.47%	86.06%
Déficit (% PIB)	-1.65%	-5.49%
Gasto público como % del PIB	19.03%	38.90%
Balanza comercial como % del PIB	3.55%	-10.25%
Importaciones como % del PIB	31.66%	10.91%
Exportaciones como % del PIB	14.46%	21.61%
IPC (índice precios al consumidor)	1.60%	40.70%
Tasa de interés	15% (1)	38.00%
Participación del crédito como % del PBI	46.60%	16.00%
Participación del ahorro como % del PBI (2)	21.00%	17.00%
Rating Moody's (*)	Ba1	Ca
Rating S&P (*)	BB	SD
Riesgo País en puntos básicos (3)	235	1433
Tasa de desempleo	7.70%	9%
IVA general	10%	21%
Presión impositiva como % del PBI	14%	29%
Impuestos laborales y contribuciones (% de ganancias)	18.60%	29.90%
Gasto público en educación percapita	€ 163	€ 704
Gasto público en salud per cápita	€ 153	€ 849
Índice de corrupción	29°	40°
Índice de seguridad jurídica (4)	no informa	48
Índice de fragilidad (**)	69.8°	46,1°
Ranking de competitividad	97°	83°
Ranking - Doing Business (***)	119°	113°
Homicidios por cada 100 mil habitantes	8.9	5
Flujo neto de remesas	\$ 499 M	\$ -3272 M
% de Inmigrantes	2.28%	4.97%
% de emigrantes	12.36%	2.27%
Población	7,053,000	44,560,000

(1) Fuente: lanacion.com.py  
(2) Fuente: Banco Mundial - <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GNS.ICTR.ZS>  
(3) Fuente: Invenómica <https://www.invenomica.com.ar/riesgo-pais-emb-i-america-latina-serie-historica/>  
(4) Fuente: World Justice Project <https://worldjusticeproject.org>

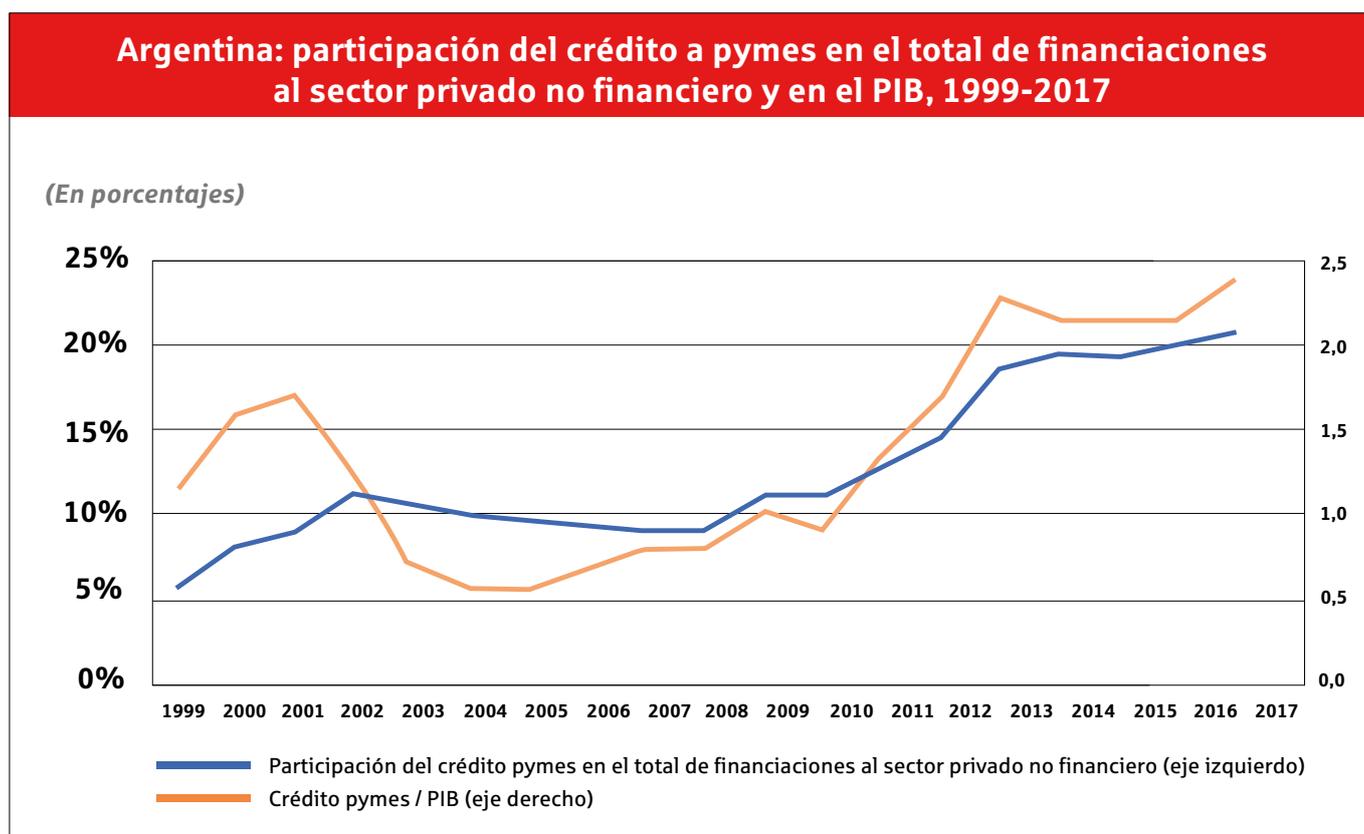
\* Ratings: calificación de la deuda a largo plazo en moneda extranjera  
\*\* Índice de fragilidad es calculado por "Fund for Peace", y mide los siguientes factores: i) control físico del territorio o del monopolio del uso de la fuerza; ii) Erosión de la legitimidad de la autoridad de turno para llevar a cabo decisiones colectivas; III) Incapacidad para proporcionar servicios públicos básicos; iv) Incapacidad para interactuar con otros estados  
\*\*\* El índice doing business fue creado por el Grupo del Banco Mundial y se refiere a la facilidad de hacer negocios. Mide simplicidad de las regulaciones y protección de los derechos de propiedad

Fuente principal: <https://datosmacro.expansion.com>

Paraguay, por su lado, cuenta con una situación macroeconómica más estable, con tasas de interés razonables para países en vías de desarrollo del 15% anual y una inflación que no supera el 2% anual. Paraguay ha experimentado un crecimiento promedio del 3,6% anual del PIB en el período 2000 – 2017 (Santander, 2017). Este crecimiento, sin embargo, ha sido muy volátil. La volatilidad del PIB real medida por la desviación estándar fue la más alta registrada en la región. Existen factores externos cíclicos y estructurales que explican este fenómeno como, por ejemplo, la alta dependencia de los precios de las materias primas y productos agrícolas exportables (sojas, derivados, carne bovina) y del cambio climático que afecta a las represas Yacyretá e Itaipú explotadas con Argentina y Brasil respectivamente. Los excedentes de energía se exportan justamente a los respectivos países socios en cada represa, lo que representa un monto importante de los ingresos del país. A su vez, la volatilidad de ingresos afecta las políticas anticíclicas del gasto público (Almeida, Bastos, Quijada, & Acevedo, 2018).

La presión impositiva como porcentaje del PBI en Argentina duplica la de Paraguay, 29% y 14% respectivamente, lo que también se refleja en el IVA, 21% y 10% respectivamente. Los costos laborales en Argentina son un 50% más elevados que en Paraguay. Todos esto impacta directa o indirectamente en el costo financiero final.

El dato más inquietante que diferencia a ambas economías en el marco del presente estudio es sin duda la participación del crédito privado como porcentaje del PBI. Mientras Paraguay cuenta con una participación razonable del 46,6% como país en vía de desarrollo, Argentina alcanza tan solo un 16% según los últimos datos del 2017. El siguiente gráfico deja en evidencia la paupérrima participación del crédito PyME en la economía argentina.

**Figura 1**

**Fuente:** M. Kulfas “Políticas e instituciones de apoyo a las MiPyMEs en la Argentina, de 2000 a 2015”

Según el estudio “Alternativas de financiamiento para la MiPyME Latinoamericana” (García & Vite, 2014), cuando se evalúan las dificultades para obtener financiamiento, Argentina supera en tres puntos porcentuales a Paraguay en las pequeñas empresas y por prácticamente el doble del porcentaje en las medianas. La siguiente tabla muestra esos porcentajes, además de Perú como país con menores dificultades para acceder al crédito en la región.

**Tabla 3**

Porcentaje de MiPyME que consideran como obstáculo el acceso al financiamiento		
País	Pequeñas empresas	Medianas empresas
Argentina	13.50%	19.20%
Paraguay	10.10%	8.70%
Perú (benchmark de la región)	4.10%	2.60%

**Fuente:** adaptado de (García & Vite, 2014)

La misma fuente indica que Chile lidera el acceso al crédito en la región con un 72,50% de acceso, seguido por Paraguay y Perú con el 54,7%. Por otro lado, Argentina es el país con el porcentaje más alto de MiPyMEs que utilizan capital propio como fuente de financiamiento de activos fijos (65,78%) y ocupa un segundo lugar detrás de México cuando se trata de autofinanciar el capital de trabajo (59,89%). Argentina tiene, por lo tanto, un subdesarrollo notable de este indicador que es considerado anómalo respecto otros países de igual o menor desarrollo (FOP, 2013) o, para expresarlo positivamente, cuenta con enorme potencial de desarrollo.

Según Ferraro (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011), la volatilidad macroeconómica es un factor que influye negativamente en el acceso al crédito de las PyMEs. La mayor inestabilidad económica impide planificar adecuadamente los proyectos, o los hace más riesgosos a la vista de las instituciones financieras. Es así como países más estables económicamente tienen mayores porcentajes de acceso al crédito:

- a) En América Latina, el 50% de las pymes tiene acceso.
- b) En EE. UU. el 92%
- c) En Chile el 68%

El gasto en desarrollo humano muestra también diferencias significativas cuando se comparan ambos países. Argentina gasta hasta 6 y 7 veces más en educación y salud pública que Paraguay. Estos porcentajes seguramente marcarán una diferencia cuando se analice las necesidades de capacitación y de cobertura de riesgos que enfrentan muchos empresarios MiPyME (en adelante E-mipyme).

Los indicadores de corrupción, competitividad, fragilidad y seguridad jurídica y tasa de homicidios hacen referencia a factores estructurales, institucionales, regulatorios que afectan la iniciativa privada y disuaden a los emprendedores o empresarios a realizar negocios, impactando directamente en la demanda de productos y servicios financieros. En este sentido, los resultados no son alentadores para ninguno de los dos países. Un dato para destacar es que Paraguay no informa al World Justice Project<sup>2</sup>, un proyecto que mide a nivel mundial el cumplimiento regulatorio, jurídico, procesal y expropiatorio, entre otros. La falta de seguridad jurídica y de reglas claras son decisivas para el éxito o fracaso de un país y sus empresas, y configuran estructuras mentales de cómo se ejecutan los negocios: por medio de la innovación o de la corrupción; en esta última circunstancia prevalece el cortoplacismo y la concentración económica<sup>3</sup>.

Finalmente, los flujos netos de remesas son sustancialmente negativos para Argentina en comparación con Paraguay, que tiene un flujo positivo, lo que representa fuentes indirectas de

---

2 <https://worldjusticeproject.org/>

3 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54607044>

financiamiento para muchos empresarios micro y pequeños. Esto se refleja en las tasas de migrantes que son opuestas en ambos países, mostrando a Argentina como un país receptor neto y a Paraguay como país con más migrantes.

Como conclusión de esta primera sección se puede afirmar que existen factores macroeconómicos, políticos, laborales y sociodemográficos que condicionan e impactan el funcionamiento del sistema financiero en cada país en estudio. Que el sector MiPyME es especialmente vulnerable a la inseguridad macroeconómica, jurídica, e institucional y requiere de estabilidad y paz social para atraer inversiones y financiamiento. Que el desarrollo humano y la cobertura de salud de un país impactan los niveles de productividad, factibilidad técnica y económica de proyectos productivos y el acceso a recursos monetarios. Todos estos factores afectan la demanda y la oferta del sector. Por este motivo, se considera que la futura implementación de mejores prácticas o programas exitosos de inclusión financiera MiPyME de otros países deberán considerar estas circunstancias y variables para poder adaptarse adecuadamente a la realidad de cada nación.

## 2. Definición de MiPyME

Las MiPyME son un grupo muy heterogéneo con una amplia gama de actividades comerciales como, por ejemplo, la producción artesanal, un plomero cuentapropista, la cafetería de la esquina, el cibercafé de un pequeño pueblo, una sofisticada empresa de ingeniería o software, y una empresa mediana de autopartes que vende a los fabricantes de automóviles en los mercados nacionales y extranjeros. Los E-mipyme pueden o no ser pobres; las empresas operan en mercados muy diferentes (urbano, rural, local, nacional, regional e internacional); cuentan con distintos niveles de habilidades, capital, sofisticación y orientación al crecimiento, y pueden ser parte de la economía formal o informal. A pesar de esta heterogeneidad, es fundamental contar con una clasificación que permita ajustar productos y programas de financiamiento o asistencia técnica al E-mipyme.

Un primer criterio de clasificación es diferenciar entre emprendimientos que tienen capacidad de acumulación de capital y aquellos que solo operan al nivel de subsistencia. Estos a su vez se subdividen entre aquellas que cuentan con potencial de crecimiento y los que no. La tabla 4 muestra un resumen del tipo de emprendimiento según la anterior clasificación para una ciudad intermedia en Argentina (Rabago, Rábago, & Ribero, 2010). Como se puede observar, la participación de emprendimientos rentables con capacidad de acumular capital es mínimo en comparación con el sector de subsistencia.

**Tabla 4**

Clasificación de emprendimientos			
Microemprendimiento	Desarrollo de una microempresa	Rentabilidad	Participación
Con capacidad de acumulación de capital	Sí	Rentables o con potencial de serlo	3.9%
De subsistencia:	Sí		
- con potencial de crecimiento			
- sin potencial de crecimiento	No	Baja rentabilidad	96.1%

**Fuente: elaboración propia según información provista por Rábago y otros (Rabago, Rábago, & Ribero, 2010).**

Sin embargo, esas unidades productivas son las que mayor capacidad tienen para generar empleo formal y de calidad y deberán tener un trato diferenciado por parte de financiadores y programas de asistencia técnica. En línea con lo anterior, los motivos de emprendimiento, según la investigación de Rabago, se presentan en la tabla 5, donde solo un irrisorio 3,9% de los microempresarios inicia un proyecto por cuestiones de rentabilidad.

**Tabla 5**

<b>Cuadro 2</b>			
<b>Motivos de emprendimiento</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia absoluta (Número)</b>	<b>Frecuencia absoluta (Porcentajes)</b>	<b>Frecuencia relativa Acumulada</b>
Subsistencia	37	48,10	48,10
Diversificar	6	7,80	55,80
Ingresos extras	26	33,80	89,60
Rentabilidad	3	3,90	93,50
Financiación	2	2,60	96,10
Varios	3	3,90	100,0
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente: (Rabago, Rábago, & Ribero, 2010).**

Otra clasificación de la MiPyME surge del análisis de la cantidad de empleados y nivel de venta o facturación. Este enfoque es el más usado por la mayoría de las legislaciones en distintos países de la región (García & Vite, 2014). A continuación, se presenta una tabla combinada de número de empleados y nivel de ventas que resume el enfoque que realiza la legislación paraguaya y la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa en Argentina, de forma tal que permite comparar de manera estandarizada las definiciones oficiales de ambos países.

**Tabla 6**

<b>Categoría</b>	<b>Paraguay</b>		<b>Argentina</b>	
	<b>Personal empleado</b>	<b>Facturación anual en U\$D</b>	<b>Personal empleado</b>	<b>Facturación anual en U\$D</b>
Micro	Hasta 10	\$ 72,632	Hasta 9	\$ 307,500
Pequeña	Hasta 30	\$ 363,161	Hasta 36	\$ 1,940,868
Mediana	Hasta 50	\$ 871,586	Hasta 155	\$ 13,258,263

(\*) La cantidad de empleados y nivel de facturación de las empresas medianas argentinas

**Fuente: elaboración propia basada en Ley 4.425 (Paraguay) y Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y mediana Empresa (Argentina)**

A simple vista se pueden observar importantes diferencias principalmente en cuanto al nivel de facturación en dólares norteamericanos y un salto importante en la cantidad de empleados ocupados por las pequeñas empresas en la definición argentina. El cuadro deja en evidencia que Argentina tiene una definición más amplia de las MiPyMEs, principalmente en términos de facturación, y esto puede requerir diferentes enfoques a la hora de diseñar políticas de inclusión financiera.

Dentro de esta definición de MiPyME existe una diferencia entre ambos países en cuanto al tipo de unidad económica. La ley MiPyME paraguaya (Ley 4.457 -2012) no considera como tales a empresas que se dediquen a la intermediación financiera, seguros, negocios inmobiliarios y el ejercicio de las profesiones liberales, que están reguladas por leyes especiales en vigencia (Santander, 2017).

El Mercado Común del Sur (Mercosur) cuenta con su propia clasificación basada en el “Tratado de Asunción”<sup>4</sup> que armoniza la definición de la MiPyME para los 4 países pertenecientes, a saber, Argentina, Brasil, Paraguay y Argentina. Esta clasificación no solo armoniza en función de personal ocupado y ventas anuales, sino que incorpora un coeficiente que interpreta dichos datos en términos relativos.

La fórmula es la siguiente:

**Tabla 7**

Clasificación MiPyme según Mercosur - 1992			
CATEGORÍA	POm (hasta)	Vm (USD)	Coef. (hasta)
Micro	20	400000	0.52
Pequeña	100	2000000	2.58
Mediana	300	10000000	10.00

Coef =  $10 \times (PO/POm \times V/Vm) \times 1/2$   
 Donde:  
 Coef → coeficiente  
 PO → Personal Ocupado en la empresa  
 POm → Personal Ocupado de referencia  
 V → Ventas de la empresa  
 Vm → Ventas de la empresa de referencia.

**Fuente: Tratado de Asunción - Mercosur**

Otra clasificación que surge naturalmente es en función del monto promedio del crédito solicitado, aunque este enfoque puede ser engañoso y superficial, ya que existen otros factores más determinantes. Durante la evaluación de un crédito se intenta determinar la voluntad y capacidad de pago del prestatario, y como puede respaldarse dicha información con documentación pertinente. La literatura especializada indica que a mayor informalidad mayor asimetría de información y, por lo tanto, también menor monto otorgado. Mientras menos información sobre voluntad y capacidad de pago un prestatario pueda proveer y documentar, seguramente menos probabilidades tendrá de obtener un crédito. Ninguna entidad financiera estará dispuesta a prestar a quien no puede demostrar sus potenciales ingresos, su estabilidad domiciliaria, el pago de impuestos, sus antecedentes crediticios, etc. Por lo tanto, las asimetrías de información y el nivel de informalidad asociada son los factores más determinantes a la hora de categorizar los diferentes segmentos del crédito MiPyME, y no el monto del crédito.

4 <https://www.rau.edu.uy/mercursosur/faq/pre24.merco.html>

### 3. Inclusión financiera de las MiPyMEs

La inclusión financiera no es un desafío exclusivo de los segmentos más pobres o vulnerables, sino que también incluye a la MiPyMEs. Según el IFC (Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial), considera que existen 5.9 millones de MiPyMEs en Latino América y el Caribe que tienen acceso precario o ningún acceso a un sistema financiero formal (IFC, 2017). Algunos estudios utilizan el concepto de bancarización, que se puede prestar a confusión, ya que no necesariamente la inclusión financiera debe ser realizada a través de bancos. La tenencia de una cuenta de ahorro en una institución formal, sin embargo, es considerada por convención internacional el principal indicador de inclusión financiera, puesto que permite ejecutar pagos, cobros por transferencias de manera rápida y segura, sin arriesgar la pérdida de ahorros con un costo transaccional menor. Al tratarse de un segmento con altos niveles de informalidad, las cuentas privadas individuales, principalmente de muchos microempresarios y empresarios MiPEs son usadas como cuenta empresarial, por lo que la inclusión financiera de la persona natural implica también la inclusión de la empresa.

A continuación, se presenta la definición de los tres conceptos adaptados de la versión original de la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI<sup>5</sup>) y de literatura especializada:

- **Acceso:** La capacidad de poder usar servicios y productos financieros disponibles en instituciones oficiales o formales. Es decir, tienen en cuenta la menor cantidad de *barreras en cuanto a requisitos, proximidad física* (puntos de acceso) y la *asequibilidad*. Es un concepto directamente relacionado con la **oferta** (Roa, 2013).
- **Uso:** Permanencia y profundidad del uso de servicios y productos financieros. En otras palabras, considera la *regularidad, la frecuencia y el tiempo de uso de estos*. Es un concepto más relacionado con la **demanda** (Roa, 2013) y, por lo tanto, al usuario final (individuo o empresa). En mercados subdesarrollados existen inhibidores importantes de la demanda que deben ser desactivados para que se pueda concretar la inclusión financiera.
- **Calidad:** Los atributos y características de los productos y servicios se ajustan a las necesidades de los clientes, y si los clientes están en condiciones de comprender las respectivas ventajas y desventajas. La calidad considera aspectos como protección del consumidor, la capacitación en educación financiera, supervisión de productos y servicios financieros (Roa, 2013), supervisión de riesgos sistémicos de las entidades financieras, todos conceptos ligados a la **oferta**. No obstante, la falta de regulación no impide la iniciativa privada de la oferta para compensar estos vacíos legislativos.

Las entidades financieras pueden autoimponerse metas de protección al consumidor financiero, educación financiera de los clientes y población en general, y asesoramiento integral de los

---

5 <https://www.afi-global.org/>

productos y servicios financiero. *El asesoramiento integral implica articular la oferta de productos a las necesidades que surgen en las distintas etapas de la vida financiera*, con un alto impacto en la demanda, ya que permite reducir las asimetrías de información propias de las transacciones financieras.

Por otro lado, por tratarse de temas regulatorios que son responsabilidad gubernamental, también es pertinente el enfoque sobre barreras de la **demanda**. La regulación, y principalmente las entidades gubernamentales correspondientes, deberían hacer un esfuerzo por implementar programas que ofrezcan sistemas de incentivos adecuados para que el empresario se registre y cumpla con requerimientos legales y fiscales, que deriven en mayor transparencia del empresario. Además, el analfabetismo financiero, una responsabilidad exclusiva del estado, debe subsanarse con programas de educación financiera masivos a la población. De esta forma se estará reduciendo la *autoexclusión*.

La tabla 8 sintetiza las barreras más importantes que afectan el acceso, el uso y la calidad de servicios financieros y ha sido desarrollada luego de una extensa revisión literaria. Los tres conceptos de inclusión financiera se relacionan con el ámbito de influencia privado y público o regulatorio, para dejar en claro las responsabilidades de cada actor.

Tabla 8

PRINCIPALES BARRERAS DE ACCESO, USO Y CALIDAD DE SERVICIOS FINANCIEROS							
Barreras de la oferta - ACCESO				Barreras de la demanda - USO			
Productos de ahorro mal diseñados	Productos de crédito mal diseñados	Productos de seguro mal diseñados	Servicios de pagos y transferencias mal diseñados	INFORMALIDAD	OPACIDAD	AUTO-EXCLUSIÓN	ANALFABETISMO FINANCIERO Y DIGITAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requerimientos de apertura</li> <li>• Liquidez</li> <li>• Tasas</li> <li>• Balances mínimos</li> <li>• Ahorro voluntario u obligatorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montos</li> <li>• Tasas</li> <li>• Comisiones</li> <li>• Garantías</li> <li>• Madurez</li> <li>• Frecuencia de pago</li> <li>• Metodología de evaluación</li> <li>• Documentación requerida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de cobertura para contingencias específicas</li> <li>• Cobertura insuficiente</li> <li>• Primas elevadas</li> <li>• Requerimientos</li> <li>• Valuación de los activos o contingencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios no pensado en moneda digital</li> <li>• Redes inapropiadas</li> <li>• Sistemas no informatizados o digitalizados</li> <li>• Poca interoperabilidad de los sistemas</li> <li>• comisiones elevadas</li> </ul>	<u>Falta de documentación que acredite:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identidad</li> <li>• capacidad de pago</li> <li>• historial crediticio</li> <li>• propiedad de garantías</li> <li>• cumplimiento de normativa fiscal</li> <li>• cumplimiento de normativa laboral</li> <li>• ingresos y origen de fondos</li> </ul>	<u>Respecto a los riesgos del negocio:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• falta de capacidad de pago</li> <li>• falta de voluntad de pago</li> <li>• falta de garantías</li> <li>• falta de capital</li> <li>• valoración errónea de los riesgos del proyecto por omisión o por error</li> <li>• ingresos y/o capital injustificados</li> </ul>	<u>Aspectos psicológicos que condicionan la demanda:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• desconfianza en entidades financieras</li> <li>• miedo a endeudarse</li> <li>• miedo a ser discriminado</li> <li>• autopercepción de no ser sujeto de crédito</li> </ul>	<u>Falta de capacitación en:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• productos financieros</li> <li>• planificación financiera</li> <li>• Importancia del ahorro</li> <li>• el buen uso del crédito</li> <li>• importancia del seguro</li> <li>• compras, depósitos, pagos y transferencias online</li> <li>• digitalización de las finanzas personales</li> </ul>
Letra chica en los contratos/ocultamiento de costos							
Procesos burocráticos (apertura, solicitud, identificación, lavado de activos)							
Canales inapropiados / falta de digitalización de servicios / distancia con sucursales / pocos puntos de acceso / falta de un enfoque omnicanal							
Falta de programas de educación financiera y de protección al consumidor financiero							
Falta de asesoramiento integral que se adapte a las necesidades en distintas etapas de la vida financiera de individuos y organizaciones / comunicación efectiva							
Barreras regulatorias con impacto en la oferta y demanda - CALIDAD							
Supervisión inadecuada de la gestión integral de riesgos de la institución				Falta de programas masivos de educación financiera a la población			
Falta de regulación que proteja al consumidor financiero en cuanto a productos y servicios ofrecidos, comunicación asertiva de riesgos asumidos, implementación de programas de educación financiera, asesoramiento integral y transparencia de costos				Regulación inadecuada (sistemas de incentivos mal definidos) que disuade la formalización del cliente (individuo o empresa)			
Asimetrías de información de la oferta < Asimetrías de información de la demanda (*)							
NOTA: (*) CARACTERÍSTICAS COMPARTIDAS POR LA OFERTA Y LA DEMANDA, CON UN SESGO IMPORTANTE HACIA LA DEMANDA							

Fuente: elaboración propia.

La desactivación de las barreras de acceso depende directamente de la oferta e indirectamente de la regulación, representada por la dimensión “calidad”. Si ambas condiciones se cumplen, además del acceso, se incrementa el uso. Es decir, la demanda es una consecuencia de que exista acceso (oferta de productos y servicios bien diseñado) y que este sea de calidad (regulación adecuada de la oferta y programas de apoyo a la demanda).

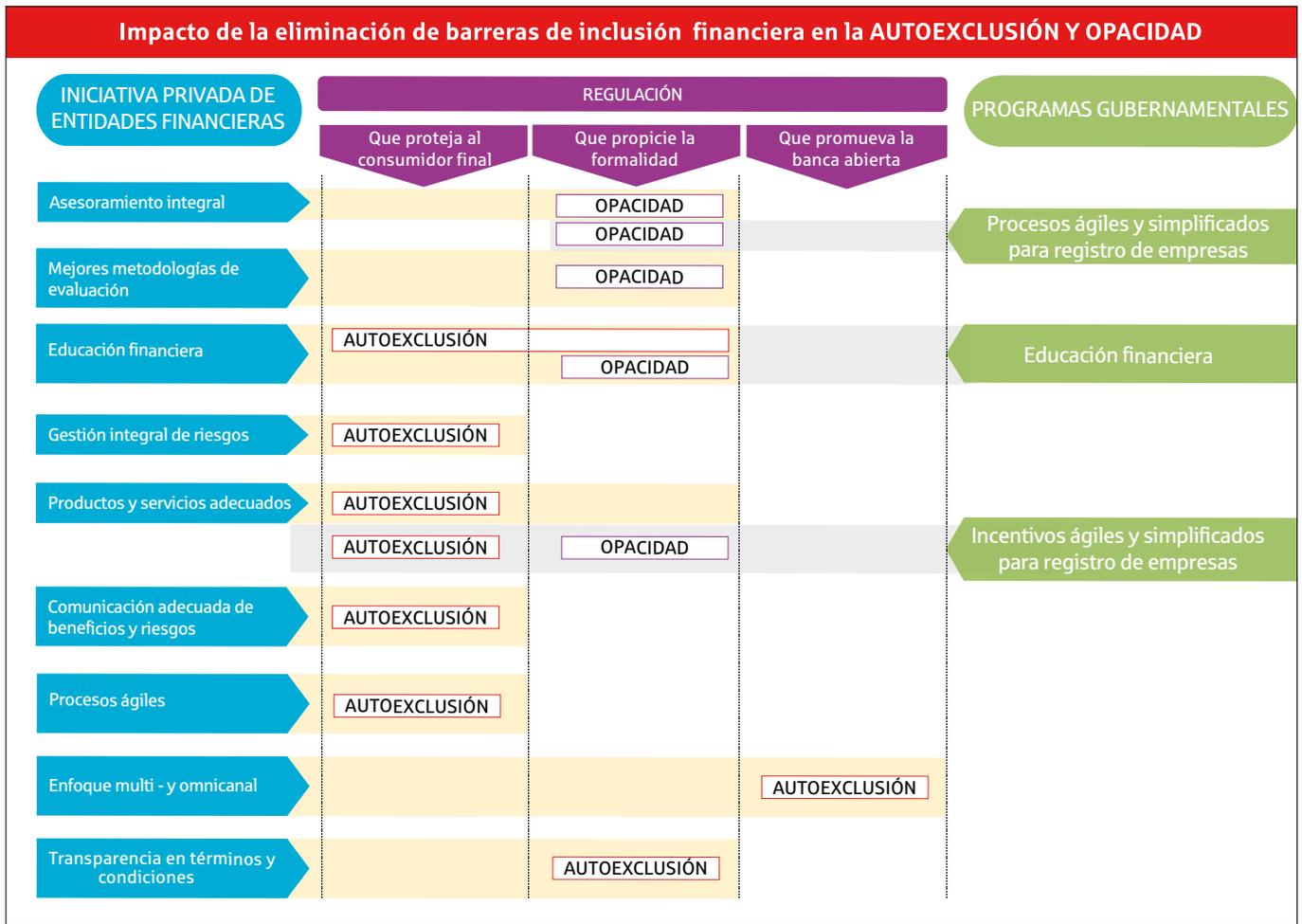
Estas interrelaciones entre todos los componentes mencionados en la tabla 8 se describen a continuación:

- **Barreras de uso:** como su nombre lo indica, es un atributo exclusivo del usuario cuyo comportamiento está influenciado por la oferta y la regulación. El usuario o consumidor financiero está en una situación de impotencia y vulnerabilidad si las entidades financieras, la regulación y los programas gubernamentales no reducen las brechas de información (opacidad), la informalidad, las barreras psicológicas y educativas (analfabetismo financiero). No se puede pretender que el consumidor financiero asuma la responsabilidad de autoeducarse, informarse, y se haga cargo de los altos costos de formalización por iniciativa propia.
- **Barreras de acceso:** El acceso a productos financieros depende de la iniciativa de los oferentes, el diseño de sus productos, canales de distribución y del asesoramiento adecuado al consumidor financiero, entre otros factores. Pero a su vez, muchas de las barreras de acceso son consecuencia de imperfecciones de mercado, que debe regular el gobierno.
- **Barreras de calidad:** Si bien los productos y servicios ofrecidos son un dominio de las entidades financieras, no hay dudas de que la regulación debe promover la estabilidad del sistema, la competencia entre los oferentes, la calidad y asequibilidad de los productos ofrecidos y un asesoramiento integral y objetivo. Adicionalmente, deben existir programas gubernamentales que velen por la educación financiera y la formalización del consumidor financiero.

Como se puede observar, casi todas las interrelaciones convergen hacia la autoexclusión y la opacidad e impactan en el usuario final. Es decir, las barreras de la demanda son una consecuencia de las barreras de las otras dos dimensiones y a su vez desarrollan una dinámica propia entre sus componentes. Por ejemplo, el **analfabetismo financiero** deriva en desconocimiento de los productos por parte del consumidor final, que al considerarlo un aspecto ajeno a su quehacer diario resulta en su **autoexclusión**.

La autoexclusión se puede remediar con información de calidad de los productos ofrecidos y con programas gubernamentales o privados enfocados en educación. La opacidad es más difícil de reducir y demanda un enfoque más sistémico como se verá a continuación. El siguiente gráfico muestra como autoexclusión y opacidad pueden ser abordados desde la oferta, la regulación y los programas gubernamentales.

**Figura 2**



**Fuente:** Elaboración propia

Cuando se analizan las barreras de la inclusión, existen dos aspectos de alto impacto. Por un lado, existen **asimetrías de información** tanto en la oferta como en la demanda, aunque con un sesgo más importante hacia esta última. Es decir, el prestatario cuenta con información sobre su negocio y sus cualidades personales que el prestamista desconoce, definido como opacidad en la tabla 8. Si pensamos en un ahorrista, existe opacidad cuando no puede justificar el origen de los fondos que quiere depositar. Pero también hay brechas de información por el lado de la oferta, ya que el prestatario desconoce productos, condiciones y demás cláusulas con letra chica, que pueden ocultar comisiones u otros costos, pero sin temor a equivocarse, se puede afirmar que las *brechas de información son mayores del lado de la demanda*.

El segundo aspecto para tener en cuenta es **la informalidad**, que es el principal disparador o causa raíz de las asimetrías de información. Mayor informalidad representa menor documentación y, por lo tanto, menos información auditable, lo que potencia aún más las asimetrías ya existentes. Los cuatro productos y servicios analizados en la tabla 8 están afectados por la informalidad, ya que, si

no se cuenta con la documentación adecuada que permita acreditar identidad, origen de fondos, ingresos, egresos, historial crediticio, propiedad de garantías, entre otros, difícilmente se pueda tener acceso a dichos productos.

Este análisis superficial del nivel de informalidad ni siquiera contempla aspectos de incumplimiento de normativa fiscal o laboral, que para ciertas regulaciones implicaría la exclusión de gran cantidad de micro y pequeñas empresas. **La informalidad es una barrera exclusiva de la demanda, pero su causa raíz y también su solución es exclusiva de la regulación.** La regulación debe generar los incentivos adecuados para que el costo de oportunidad de formalizarse sea menor que el de la informalidad.

A pesar de esta afirmación, considerando que se trata de mercados imperfectos en países en vías de desarrollo, pretender una rápida respuesta de la política es una utopía. Por este motivo, **las entidades financieras pueden y deben hacer esfuerzos que reduzcan imperfecciones del mercado y vacíos regulatorios.** Existen soluciones intermedias, donde las instituciones financieras se pueden adaptar a estas asimetrías, por ejemplo, mejorando sus metodologías de evaluación (evaluaciones blandas, cruces de información, inteligencia artificial y big data, entre otros), diseñando procesos de aprobación más ágiles y de esta forma compensar riesgos y reducir los requerimientos de garantías. La digitalización también puede facilitar los procesos de aperturas de cuentas, y los procesos de reconocimiento del cliente (KYC en inglés: know your customer), o el cumplimiento de regulación antilavado.

La educación financiera impartida a clientes y población objetivos puede contribuir a reducir asimetrías de información. Las medidas autoimpuestas de protección del consumidor financiero pueden reducir barreras psicológicas como la desconfianza y los miedos del cliente. Finalmente, pero no menos importante, el asesoramiento integral del cliente adaptado a sus necesidades permitiría reducir asimetrías de información e incrementa la calidad del servicio, es decir, existen muchas acciones que por iniciativa propia los oferentes pueden implementar para que al menos una parte de la opacidad, la autoexclusión y la falta de capacitación financiera de los clientes disminuya o alcance niveles más razonables. La regulación, sin embargo, tiene la mayor responsabilidad a la hora de promover la formalidad.

Por todos estos motivos, se considera que las asimetrías de información y la informalidad juegan un rol preponderante en la inclusión financiera. A tal fin, ambos conceptos serán tratados en la revisión literaria conjuntamente con los determinantes del acceso al financiamiento externo y las principales barreras que excluyen financieramente a ambos países.

## 4. Revisión literaria

El objetivo de la revisión literaria es explorar las principales barreras y determinantes del acceso al financiamiento, contextualizarlo en la realidad de América Latina y profundizar el análisis en el mercado paraguayo y argentino.

El primer tema se enfoca en las *asimetrías de información* que existen entre entidades financieras y las MiPyMEs en general para entender la actitud prudente, y hasta cierto punto la aversión de las primeras cuando se trata de brindar servicios financieros a este segmento y especialmente cuando se ofrecen productos de crédito.

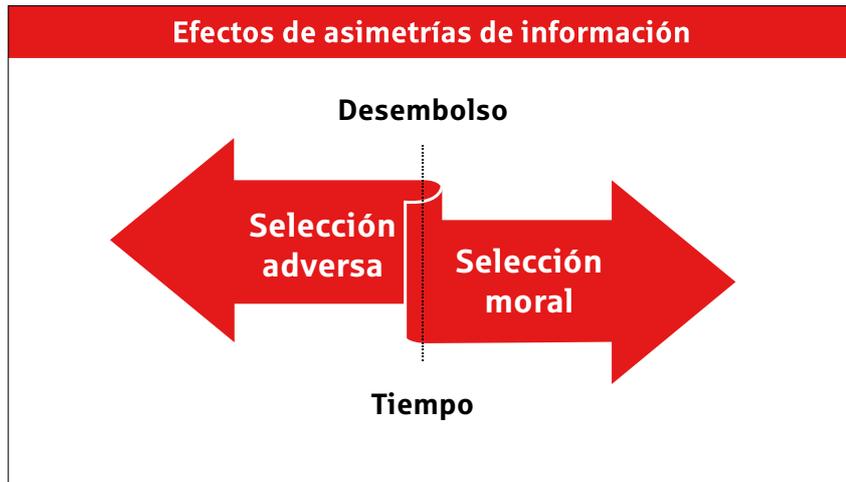
El siguiente punto es entender la informalidad, el porqué de esta y sus implicancias. La sección subsiguiente explora los determinantes del acceso al financiamiento basado en estudios comparativos entre ambos países. Finalmente, se examinan los *principales obstáculos* que tienen las MiPyMEs de la región, poniendo especial énfasis en el acceso al financiamiento.

### 4.1. Asimetrías de información

El problema del agente-principal ha sido un campo de investigación muy estudiado durante las últimas décadas desde que Ross y Mitnick definieron la teoría de la agencia en la década de 1970 (Mitnick, 2019). El negocio crediticio representa un típico problema de agencia en el que el prestamista cumple inmediatamente con la transferencia de una cantidad de dinero acordada al prestatario, quien se compromete a realizar pagos diferidos más intereses en una o varias cuotas. El problema entre el principal y el agente está relacionado causalmente con las asimetrías de información en cuanto a los objetivos y las percepciones de riesgo de cada parte (Eisenhardt, 1989). La falta de información socava la confianza y, por consiguiente, puede disuadir a las partes de cerrar un trato, y si lo cierran, los diferentes objetivos y la tolerancia al riesgo pueden inducir al prestamista a reducir los montos o a aumentar las tasas de interés que debe pagar el agente. En cualquier caso, no es un resultado óptimo.

En el momento en que el mandante o principal concede al agente un activo o un derecho, representa un umbral, que marca un escenario ex-ante y ex-post según la teoría de la agencia (véase la figura 1), con dos efectos diferentes en cuanto a asimetrías de información: i) el efecto de selección adversa (antes del desembolso) y ii) el efecto de riesgo moral (después del desembolso) (Claus & Grimes, 2003).

La selección adversa ocurre cuando malos prestatarios (sin voluntad de pago) o los que tienen proyectos más riesgosos actúan de manera más decisiva o agresiva para obtener un préstamo y, por lo tanto, están dispuestos a pagar tipos de interés más altos.

**Figura 3**

**Fuente:** elaboración propia

Es así como el tipo de interés sirve a los prestamistas como un indicador de riesgos para clasificar y seleccionar a los buenos prestatarios de los malos. Las verdaderas intenciones y la tolerancia al riesgo de los prestatarios quedan expuestas y, en consecuencia, quienes aceptan tipos de interés más altos deberían ser excluidos de la lista corta de prestatarios. La entidad financiera se encuentra frente a las siguientes opciones: i) no otorgar el crédito, ii) solicitar más garantías reales que compensen la brecha de información, corriendo el riesgo de quedarse con un activo ilíquido en caso de incumplimiento, iii) reducir el monto del préstamo, o iv) una combinación de las dos últimas.

Una vez que el préstamo se desembolsa surge el “riesgo moral”. Los deudores podrían dedicarse a negocios más riesgosos o tomar decisiones que afectarían significativamente su capacidad de repagar el crédito; por ejemplo, desviando los fondos a fines no considerados en el plan de inversión original. Esto ocurre muy seguido, principalmente en el sector de microcréditos, donde según estudios realizados, la gran mayoría de los fondos no se destinan a fines productivos sino al consumo (McGough, 2010) (Nghiem, Coelli, & Rao, 2012) (Awaworyi, 2014). En un muy controvertido artículo de 2007 de la Harvard Business Review<sup>6</sup> “Beware of Bad Microcredit” se menciona lo siguiente:

“Considere estos hechos: Muchos directores de programas de microfinanzas reconocen ahora en privado, lo que John Hatch, el fundador de FINCA International (una de las mayores instituciones de microfinanzas), ha dicho públicamente: El 90% de los microcréditos se utilizan para financiar el consumo actual en vez de para invertirlo en la empresa. Abhijit Banerjee y Esther Duflo, del Laboratorio de Acción contra la Pobreza del MIT, evaluaron recientemente docenas de estudios rigurosos sobre la situación económica de los pobres, encontrando que independientemente del país o continente, muy poco de cada dólar adicional de ingresos disponibles se gasta en cualquier forma de inversión, o incluso en comida y vivienda.”

6 <https://hbr.org/2007/09/beware-of-bad-microcredit>

Este escenario tampoco es ajeno al sector PyME, pero seguramente en menor cuantía, considerando que los niveles de formalidad son mayores y las asimetrías de información menores. Según diferentes estudios (Bebczuk, 2007) (Kulfas, Los sistemas de garantías como herramienta para el acceso al financiamiento de las Pymes, 2009), las MiPyMEs son el grupo más afectado por asimetrías de información y costos transaccionales en América Latina.

Para resumir, las principales implicaciones de las asimetrías de información se enumeran a continuación:

- Los créditos son utilizados para fines no acordados, incrementando el riesgo crediticio y las probabilidades de default.
- Aumentan las tasas de morosidad de las instituciones financieras y reducen el impacto social previsto.
- Las instituciones financieras tienen mayores costos de seguimiento y monitoreo, mayores requisitos de capital para hacer frente a los préstamos en mora y mayores gastos de recuperación.
- Las entidades financieras no cumplen con su misión y visión: El alivio de la pobreza o el financiamiento responsables de MiPyMEs en general.

Las alternativas que tienen las entidades financieras para lidiar con las asimetrías de información son las siguientes:

- Evitar el financiamiento de ciertos segmentos.
- Reducir el monto del préstamo y/o incrementar las tasas de interés.
- Imponer cláusulas contractuales duras.
- Incrementar garantías.
- Implementar procedimientos costosos de auditoría y supervisión.
- Solicitar informes regulares a los E-mipyme.

Como puede observarse, la mayoría de las alternativas no resuelven el problema subyacente que es reducir las asimetrías de información, por lo tanto, son costosas e ineficientes. La mejor opción es sin dudas combinar metodologías de evaluación que ayuden a disminuir la brecha de información e incrementar la formalidad y, en consecuencia, la información que los prestatarios puedan brindar a los prestamistas.

## 4.2. La informalidad de la MiPyME

El 70% de las MiPyME paraguayas son informales<sup>7</sup>, y el 45% de los empleados tienen contrato verbal con su empleador, siendo la tasa de empleo informal del 70% (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017). Por otro lado, el Ministerio de Producción y Trabajo de Argentina informó en el año 2017 que el 47,4% de las PyMES no están registradas<sup>8</sup>. Según el mismo ministerio, 80% de la informalidad laboral se concentra en empresas con menos de diez trabajadores. Este porcentaje se reduce al 50% en empresas de más de 40 empleados (Woyecheszen, 2017). Goldstein señala que el 25% de los rechazos de solicitudes de crédito Pymes en Argentina, es debido al incumplimiento de requisitos (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011).

La interrelación entre la falta de financiamiento y la informalidad es obvia y requiere una investigación más profunda. El primer paso es definir qué es la informalidad. **La informalidad** se puede definir como el incumplimiento parcial o total de alguna o varias de las siguientes directivas:

- Normativas gubernamental o regulatoria
- Normativas fiscales, laborales, comerciales (con proveedores y clientes)
- Normativas sindicales
- Normativas de identificación de origen de fondos
- Normativas formales de constitución de la empresa
- Normativas en temas de higiene y/o salubridad

Esta definición deja una amplia zona gris donde la informalidad puede variar desde el incumplimiento de algún aspecto normativo menor, hasta el incumplimiento de leyes laborales y fiscales de peso que disuaden a muchas instituciones financieras de atender al sector MiPyME. En este contexto, la informalidad se transforma en una variable crítica que marca la diferencia entre conseguir o no financiamiento según el enfoque tradicional (Bebczuck, 2010).

El origen de la informalidad está directamente relacionado con el concepto de **costo de oportunidad**, o sea, el valor de la mejor y más probable opción con relación a otra tomada como referencia, lo que puede implicar que esta última no se materialice. El microempresario renuncia a la formalidad porque sus costos son mayores que sus beneficios (Bebczuck, 2010).

De acuerdo con Industriales Pymes Argentinos (IPA) la informalidad beneficia al productor con una reducción promedio del 20% en los precios de sus productos, lo que lo hace más competitivo.

<sup>7</sup> <https://www.lanacion.com.py/negocios/2020/04/11/el-70-de-las-mipymes-se-desenvuelven-de-manera-informal/>

<sup>8</sup> <https://www.somospymes.com.ar/item/38494-un-drone-sobre-las-pymes-en-argentina.html>

Se infiere, por lo tanto, que la informalidad puede ser consecuencia de **inadecuados sistemas de incentivos**, ya que, si los beneficios de formalizarse fueran mayores a los costos, seguramente todo E-mipyme contaría con los permisos y cumpliría con la mayoría de las regulaciones. Los sistemas de incentivos, no obstante, responden a aspectos estructurales y de regulación que escapan a los programas de financiamiento e inclusión financiera.

Dado un determinado contexto regulatorio, el desafío es entonces cómo fomentar y promover los servicios financieros, conviviendo con la informalidad típica de este tipo de emprendimientos. Es en este punto donde surgen estrategias alternativas que ya están disponibles en el mercado:

- Metodologías de evaluación crediticias mejoradas y adaptadas al grupo meta.
- Con tecnología de vanguardia, inteligencia artificial, big data, digitalización, y automatización de procesos, etc. se pueden definir mejores perfiles de riesgo
- El asesoramiento integral ayuda a comprender mejor al cliente y permite reducir las asimetrías de información.
- Los programas de educación financiera sensibilizan al consumidor financiero para ser más transparente a la hora de requerimientos formales de información de las entidades financieras.
- Las políticas de protección del consumidor financiero generan confianza y reducen la autoexclusión.

Los oferentes tradicionales no cuentan con las capacidades técnicas para analizar la capacidad y voluntad de pago de un cliente informal, sin balances y estados de resultados certificados por un contador, ni con garantías reales que puedan compensar la brecha de información. Este último punto también es controversial, ya que muchos E-mipyme si cuentan con bienes plausibles de ser usados como colateral. Considerando que las metodologías de evaluación llamadas blandas, son una práctica corriente en microfinanzas, la decisión de no financiar al sector es una decisión de política institucional y en parte también consecuencia de una regulación inapropiada. Las instituciones que tomen la decisión de dar acceso a servicios financieros a las MiPyMEs deberán ser innovadoras para segmentar convenientemente el mercado, reducir riesgos y costos. Por otro lado, el cabildeo con los gobiernos respectivos para crear la infraestructura y las regulaciones adecuadas es una acción en paralelo que también la iniciativa privada puede promover.

Finalmente, no se puede dejar de mencionar el impacto que la pandemia seguramente tendrá en el nivel de informalidad, como lo indica el sitio web “baenegocios.com”<sup>9</sup>. El presidente de IPA manifestó que **la informalidad se da por la falta de competitividad ante la rotura de la cadena de pagos que provoca la pandemia**. Este nuevo desafío se suma a los anteriores ya nombrados.

---

<sup>9</sup> <https://www.baenegocios.com/economia/Efecto-Pandemia-se-disparo-la-informalidad-laboral-en-las-Pymes-20200529-0056.html>

## 4.3. Determinantes del acceso al financiamiento en la PyME

Para comprender los determinantes de la demanda de crédito MiPyME es necesario nuevamente segmentar entre las Micro y las PyMEs.

Carballo (Carballo, Grandes, & Molouny, 2016) pudo identificar como determinantes de la **demanda de microcrédito** en Argentina el tipo de empleo, la informalidad laboral, la edad, el estado civil y la reincidencia en el endeudamiento. El tipo de empleo (público, privado, precario); si se tiene un emprendimiento o si se recibe un plan social, son los principales determinantes, ya que tienen impacto en el nivel de ingreso.

En cuanto a la **demanda o acceso a cuentas de ahorro**, el principal determinante también es el ingreso; más ingreso implica mayor probabilidad de tener una cuenta. Por otro lado, más edad y principalmente mejor educación compensan positivamente el menor ingreso que puedan tener los quintiles más pobres. Por último, la informalidad influye negativamente el acceso, pero principalmente el uso. La red de puntos de acceso (PDA) como por ejemplo sucursales, cajeros automáticos, enfoque multicanal (web y aplicaciones móviles) son otros determinantes del acceso (FIEL, 2019).

Cuando se analizan los determinantes del **sector PyME**, Garcia y Vite (Garcia & Vite, 2014) identificaron los siguientes factores que afectan el **financiamiento**:

1. Tamaño de la empresa mientras más grande, más financiamiento.
2. Mercado de destino exportación, hay mayores probabilidades de crédito si el mercado meta es internacional.
3. El género del gerente masculino, hay menores probabilidades de crédito si el solicitante es masculino.
4. Las empresas familiares más empleados familiares, mayores probabilidades de financiamiento externo.
5. El financiamiento con proveedores si el proveedor financia, entonces también los bancos.

Estos cinco aspectos están correlacionados positivamente con el mayor financiamiento externo. Un dato curioso es el punto cuatro: aquellas empresas donde más del 30% de los empleados son familiares, aumenta las probabilidades de financiamiento externo, es decir, que las instituciones financieras ven un riesgo menor cuando gran parte de los empleados de una empresa son familiares, ya que el propietario puede en principio posponer o simplemente reducir los salarios en situaciones de crisis coyuntural

El estudio “Determinantes del financiamiento externo de las Pymes del Mercosur” (Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017) compara los cuatro países integrantes del Mercosur definiendo 3 perfiles de empresas PyMEs, con el fin de identificar si el conjunto de características incide en la probabilidad de acceder al financiamiento. Las características de cada uno de ellos se muestran en la tabla 9. Los perfiles 1 y 3 difieren en la antigüedad, el género del gerente y financiamiento con proveedores.

El perfil 2, en cambio, se diferencia por su tamaño y su responsabilidad ilimitada. Los datos se analizan utilizando un modelo econométrico Logit y los resultados se muestran en la tabla 10. Como se puede observar, existe una relación inversa en el comportamiento de las PyMES argentinas respecto a las paraguayas. Las PyMES argentinas demuestran una tendencia a autofinanciarse cuando se mueven del perfil 1 hacia el 3, con un 53% de probabilidades de financiamiento externo en el perfil 1 y 26% en el 2.

**Tabla 9**

Características de los perfiles		
Perfil	Características	
<b>Perfil 1</b>	Antigüedad = 15 años Tamaño mediano Sector manufacturas Forma jurídica con responsabilidad limitada Gerente: hombre Se financia con proveedores Exportaciones: valor correspondiente a la media	Las variables analizadas son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antigüedad</li> <li>• Tamaño en empleados               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediano: 20-99</li> <li>- Pequeño: 10-19</li> </ul> </li> <li>• Sector Manufactura</li> <li>• Forma jurídica con responsabilidad limitada o ilimitada</li> <li>• Género del gerente</li> <li>• Financiamiento con proveedores (sí/no)</li> <li>• Exportaciones: valor correspondiente a la media</li> </ul>
<b>Perfil 2</b>	Antigüedad = valor correspondiente a la media Tamaño pequeño Sector manufacturas Forma jurídica con responsabilidad ilimitada Gerente: hombre No se financia con proveedores Exportaciones: valor correspondiente a la media	
<b>Perfil 3</b>	Antigüedad = 50 años Tamaño mediano Sector manufacturas Forma jurídica con responsabilidad limitada Gerente: mujer No se financia con proveedores Exportaciones: valor correspondiente a la media	

**Fuente: (Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017)**

Por otro lado, las PyMES paraguayas muestran una mayor tendencia al financiamiento externo cuando se mueven del perfil 1 al 3 con un 55 y 73% respectivamente. Otro dato evidente es el mayor porcentaje de financiamiento externo de las empresas paraguayas.

**Tabla 10**

Perfiles	Etiquetas	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay
Perfil 1	Pr(y=1/x)	0.53	0.47	0.55	0.38
	Pr(y=0/x)	0.47	0.53	0.45	0.62
Perfil 3	Pr(y=1/x)	0.27 ↓	0.4	0.69 ↑	0.28
	Pr(y=0/x)	0.73	0.6	0.3	0.72
Perfil 3	Pr(y=1/x)	0.26 ↓	0.45	0.73 ↑	0.31
	Pr(y=0/x)	0.74	0.55	0.27	0.69

**Fuente: adaptado de (Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017)**

En conclusión, basándonos en estos dos estudios que las siguientes variables analizadas en la tabla 11 impactan en el acceso al financiamiento con diferentes resultados según el país analizado. Los casilleros positivos/negativo, indican que no existe coincidencia entre ambos estudios. Este resultado se debe a los distintos objetivos del estudio y principalmente a la definición de perfiles del estudio de Martinez, donde se mezclan variables en diferentes perfiles de PyMEs. Adicionalmente, la alta tasa de positividad/negatividad de Argentina deja en evidencia que existen seguramente otras variables y determinantes que influyen en su comportamiento anómalo.

**Tabla 11**

Resumen de los estudios Garcia & Vite, 2014 y Martínez, et al., 2017		
VARIABLES ANALIZADAS EN AMBOS ESTUDIOS	Paraguay	Argentina
Antigüedad	Positivo	Positivo / Negativo
Tamaño de la empresa	Positivo	Positivo / Negativo
Exportadora	Positivo	Positivo
Género masculino del gerente	Positivo	Positivo / Negativo
Alta proporción de empleados familiares	Positivo	Positivo
Financiamiento con proveedores	Positivo / Negativo	Positivo / Negativo
Forma jurídica - responsabilidad limitada	Positivo / Negativo	Positivo / Negativo

**Fuente: elaboración propia**

Los determinantes analizados ayudarán a comprender si la oferta de productos financieros se adecua a las necesidades de los diferentes segmentos que componen la demanda MiPyME.

## 4.4. Principales obstáculos de las MiPyMEs en América Latina

Los obstáculos que enfrentan las MiPyMEs paraguayas y argentinas son diversos y al mismo tiempo muy parecidos a los del resto de América Latina. Un estudio (Ycaza & Sanchez-Riofrio, 2017) con foco en América Latina, tomando diferentes fuentes de la CEPAL (2001, 2003, 2010, 2014), GTZ-DESCA/CEPAL (2009) Martínez Vazques (1995) Zevallos (2006, 2007) concluye que los principales obstáculos de las MiPyMEs ordenados en importancia de mayor a menor son:

1. La falta de financiamiento
2. La falta de recursos humanos especializados
3. El acceso a la tecnología
4. La cultura empresarial
5. Las políticas de gobierno
6. La asistencia especializada

Adicionalmente, se identifican los siguientes problemas en las políticas de desarrollo regional:

1. La banca de desarrollo de segundo piso no opera como un ente regulador que dirige flujos de financiamiento a objetivos sectoriales, productivos y tecnológicos con foco en exportaciones no primarias. (Kulfas, Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes, 2018).
2. No existe en Latinoamérica uniformidad de idea sobre qué debe hacer la banca de desarrollo (Kulfas, Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes, 2018) en cuanto a objetivos, instrumentos y grado de intervención.
3. Pujas políticas entre enfoques liberales promercado y enfoques más estatistas y centralizados que interrumpen los procesos de desarrollo del sector, con marchas y contramarchas entre gobiernos de diferentes posiciones ideológicas.
4. La evidencia empírica demuestra que la menor participación estatal, la extranjerización y la concentración de la banca en grandes entidades están asociados a un menor financiamiento de Pymes. Es decir, que la estructura del sistema financiero en cada país condiciona el acceso al crédito a las Pymes según Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011)
5. A estas mismas conclusiones llega Kulfas (Kulfas, Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes, 2018). Esto también ocurrió en Argentina, donde se desarticuló el BANADE (Banco nacional de Desarrollo) en el año 1992 y sus funciones tradicionales quedaron fragmentadas en otras instituciones públicas. (Kulfas, Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes, 2018). Adicionalmente, las políticas de las últimas dictaduras

- obstruyeron el funcionamiento de casi 1000 cajas de crédito y cooperativa que llegó a tener Argentina en los años sesenta<sup>10</sup>.
6. La banca privada y extranjera reacciona distinto frente a las asimetrías de información; por lo general discrimina a la PyME cuando existen este tipo de asimetrías, lo que deriva en racionamiento de crédito (Kulfas, Los sistemas de garantías como herramienta para el acceso al financiamiento de las Pymes, 2009):
    - Menores montos
    - Plazos más cortos
    - Tasas más altas
  7. En línea con lo anterior, García y Vite (García & Vite, 2014) definen a la estructura pública o privada del sistema financiero como factores que influyen el acceso al financiamiento. La década del 90 tuvo una ola de privatizaciones importantes en toda Latinoamérica que provocó una retracción de la banca pública en favor de la privada, siendo esta última menos propensa al financiamiento de la PyME.
  8. Según Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011) La estructura del sistema financiero a la vez condiciona el tipo de evaluación implementada. Las instituciones financieras de mayor tamaño se inclinan por metodologías del tipo “hard”, es decir, aquellas que utilizan principalmente evaluaciones cuantitativas y certificadas por auditores o contadores para determinar la viabilidad de los proyectos que le permitan ahorrar tiempo y costos de evaluación como, por ejemplo:
    - Estados contables certificados.
    - Flujos de caja proyectados certificados.
    - Credit scoring.
    - Garantías duras o convencionales como inmuebles.
  9. Las instituciones financieras de menor tamaño, nacionales y/o estatales son más permeables a utilizar evaluaciones “soft” para valorar proyectos de inversión de las PyMEs y utilizan metodologías como el análisis de, por ejemplo:
    - Estados contables y flujos elaborados por la propia institución basados en ventas, compras e inventarios.
    - Cruces de información de datos duros y blandos, como: referencias comerciales y personales, registros informales, entre otros
    - Garantías no convencionales como factoring, leasing, etc.

## 5. Análisis de la Demanda

El propósito de esta sección es obtener información sobre el perfil de la MiPyME en Paraguay y Argentina con el fin de identificar necesidades, perfiles y características del E-mipyme en ambos países. Esta sirve de base en una segunda etapa para ajustar la investigación de la oferta de productos y servicios financieros. Una vez que se cuente con la información de demanda y oferta, se podrán identificar las brechas existentes y áreas de oportunidad para desarrollar un plan de inclusión financiera de las MiPyMEs en ambos países.

El estudio de la demanda se ha elaborado exclusivamente con fuentes secundarias, principalmente estudios realizados en ambos países, donde se analiza directa o indirectamente las principales características del E-mipyme y su actitud frente al acceso a productos financieros. Las fuentes son heterogéneas, por lo que no siempre se puede lograr la simetría de datos entre ambos países. Incluso dentro de cada país pueden surgir contradicciones en el análisis.

La falta de fuentes actualizadas que abarquen la gran mayoría de temas analizados obliga a tomar datos de diferentes momentos económicos para poder armar el rompecabezas de la demanda MiPyME. Especialmente Argentina, debido a la alta volatilidad macroeconómica, puede mostrar cambios importantes de aspectos de la demanda si la medición se efectúa en diferentes años. Si a eso se suma que las muestras y el universo de MiPyMEs analizado varía entre los diferentes estudios, seguramente surgen ciertas discrepancias y algunas inconsistencias en los datos presentados. No obstante, se considera que el volumen de información provisto y las diferentes perspectivas analizadas, permiten obtener un claro panorama de la situación individual de cada país y también de realizar una evaluación comparativa.

Antes de comenzar con el análisis de la demanda vale hacer una distinción entre productos crediticios y otros productos financieros como ahorro, pagos y transferencias o seguros. Para poder dimensionar el verdadero potencial de productos crediticios, especialmente en un mercado atípico como es el argentino, Bebczuk (Bebczuck, 2010) hace la siguiente distinción que también es válida para Paraguay u otros mercados: **La demanda genuina de crédito es aquella que combina la intención de solicitar un crédito junto con la existencia de capacidad y voluntad de pago.** Lo que quiere decir que intención, capacidad y voluntad de pago son condiciones necesarias que deben concurrir para determinar la demanda real.

El análisis de la demanda ha sido dividido en ambos países en el sector Microempresa y el sector MiPyME. Si bien existe un solapamiento entre ambos, el principal motivo de esta división es reconocer diferencias significativas en el marco de la “demanda genuina” definida por Bebczuk. Como ya se analizó en la sección 2, el microempresario se divide entre aquellos que no tienen capacidad de

acumulación de capital, crecimiento estancado y operan en niveles de subsistencia, y los que si tienen capacidad de acumulación de capital y crecimiento.

El primer segmento representa prácticamente un 96% de los emprendimientos, lo que nos da a entender que la gran mayoría de las microempresas está en una situación de vulnerabilidad extrema que requiere de un enfoque diferenciado, donde la intención de solicitar un crédito, la capacidad y la voluntad de pago difícilmente coincidan, afectando seriamente la demanda real. En cuanto a otros productos financieros como el ahorro, pagos y transferencias y seguros, también requiere este segmento micro, un tratamiento diferenciado, ya que tanto el acceso como el uso de dichos productos difieren de aquellas empresas un poco más formalizadas, como lo son las Pymes.

Si bien el análisis toma algunas investigaciones y estudios que no son actuales y mucho menos consideran los graves efectos de la pandemia COVID-19, si pueden servir para imaginar un escenario pospandemia con retrocesos en muchas áreas, según diferentes fuentes lo anticipan<sup>11</sup>. Seguramente las desigualdades se pronunciarán, y las necesidades de financiamiento de las MiPyMEs se multiplicarán.

## 5.1. Estudio de demanda – Paraguay

Las principales fuentes consultadas para determinar la demanda MiPyME en Paraguay son:

- “La micro y pequeña empresa en Paraguay” (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017)
- “Alternativas de financiamiento para la MiPyME latinoamericana (Garcia & Vite, 2014)
- Determinantes del financiamiento externo de las PyMEs del Mercosur (Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017)
- “Oferta y demanda de microfinanzas con alcance rural en el Paraguay” (Red de Microfinanzas, Paraguay, 2013)
- Situación actual de la MiPyME y políticas de formalización, trabajo encargado por la OIT (Santander, 2017)
- Paraguay: rutas para el desarrollo (Almeida, Bastos, Quijada, & Acevedo, 2018)
- Microfinanzas en Paraguay; Análisis de la Oferta y la Demanda, trabajo encargado por el PNUD y la Cooperazione Italiana. (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)
- “Estrategia Nacional de Inclusión Financiera” (Gobierno de Paraguay, 2014).
- Reporte Nacional de Inclusión Financiera – Paraguay 2017 (Ministerio de Hacienda Paraguay, 2017)

11 <https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/blog/2020/consecuencias-de-la-pandemia-del-covid-19-en-las-desigualdades-s.html>

Diferentes fuentes tienen distintos enfoques, algunos más generales, sobre todo en el segmento MiPyME, y otras son más específicas sobre el segmento MiPe o Micro. No obstante, la información extraída de los diferentes estudios permite obtener un panorama más completo de la realidad MiPyME paraguaya.

### 5.1.1. Demanda MiPyME en Paraguay

A continuación, se presentan datos relevados de todo el segmento MiPyME. La mayoría de los puntos están referenciados a una tabla o gráfico específico del apéndice 1.a.

**Baja formalización y consecuentemente baja bancarización:** solo el 35% de las unidades productivas están registradas, lo que se refleja en el bajo acceso al sistema bancario formal (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017). Si se desglosa dicha información, el 65% de las MiPEs y casi el 12% de las medianas no está registrada. Según un estudio del año 2006, el 61% tenía informalidad laboral (Cimoli, Primi, & Pugno, 2006) que condice con otra fuente que informa que 2,2 millones de trabajadores de una población económicamente activa de 3,5 millones (62%), ocupan empleos considerados informales (Santander, 2017), lo que también explica la informalidad de sus empleadores. Consecuentemente, el 93% de las MiPES no tiene cuenta bancaria y el 73% no ha accedido al crédito externo (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017). En el caso de las empresas medianas, el 54% no ha accedido al crédito. Como ya se mencionó, Paraguay no informa al World Justice Project, dejando serias dudas sobre el nivel de cumplimiento regulatorio en la economía.

**Alta incidencia de empleo no remunerado:** El 75% de las MiPes y el 21% de las medianas tiene personal no remunerado (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).

**Elevadas barreras de acceso al crédito:** Entre las principales barreras están los requisitos y luego las tasas de interés. Las entidades financieras exigen al menos 3 balances anuales para las empresas de responsabilidad limitada y garantías reales. Las tasas promedian el 22%; considerando que la inflación es relativamente baja, y la moneda local no se devalúa respecto al dólar americano, la tasa real en dólares es muy elevada. Según los porcentajes de la tabla 3 del apéndice 1.a – “causas de no acceso a crédito bancario” –, se puede interpretar que hay mucha autoexclusión porque los potenciales clientes no se presumen sujeto de crédito. Estas barreras representan una oportunidad para las Cooperativas de Ahorro y Crédito y financieras que realizan análisis más flexibles y con menos requisitos que los bancos.

**Paraguay es uno de los países con mayor acceso a crédito en la región:** a pesar de los datos presentados en los puntos anteriores, según el Banco Mundial, el 58% de las

empresas (todo el universo de empresas, MiPyMEs y grandes empresas) relevadas tiene una línea de crédito o préstamo con una institución financiera (Martínez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017), un porcentaje superior a otros países de la región. Esto queda de manifiesto cuando se analizan los principales obstáculos que enfrentan las empresas paraguayas en comparación con América Latina y el Caribe. El acceso al financiamiento ocupa el cuarto lugar, luego de “prácticas de competidores del sector informal”, “fuerzas de trabajo con educación inadecuada”, y “corrupción” (ver tabla 8 del apéndice 1.a). Sin embargo, cuando se realiza el mismo análisis desagregado por tamaño de empresa (ver gráfico 1 del apéndice 1.a) cambia el orden y los tipos de problemas y el acceso al financiamiento se relega a un octavo lugar (Santander, 2017). Es decir, el problema del acceso al crédito no es apremiante en relación con otros obstáculos de carácter estructural e institucional, como lo son la corrupción, la justicia, la educación, la criminalidad, la burocracia y la logística del país.

**Actitud defensiva de autoexclusión:** si bien Paraguay tiene un alto acceso al financiamiento cuando se lo compara con otros países de la región, está muy lejos de países como Chile que están más avanzados en este aspecto. En este contexto, es llamativa la alta proporción de MiPyMEs que declara “no necesitar” financiamiento externo. Esta declaración podría responder a una actitud defensiva frente a la escasez de una oferta de créditos accesibles. Es decir, que existe un comportamiento de autoexclusión ante la presunción de no poder cumplir con los requisitos exigidos por las instituciones financieras. Este argumento se valida con el 1% de las MiPyMEs que declara que se le han rechazado solicitudes de crédito (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).

Otro aspecto para destacar es la diferencia porcentual entre MiPes con cuentas bancarias (7%) y aquellas que han obtenido un crédito (27%), lo que sugiere que se han financiado en entidades no bancarias como cooperativas de ahorro y crédito, financieras y prestamistas privados (ver gráfico 4 y 5 del apéndice 1.a).

**Cooperativas como principal fuente de financiamiento MiPyME:** Baruj (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017), concluye que la principal fuente acceso a fondos son las cooperativas de ahorro y crédito (CAC) seguida de bancos privados, financieras, prestamistas privados y proveedores.

**Escasez de crédito para bienes de capital:** Las inversiones en bienes de capital requieren mayores plazos y menores tasas, lo que impacta en los niveles de productividad. Las entidades financieras ofrecen financiamiento para capital de trabajo, pero con condiciones más duras que limitan el acceso.

**Escasa promoción de instrumentos no tradicionales:** factoring, leasing, warrant, financial trust, entre otros productos alternativos, no son parte de la oferta estándar de las entidades financiera.

**Financiamiento de la innovación:** el 32% de las empresas manifestó el alto costo del endeudamiento para proyectos de innovación (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017). Nuevamente, aparece el problema del acceso como un aspecto central que impacta el desarrollo de innovaciones MiPyME. Si bien existen razones obvias de falta de innovación en las microempresas de nivel de subsistencia, esta puede ser un factor de incremento de productividad en las pequeñas y medianas empresas.

## 5.1.2. Demanda Micro en Paraguay

A continuación, se presentan datos específicos del segmento microempresa. La mayoría de los puntos están referenciados a una tabla o gráfico específico del apéndice 1.b.

**Alta demanda de crédito:** Más de un 90% de los encuestados manifestaron la necesidad actual (seguro o probable) de solicitar un crédito, y más de un 70% (seguro o probable) manifestaron la necesidad futura de solicitarlo (Ver tabla 31 - (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010). Según el estudio de la Red de Microfinanzas en Paraguay (Red de Microfinanzas Paraguay, 2013), la penetración del microcrédito respecto al mercado total era del 13,6%. La demanda promedio según un escenario conservador y otro optimista es de USD 524 millones para la empresa urbana con créditos promedios de USD 1.400 y de USD 151 millones para la rural con un promedio de USD 2.100.

**Alta proporción de microempresarios con vivienda propia:** El 81% de los microempresarios cuentan con vivienda propia (tabla 14). No existe información respecto a la confiabilidad de los registros públicos que valide los títulos de propiedad. Este aspecto es crítico si se quiere utilizar como garantía real la vivienda para financiar a tasas más convenientes.

**Diversificación de ingresos:** El hecho de que el 22% de los microempresarios tiene una actividad secundaria puede interpretarse de dos formas (tabla 21). Por un lado, la diversificación de las fuentes de ingresos es algo positivo para el repago de un crédito, pero también puede significar que la actividad principal no es sustentable y ni siquiera alcanza a cubrir los ingresos de subsistencia de la familia.

**Fuente principal de ingresos:** Las presunciones de la tabla 21 (punto anterior) se confirman en la tabla 36, donde se puede observar una gran diversificación de las fuentes de

ingresos. Casi el 60% de los ingresos provienen de otros miembros de la familia, el 22% es producto de otros emprendimientos, mientras un poco más de un 12% son ingreso por otros trabajos. La diversificación permite asegurar repago, pero también manifiesta la necesidad de complementar ingresos para llegar a un nivel de supervivencia. En ese mismo sentido, la tabla 39 confirma los bajos ingresos del 80% de los microempresarios que no es superior a USD 600, con un mínimo de USD 70 para el quintil inferior y un promedio de 150 a USD 300 para el tercer quintil.

**Distribución de gastos:** Muestra que el segmento microempresa no tiene prácticamente costos fijos y el componente sueldos es tan solo un 14% mientras que insumos representan un 81% (ilustración 24). Esta situación indicaría que la microempresa paraguaya puede adaptarse fácilmente a contingencias del mercado, pero operando al límite de la subsistencia y mediante la explotación de mano de obra familiar con baja remuneración o no remunerada.

**Montos solicitados:** La tabla 26 muestra una concentración de los montos en un rango de los 150 hasta 750 dólares americanos, con un promedio cercano a los USD 400 y montos no superiores a los USD 1500.

**Plazos:** La tabla 27 muestra una concentración de plazos en el rango 6 a 12 meses.

**Las cooperativas dominan ampliamente el segmento Micro:** Las cooperativas representan el 70% de las fuentes de financiamiento, siguiéndole las financieras con un 15% y los bancos con tan solo el 7% (Tabla 28). Si se compara con el análisis realizado en la demanda MiPyME, las cooperativas y financieras tienen un peso mayor en el sector micro.

**Destino del crédito:** Las tablas 30 y 40 muestran el destino de crédito con una concentración en materia prima y mercaderías cercana a un 37%. Un 35% de los microcréditos tiene como destino bienes duraderos, tales como la compra de maquinaria y herramienta más inversión en viviendas, compra, reparación o similares. Nuevamente, estos valores contradicen otros estudios ya citados que indican que la gran mayoría de los microcréditos tienen como fin el consumo. La tabla 40 desglosa la información por quintiles (20%) de pobreza y deja en evidencia que los segmentos más pudientes son los que invierten en bienes durables. El 10% de los prestatarios destinan ese dinero a pagar deuda, y se comprueba que los tres primeros quintiles (tabla 40), o sea el 60% más pobre, es el más afectado por esta práctica.

Gasto en salud: El informe de la Estrategia Nacional de Inclusión financiera (Gobierno de Paraguay, 2014) da un dato alarmante que complementa la información anterior: uno de cada diez adultos indicó haber solicitado un préstamo en el último año por motivos de salud, más que cualquiera de las otras razones mencionadas.

**Motivos por los que no solicitaría un crédito:** La tabla 33 muestra los principales motivos que están representados por el autofinanciamiento con capital propio (31,3%), los que no necesitan crédito (18,1%), los que suponen no ser sujeto de crédito (14,5%) y los que dicen no cumplir la gran cantidad de requisitos exigidos (9,6%). Como ya se analizó en la sección anterior, seguramente existe autoexclusión o motivos velados entre aquellos que manifiestan autofinanciamiento, o que no necesitan crédito, cuando en realidad la gran cantidad de requisitos y los altos intereses desalientan la demanda.

**Tipo de garantía (tabla 34):** Las garantías son blandas en su mayoría, lo que se alinea con la metodología microcrediticia. El 75% de los créditos es a sola firma y el 18,4% con codeudores. Existe una mínima participación de créditos hipotecarios y prendarios que se corresponde con los montos bajos solicitados.

**Servicios financieros adicionales que utilizan:** Nada más un 18% de los microempresarios paraguayos usa tarjeta de crédito (tabla 35). Un 2,6% tiene seguros.

**Cuentas de ahorro:** La población adulta con acceso a una cuenta en una entidad financiera varía entre un 48,65%<sup>12</sup> y un 67% (Ministerio de Hacienda Paraguay, 2017) dependiendo de la fuente utilizada. Las principales barreras de acceso son la falta de capacidad de ahorro (51%) y documentación (24%) (Gobierno de Paraguay, 2014).

**Hábito de ahorro:** Solo un 12% tiene capacidad de ahorro (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010), de los cuales un 43% lo hace en cooperativas, 10% en bancos, y 3% en financieras (tabla 42 e ilustración 25). Un 43% manifiesta el rubro “otros”, lo que indicaría que parte importante de los ahorros son canalizados a instrumentos informales, mantener dinero en efectivo en sus hogares o a invertir en otros activos de fácil liquidación como animales o mercadería.

### 5.1.3. Estudio de demanda - Argentina

Esta sección se compone de diferentes estudios e investigaciones especializados en el segmento Micro y Pyme donde se destacan los siguientes:

- Inclusión Financiera en Argentina: Diagnóstico y propuesta de política (FIEL, 2019).
- America Market Intelligence<sup>13</sup>: Estudio sobre hábitos Pymes en America Latina.
- Informe Especial: Financiamiento, desempeño PyME y desarrollo productivo (Fundación Observatorio PyME, junio 2019).

---

12 <https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/countrybook/Paraguay.pdf>

13 <http://www.ccncoybranzas.com/opinion/550-phfa>

- Eliminando Barreras: El financiamiento a las Pymes en América Latina (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011).
- Inclusión financiera de la pequeña y mediana empresa (Woyecheszen, 2017).

### 5.1.4. Demanda MiPyME en Argentina

Esta sección detalla las principales características de la demanda MiPyME con base en los gráficos y datos seleccionados de los diferentes estudios consultados y compilados en el apéndice 2.a. El análisis se complementa con una investigación de la America Market Intelligence realizada para la corporación Visa, con información detallada sobre el uso de efectivo, tarjetas y digitalización de las PyMES en Argentina.

**Baja participación del crédito como porcentaje del PBI:** Este indicador explica el acceso y uso del crédito, como uno de los componentes de inclusión financiera (Roa, 2013). Según la tabla 2 (Indicadores Macro) de la sección 1 (Contextualización macro de Paraguay y Argentina) la participación actual del crédito en el PBI es del 16%. Definitivamente, una situación anómala que puede ser atribuible tanto a la demanda como a la oferta de crédito. Se estima que la situación vivida por Argentina luego de la crisis financiera del 2001-2002 puede ser igual o incluso menos dramática que la situación actual como consecuencia del deterioro generalizado de los últimos diez años más las crisis de la pandemia COVID-19. Si bien existen cambios estructurales del sistema financiero argentino en los últimos 20 años, la participación del crédito en el PBI ha fluctuado entre el 10% y el 20%. Dadas estas condiciones atípicas de estancamiento, se puede predecir que la proporción de crédito sobre el PBI pospandemia será cercana al 10%.

**Baja demanda de crédito por parte de las PyMEs:** Solo el 6.9% de las empresas argentinas lo demanda. La situación se agrava en el segmento PyME donde solo el 1,6% de las pequeñas y el 8,9% de las medianas lo solicitan (Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017). Si nos atenemos estrictamente a la definición de demanda de Bebczuk, muchas de ellas no cuentan con capacidad y/o voluntad de pago, por lo que el conjunto de potenciales prestatarios se reduce aún más (Bebczuck, 2010).

**Nivel de informalidad del sector:** La tabla 1 del apéndice 3.a muestra diferentes porcentajes que estiman la informalidad desde el punto de vista laboral, de cumplimiento fiscal y regulatorio. Argentina tienen una de las presiones fiscales más altas de Latinoamérica<sup>14</sup> y duplica la presión fiscal de Paraguay, según se mostró en la tabla 2 (Indicadores Macro) de la sección 1 (Contextualización macro de Paraguay y Argentina). La informalidad se puede constatar también en los hábitos de ahorro y endeudamiento.

14 <https://taxfoundation.org/latin-american-tax-revenue-caribbean-tax-revenue/>

- El 30% de la población ahorra, pero solo un 7% lo realiza en el sistema financiero. Este porcentaje tiene seguramente una alta influencia de la volatilidad macroeconómica y de la elevada inflación que obliga a ahorrar en dólares americanos que no están en depósitos, sino en cajas de seguridad particulares o de los bancos. Se estima que Argentina es el país con mayor cantidad de dólares billetes atesorados de manera privada<sup>15</sup>.
- Casi el 40% de la población tiene un préstamo, pero menos del 10% con el sistema financiero. Este indicador si puede tener relación con la informalidad que obliga a endeudarse con prestamistas privados.

**Acceso al financiamiento formal:** De las empresas con personería jurídica utilizan financiamiento (FOP, 2019).

- El 39% de las micro.
- El 63% de las pequeñas.
- El 70% de las medianas.

**Causas de rechazos de solicitudes:** El 48% de las solicitudes se rechaza por desinterés del banco, es decir, que el sector MiPyME no es un grupo atractivo para el negocio de intermediación bancaria. Le sigue incumplimiento de requisitos con 25% y falta de garantías con 18%. Mala calificación crediticia representa un 8% y sobreendeudamiento un 1% (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011).

**Proyectos frenados por falta de financiamiento:** Según la Fundación Observatorio Pyme (FOP, 2019) y (Woyecheszen, 2017) (Bebczuck, 2010) entre un 20 y un 30% de las PyMEs manufactureras tienen proyectos frenados por falta de financiamiento. Las dos causas principales de esta situación son las “altas tasas de interés” (34%), que en un ambiente económico de elevada inflación no es de extrañar, y le sigue la percepción de “no cumplimiento de requisitos” exigidos por la banca con un 28%. En otras palabras, el 62% de las PyMEs manufactureras se autoexcluye sin siquiera solicitar el crédito y del porcentaje restante que lo solicita el 21% es rechazado, el 14% desiste porque se les ofrece un monto menor al requerido, y el 3% también lo rechaza por el ofrecimiento de un plazo más corto.

**La MiPyME prefiere autofinanciarse:** La alta volatilidad macroeconómica reduce la tolerancia al riesgo tanto del prestamista como del prestatario. Pero la autoexclusión no solo es una consecuencia de la incertidumbre económica, sino también de la presunción o certeza

---

15 <https://www.infobae.com/economia/2020/03/15/los-argentinos-tienen-usd-130000-millones-en-el-pais-mas-de-4-veces-el-valor-de-todos-los-pesos-que-circulan-en-la-economia/>

de no poder cumplir con los requisitos bancarios requeridos o de reconocer la incapacidad para gestionar la solicitud del préstamo (Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011)). Esta presunción se ve reforzada por el hecho que las PyMES que no han solicitado crédito presentan una mejor performance que la que si lo han hecho (FOP, 2017), al menos en el sector industrial.

**Fuentes de financiamiento:** el fondeo con recursos propios, que es la contracara de la escasa participación del crédito en el PBI, es la principal fuente de financiamiento. Las fuentes externas de financiamiento han oscilado desde el año 2006 hasta el año 2015 entre un 20% y un 40% como lo muestra el gráfico 7 del apéndice 2.a. La inestabilidad económica se acentuó a partir del año 2018, lo que ha incrementado las dificultades para obtener crédito en un 62%. Se esperan mayores dificultades durante y luego de la pandemia. Más del 60% de las Pymes se financia con capital propio (ver Woyecheszen 2017 y FOP 2019 del apéndice 2.a). El 8,7% es financiamiento con bancos públicos, y el 9% con bancos privados. El 7,4% lo hace con proveedores, y el 1,5% con bancos sociales y cooperativos.

**Destino del crédito:** El principal destino del crédito es capital de trabajo con un 39%. Le sigue maquinaria y equipos con un 33% y bienes muebles con un 10%. Cancelación de deudas representa un 5% y bienes inmuebles tan solo un 4%. Estos datos dejan en evidencia que se trata de estadísticas PyME donde se equilibra más la inversión en capital de trabajo y en equipamiento, respecto al sector MiPe, donde la demanda de financiamiento de capital de trabajo es más elevada.

**Demanda potencial de crédito PyME:** El 14% de las PyMEs tienen intención de solicitar crédito para capital de trabajo y un 10% para equipamiento, según datos del 2019. Estos porcentajes se incrementan para empresas medianas hasta un 34% y 19% respectivamente y se reducen para las pequeñas a 11% y 8% respectivamente (FOP, 2019).

**Escasa expertise del E-mipyme:** Falta de conocimiento para presentar la información requerida por las instituciones financieras. (Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011)).

**Falta de garantía y ausencia de información** ordenada de balances de la empresa y su trayectoria (Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011)).

### 5.1.4.1. Estudio de “America Market Intelligence”

**Las PyMEs argentinas presentan un alto nivel de bancarización:** el 93% cuenta con al menos un producto financiero personal y el 85% posee al menos un producto financiero empresarial, la cuenta de ahorros es el producto financiero empresarial más utilizado por las PyMEs argentinas.

**El efectivo sigue siendo el medio de pago más utilizado:** a pesar de la alta bancarización, 7 de cada 10 PyMEs utilizan el efectivo como método de pago, lo que muestra una evidente discrepancia entre acceso y uso. El efectivo tiene una participación del 42% del gasto total, seguido de transferencias electrónicas (36%) y cheque empresarial (34%). Las erogaciones con tarjeta de crédito o débito son bajas (solo representan el 20% del total). Los gastos de nómina (96%) y pagos recurrentes (82%) son los más reportados por las PyMEs, seguidos por los operacionales y viajes y representación.

**La tenencia de tarjeta de crédito o débito empresarial es baja:** solo el 22% de las PyMEs cuenta con tarjetas de crédito empresarial. La principal barrera para su uso tiene que ver con la falta de conocimiento de estos productos o con la idea de “no la necesito”.

**Cultura empresarial estructurada:** Solo 2 de cada 10 dueños de PyMEs encuestadas usan sus productos financieros personales para gastos de la empresa y 80% considera importante separar los gastos personales de los empresariales.

**Digitalización de las PyMES:** Se pudieron determinar los siguientes comportamientos.

- Uso familiarizado del canal digital: el estudio demuestra un alto uso de la tecnología, pero no para realizar pagos. En promedio, el 75% de las PyMEs encuestadas utiliza la banca online y el 50% la aplicación móvil, pero su uso está más enfocado en operaciones básicas como consulta de saldos y transferencias, lo cual está muy alineado a los resultados regionales.
- Incipiente implementación del comercio digital en las PyMEs: Menos de la mitad de las PyMEs cuenta con terminal POS (40%).
- Solo el 21% de las PyMEs realiza ventas online, pero se estima que estas se han duplicado durante la pandemia. A continuación, se detalla su composición a través de distintos medios antes de este evento: Transferencias electrónicas (36%), tarjetas de crédito (15%) y débito (14%) y por último las billeteras digitales con un 7% del volumen total de gastos. Según la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)<sup>16</sup>

16 Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: an assessment and Review. The Academy of Management Review, Vol 14, No 1, 57-74.

en los primeros 6 meses del año las ventas on-line se incrementaron un 106% con respecto al mismo período de 2019. Las tarjetas de crédito con el 77% siguen siendo el principal medio de pago elegido por los usuarios (plataforma de pago 59% y a través de un Gateway 18%). Las tarjetas de débito representan un 9% y se mantienen constantes. Completan el mix billetera pagos en efectivo (10%) y electrónica (5%).

- Uso de redes sociales: el 42% de las PyMEs argentinas utilizan las redes sociales para su negocio. WhatsApp es la red social líder, utilizada para comunicación con clientes y Facebook se usa para anunciar nuevos productos o promociones.

### 5.1.5. Demanda Micro en Argentina

Las principales características de la demanda de la Microempresa se analizan en esta sección basándose en los gráficos seleccionados en el apéndice 2.b. Las fuentes de información utilizadas son:

- “Inclusión financiera en Argentina, diagnóstico y propuesta de política” (FIEL, 2019),
- “Microcréditos en Argentina” (Foncap, 2015)
- “Determinantes de la demanda potencial de microcréditos en Argentina (Carballo, Grandes, & Molouny, 2016).
- “Estrategia para el desarrollo de la microempresa en América Latina” (FAEDPYME, 2016).

Un aspecto para resaltar de las instituciones de microfinanzas argentinas es que solo cuenta con un único producto, el microcrédito, es decir, no son intermediarias financieras debido a que la regulación no les permite captar ahorros. Por lo tanto, cualquier información relacionada con la demanda de productos de ahorro solo puede ser satisfecha por bancos, algunas Fintechs.

A continuación, se presentan los aspectos analizados:

#### **El 70% de las empresas argentinas son microempresas**

#### **Demanda potencial de microcrédito:** (Foncap, 2015):

- Estimación conservadora: 407.000 potenciales prestatarios que SEGURAMENTE tomarían un crédito
- Estimación optimista: 1.000.000 potenciales prestatarios que SEGURA y PROBABLEMENTE tomarían un crédito
- Solo el 10% de la demanda estaría cubierto

Para más detalle, ver tabla 1 apéndice 3.b.

**La idiosincrasia del empresario argentino.** Sus principales rasgos a continuación:

- Argentina hasta fines de los años 80 contaba prácticamente con pleno empleo. Bajo las políticas del consenso de Washington se privatizaron gran cantidad de empresas públicas, lo que generó despidos masivos que generaron grandes masas de desempleados (Rabago, Rábago, & Ribero, 2010). Esos desempleados con sus indemnizaciones comenzaron actividades, microempresariales o de autoempleo, transitorias, que luego se transformaron en permanentes (PNUD, 2005). Por lo tanto, parte de los microempresarios argentinos tienen más ADN de asalariado que de microempresario.
- La idiosincrasia argentina muestra una alta propensión al consumo, prefiriendo instrumentos crediticios como la tarjeta de crédito o líneas de créditos de cadenas de supermercados o electrodomésticos que le permiten consumir, más que invertir. Por este motivo, muchas veces privilegia el pago de una tarjeta de crédito antes que el pago de un microcrédito. Muchos microempresarios de facto solo pueden acceder al crédito de consumo y en el mejor de los casos tiene acceso al microcrédito de microfinancieras. La PyME, en cambio, sí tiene acceso a la banca (García & Vite, 2014).
- En línea con los puntos anteriores, la gran mayoría tiene un alto nivel de informalidad que es el resultado de la incapacidad de un país para generar sistemas de incentivos que faciliten la formalidad (Ycaza & Sanchez-Riofrio, 2017).
- Como se anticipó, se puede diferenciar entre los microemprendimientos que tienen capacidad de acumulación de capital y aquellos que únicamente operan al nivel de subsistencia (Rabago, Rábago, & Ribero, 2010). Estos últimos a la vez se dividen entre aquellos que tienen oportunidad de crecer y los que solo pueden mantenerse a nivel de subsistencia.
- Los cuatro desafíos que deben superar los microempresarios (Larreta, Vidal, & Lúpica, 2003):
  - o No todas las personas tienen las cualidades para convertirse en microempresarios.
  - o Los microempresarios deben saber formular su emprendimiento.
  - o Por carencias de capital, de formación, de tecnología y por la baja productividad, los microempresarios acuden a prácticas extremas para poder sobrevivir.
  - o Los microempresarios están excluidos del sistema financiero debido a falta de garantías suficientes, alta informalidad, inexistencia de estados de resultados auditados y certificados y por la inexistencia de historial crediticio.

**Vivienda propia de microempresarios:** Dependiendo del estudio, los porcentajes varían entre el 21% (Carballo, Grandes, & Molouny, 2016) y el 59% (Foncap, 2015).

**Diversificación de ingresos:** El 63% de los microempresarios que desempeñan su actividad de manera individual (sin empleados) consideran el emprendimiento como un ingreso complementario. Sin embargo, cuando se trata de unidades productivas con empleados, el 69% lo considera como principal. Los sueldos de otros miembros de la familia tienen una alta importancia.

**Montos y plazos promedios:** Los montos promedios históricos según diferentes estudios varían entre los USD 1000 y USD 1500 y los plazos promedios entre 6 y 12 meses.

**Instituciones donde se financia:** La muestra del estudio de Foncap (Foncap, 2015) indica que el 44% de los microempresarios entrevistados se financió en bancos, y el 34% en financieras. El excedente puede ser interpretado como financiamiento en IMFs. Según la última información relevada, en Argentina existen 49 instituciones que se dedican al microcrédito, 3 son financieras constituidas como sociedades anónimas, 2 son bancos públicos, y 45 son ONGs.

**Metodología de crédito:** De las instituciones especializadas en microcrédito, solo el 30% utiliza crédito individual. La gran mayoría (60%) utiliza el crédito grupal y en menor cuantía la banca comunal (grupos de 10 a 50 miembros que se autogestionan con productos de ahorro y crédito).

**Destino del crédito:** La encuesta de FONCAP con respuesta no excluyente, indica que el 76% se destina a capital de trabajo, como es de esperar en este segmento, le sigue el financiamiento de bienes de capital, con un 33% y luego vivienda con un 14%. La encuesta de Carballo (Carballo, Grandes, & Molouny, 2016) en cambio, analiza el destino del crédito y las preferencias cambian. Primero se ubica vivienda con un 47%, le sigue consumo con un 32%, y emprendimiento productivo finalmente con un 21%. Se cree que este destino es más representativo y se alinea a la evidencia empírica de muchos estudios, según lo mencionado en el punto 4.1 (Asimetrías de información).

**Motivos por los que no solicita un crédito u opera con un banco:** Ambas preguntas analizadas en el estudio de FONCAP (ver tabla A del apéndice 2.b), indican que la gran cantidad de requisitos y la tasa de interés explican principalmente las razones para no solicitar un crédito. En primer factor requisitos, puede ser interpretado como una burocracia excesiva por el lado de la oferta, pero también puede interpretarse como una consecuencia de la alta informalidad por el lado de la demanda.

**Cobertura en salud:** El 57% de los hogares sostenidos por emprendedores no tiene cobertura de salud, según la encuesta de FONCAP.

**Servicios financieros adicionales:** del 22% de emprendedores bancarizados:

- El 57% cuenta con caja de ahorro
- El 51% tiene tarjeta de crédito
- El 40% tiene tarjeta de débito
- El 20% tiene cuenta corriente
- El 13% tiene un crédito bancario

**Acceso a cuentas:** Si bien el 80% de la población adulta tiene acceso a cuenta bancaria, solo un 48% lo reconoce, es decir, es consciente de tener una cuenta<sup>17</sup>. En ese sentido, prácticamente el 55% de las cuentas son mandatorias – sueldo (20%), previsionales (25%) y beneficios sociales (15%), - ver gráfico 2 del apéndice 2.b. Por lo tanto, la población con menores niveles educativos que perciben asistencia estatal no es consciente de contar con el servicio. A pesar de la baja percepción, si se toma el 48% como referencia no es un resultado disímil del resto de Latinoamérica, a excepción de Chile, donde llega al 74%.

**Uso de cuentas:** Independientemente de la cantidad de cuentas y productos financieros a los que se tiene acceso, un gran porcentaje de cuentas están inactivas, es decir, que no existen transacciones regulares, débitos automáticos, transferencias electrónicas, o pagos digitales (ver gráfico 5 del apéndice 2.b). El escaso uso de los productos financieros, a excepción de la tarjeta de crédito, que tiene un uso muy difundido (del 20% de la población que tiene tarjeta de crédito, el 90% la usa regularmente), se manifiesta en los siguientes datos:

- La mitad de los que tienen tarjetas de débito realizan pagos con la misma, equivalente al 22% de la población adulta, porcentajes muy inferiores a los de Chile, donde llega a aproximadamente un 47%.
- Solo el 32% de los tenedores de cuenta efectúa pagos de servicios por medios electrónicos. En Chile este número llega al 56%.
- Solamente el 60% de quienes tienen una cuenta bancaria la usan con fines transaccionales, mientras en Chile es el 70% y en los países desarrollados el 90%.
- Según la tabla 3 del apéndice 2.b las razones por la que individuos no abren una cuenta, en orden de prioridad, son por la falta de fondos (62%), los costos (44%) no necesitan cuenta (38.5%), documentación (29%), falta de confianza (28,5%).
- El índice de educación financiera de Argentina (11,5) lo ubica en el lugar 37 de 39 economías que han aplicado la encuesta.

---

17 <https://www.perfil.com/noticias/economia/el-80-tiene-cuenta-bancaria-pero-solo-el-48-la-reconoce.phtml>

- El 40% de los tenedores de cuenta ejecutaron alguna de las siguientes operaciones en un año calendario: depósitos, créditos, ahorros, tarjetas, pagos. Este porcentaje es ligeramente inferior al de América Latina y muy distante del 65% de Chile o el 95% de los países desarrollados.
- Los principales factores que explican la falta de inclusión financiera en Argentina son:
  - o Inestabilidad económica, donde la inflación es un factor preponderante.
  - o Inestabilidad jurídica.
  - o Informalidad.
  - o Falta de garantías.
  - o Elevada carga impositiva.
  - o Desigualdad en la distribución del ingreso.
  - o Problemas de la oferta. Estos serán analizados en la próxima sección.

## 5.2. Análisis comparativo de la demanda en Paraguay y Argentina

La demanda de productos y servicios financieros fue analizada en profundidad en ambos países en las secciones anteriores. Un resumen comparativo de las principales diferencias y características se presenta a continuación, diferenciando MiPyMES de Microempresas, aun cuando exista un solapamiento entre ambos segmentos.

### Resumen comparativo de la demanda MiPyMEs en ambos países (apéndice 3.a – Tabla 1):

**Estructura de participación MiPyME:** En ambos países el 91% de las empresas son MiPES, el 6% son medianas. Sin embargo, existen diferencias significativas en los niveles de facturación: las MiPyME argentinas facturan 5 veces en dólares americanos, lo que facturan las paraguayas.

**Informalidad:** La informalidad laboral por lo general sugiere informalidad impositiva y viceversa, si se cumple una de las condiciones existe informalidad plena. En Paraguay es mayor que en Argentina, según las diferentes fuentes validadas. No obstante, el impacto es disímil. En principio, la informalidad tiene un alto impacto en la posibilidad de conseguir financiamiento bancario, no así financiamiento con cooperativas o financieras que utilizan metodologías blandas de evaluación. Al no contar Argentina con un sector representativo de cooperativas y financieras especializadas en este tipo de evaluaciones, el factor informalidad impacta aún más en la inclusión financiera. Por otro lado, como se verá más adelante, la cantidad de cuentas en Argentina es muy superior a Paraguay, lo que significa una divergencia en el sector ahorro respecto al de crédito.

**Establecimientos con cuentas:** La apertura de cuentas de ahorro o depósito, demanda el cumplimiento de regulación antilavado de activos, no así regulación laboral o impositiva. Es por este motivo que el acceso a cuentas bancarias puede ser más alto a nivel PyME, no así en segmentos Micro o PyMEs más informales que no declaran ventas. Los estudios consultados muestran mayor acceso de las PyMEs argentinas respecto a las empresas paraguayas (PyMEs argentinas, 92% comparado con un 7% de MiPes y 48% de las empresas medianas paraguayas).

**Acceso al financiamiento:** Los datos de varias fuentes muestran que el tamaño, segmento MiPE o PyME, influye en el acceso, como así también el hecho de contar o no con personería jurídica. La comparación entre ambos países muestra diferencias significativas. Las MiPyMEs paraguayas muestran mayores porcentajes de acceso que las argentinas, y enfrentan menos dificultades a la hora de solicitar financiamiento. Cuando se analiza el acceso al crédito de las MiPyMEs argentinas con personería jurídica, el nivel se incrementa notoriamente, probando una vez más el impacto de la formalidad.

**Demanda de crédito:** Solo el 17,1% de las PyMES paraguayas no necesitan crédito comparado con el 30,6% de las argentinas. Partiendo de una situación económica más estable y un mercado de crédito más maduro, Paraguay aun cuenta con una alta demanda potencial, según datos del 2013, de unos USD 814 millones para MiPyMES urbanas y, llamativamente, una demanda aún mayor para el sector rural de USD 1.353 millones. Argentina, por representar un caso anómalo a nivel regional, se lo puede considerar como un mercado virgen que tiene todo el potencial de desarrollo si la situación económica y las medidas regulatorias apoyan la iniciativa privada y la oferta de servicios y productos financieros para el sector.

**Principales causas del no acceso al crédito:** Existe autoexclusión (el potencial prestatario “no se considera sujeto de crédito”) según el resultado de las encuestas en ambos países, que es en gran parte consecuencia de la informalidad. Si bien los conceptos evaluados difieren en ambos países, existen coincidencias en las altas tasas de interés y en la imposibilidad de cumplir con los requisitos como las causas más comunes. No obstante, las tasas de interés muestran diferencias importantes, 18% para Paraguay y 34% en Argentina, que se explica por el proceso inflacionario de este último.

**Principales fuentes de financiamiento:** Si bien las fuentes utilizadas son parcialmente comparables (en el caso de Paraguay la fuente se refiere a MiPyMEs y en Argentina a PyMEs), las instituciones donde se financian las empresas difieren sustancialmente entre ambos países. Paraguay cuenta con una amplia participación de cooperativas de ahorro y crédito, seguido de bancos y financieras. En Argentina, en cambio, los bancos privados y públicos son las principales, y solo existe un 15% de participación de bancos cooperativos. Se puede

concluir que ambos países tienen altos niveles de informalidad, con la diferencia que Paraguay cuenta con instituciones (cooperativas y financieras) que utilizan metodologías de evaluación crediticia alternativas con garantías blandas y evaluaciones de la capacidad y voluntad de pago propias de las microfinanzas.

**Principales destinos de los créditos:** Aquí surgen diferencias entre ambos países que pueden tener dos orígenes. Por un lado, la fuente de investigación de los datos de Paraguay considera todo el espectro MiPyME, donde la microempresa tiene lógicamente mayor necesidad de capital de trabajo. Y por el otro lado, el estudio del que se extraen los datos de Argentina se refiere exclusivamente a PyMEs, lo que implica mayor tamaño y necesidades de equipamiento. Independientemente de estas diferencias de muestras, la estructura productiva del Argentina es más sofisticada, lo que justifica la mayor necesidad de financiar bienes durables, muebles, e inmuebles. Además, se pudo constatar en diferentes estudios, que existen productos como el leasing en el mercado argentino, que están más generalizados y cuyo uso es cada vez más frecuente.

## **Resumen comparativo de la demanda Micro en ambos países (apéndice 3.b – Tabla 2):**

**Acceso al financiamiento Micro:** el 34% de los paraguayos adultos solicitó un crédito en los últimos 12 meses (datos del 2014) y el 27% de las microempresas tiene acceso al crédito formal. En comparación, en Argentina el 39,6% de las micro con **personería jurídica** tiene acceso, es decir, en un subconjunto (microempresas con personería jurídica) del universo analizado (microempresas) se incrementa el porcentaje. Por otro lado, el 50% de los adultos argentinos son deudores (datos 2019), sin embargo, el desglose de este porcentaje muestra una gran concentración en créditos de consumo con tarjeta de crédito. Los créditos prendarios e hipotecarios en Argentina no supera el 2,5%.

**Demanda de créditos:** Según la Red de Microfinanzas Paraguay, tomando datos del 2013, una estimación media (promedio entre la conservadora y optimista) de la demanda conjunta de urbana y rural alcanzaría unos USD 675 millones. Tomando los datos de FONCAP Argentina, basado en encuestas del 2015, se puede estimar que la demanda micro en promedio (media entre estimación conservadora y optimista) alcanzaría unos USD 700 millones, que surgen de 700 mil prestatarios, a un crédito promedio de USD 1.000 como monto conservador, es decir, que prácticamente ambos mercados tienen igual potencial en términos absolutos. Sin embargo, las proyecciones en Argentina pueden ser aún muy optimistas, ya que, por evidencia empírica, el microcrédito no es un producto atractivo para este mercado, donde el crédito consumo a través de tarjetas de créditos, financieras y cadenas de electrodomésticos está mejor posicionado y es más demandado. Según el último mapeo de instituciones de

microfinanzas, casi el 10% de esa demanda, unos USD 60 millones, está cubierta por los actuales oferentes.

**Vivienda propia:** según el estudio (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010) el 81% de los microempresarios cuenta con vivienda propia en Paraguay, un dato sorprendentemente alto. En Argentina, según diferentes estudios (Encuesta de la Deuda Social de la Pontificia Universidad Católica Argentina, 2011, (Foncap, 2015) el 21% y el 59% es propietario respectivamente. En ambos casos, la cantidad de propietarios en Argentina es significativamente menor al de Paraguay. Este dato es importante a la hora de diseñar productos con garantías hipotecarias, pero también implica mayor estabilidad del microempresario que no debe pagar alquileres.

**Diversificación de ingresos:** En ambos países se muestra una alta necesidad de diversificar ingresos por estar seguramente en límites de subsistencia. El 22% de los microempresarios paraguayos tienen una actividad secundaria. Un estudio de FAEDPyME muestra que en Argentina la importancia de otros ingresos priorizados, donde sueldo de miembros de la familia y aportes de amigos y familiares ocupan el primer y segundo lugar. La encuesta de FONCAP Argentina muestra como un emprendimiento unipersonal en un 63% de los casos es considerado como una actividad complementaria; mientras que en los emprendimientos con empleados en el 69% de los casos el ingreso es considerado como principal.

**Montos solicitados:** Los promedios de Argentina superan hasta en más de tres veces a los de Paraguay, con USD 1400 comparado con USD 400 respectivamente.

**Plazos:** Los plazos son muy similares en ambos países.

**NOTA ACLARATORIA:** Teniendo en cuenta las diferencias en tasas de interés, los mayores montos, plazos similares, y mayor formalidad del microempresario argentino, se hace evidente que su capacidad de pago es muy inferior a la del microempresario paraguayo, y esto puede influir en los niveles de mora.

**Instituciones donde solicita el crédito:** La oferta paraguaya está más atomizada, con una alta participación de cooperativas y financieras, y recién en un tercer lugar los bancos. En Argentina, en cambio, la oferta se concentra en bancos, estando en segundo lugar financieras y ONGs.

**Destino del crédito:** El dinero es fungible y es muy difícil constatar el destino real una vez que es desembolsado. Por lo tanto, los datos que surgen de las investigaciones consultadas son orientativos. La información provista por Carballo (2010) parece ser la más representativa por el tipo de pregunta que plantea al encuestado: Si estaría interesado en demandar un crédito y para qué. En esta encuesta se manifiesta el verdadero destino del crédito representando vivienda un 47% y consumo un 32%. El destino del crédito en Argentina puede quedar en evidencia cuando se considera el preponderante uso de tarjetas de crédito y créditos personales que hace presumir que el verdadero destino es consumo. La encuesta de FONCAP Argentina y la del PNUD en Paraguay coinciden en la relevancia del capital de trabajo como principal destino.

**Motivos por los que no solicitaría un crédito:** La autoexclusión es un fenómeno que comparten ambos mercados, y que esconde la autopercepción de no ser sujeto de crédito. Hay coincidencias en lo relativo a los requisitos solicitados y las tasas de interés, aunque esta última es más evidente Argentina debido a los procesos inflacionarios. En la encuesta de FONCAP 2015, los porcentajes “miedo a no repagar el crédito” y “no podría pagar la cuota”, son dos aspectos relacionados básicamente a la tasa de interés, en total tendríamos un 61% relacionado a ello.

**Tipos de garantías:** El 75% de los créditos en Paraguay son a sola firma sin garantía, mientras que en Argentina tan solo un 27%. Por otro lado, Argentina tiene un componente importante de garantía grupal (44% es solidario y comunal) y casi un 30% con garante. Esta divergencia denota requerimientos más estrictos relacionados con un mayor riesgo crediticio.

**Cobertura de salud en el hogar:** la cobertura de salud en el hogar del microempresario es crítica, ya que una enfermedad puede impactar gravemente el flujo de caja usado para repagar el crédito. En Paraguay un 70% de la población no tiene seguro médico y un 10% de los adultos indicó haber tomado un crédito por motivos de salud (Gobierno de Paraguay, 2014). En Argentina, según datos de FONCAP, el 57% no tiene cobertura, no obstante, existe atención gratuita para la gran mayoría de la población en los hospitales públicos.

**Servicios financieros adicionales:** Solo el 7% de los paraguayos tiene tarjetas de crédito. Uno de los factores que pueden afectar la aceptación de este producto es la regulación de la tasa que ronda el 12,5% que se transforma en un desincentivo para los bancos que no ofrecen el producto. Según el informe de PNUD del 2010, el 18% de los microempresarios tenía/ usaba tarjetas de crédito. Argentina, si muestra un mayor uso de productos financieros, sea tarjeta de crédito, de débito, así como una alta proporción de la muestra de microempresario, confirma que tiene cuentas de ahorro y cuenta corriente.

**Acceso a cuentas de ahorro:** El 57% de los microempresarios tiene caja de ahorro en Argentina y según datos de la ENIF (Ministerio de Hacienda, 2019) el 80% de los adultos tiene una cuenta de ahorro con una tarjeta de débito asociada. El alto acceso a cuentas para el primer quintil (el más pobre) se debe a la formalización de los canales de distribución de los planes sociales del gobierno. En general el acceso es elevado, pero con poco uso, solo el 48% reconoce que la tiene. En Paraguay, en cambio, el 29% de los adultos tiene acceso a cuentas de ahorro, los cuales el 19% es en cooperativas y el 10% en bancos. Nuevamente, al igual que con el producto de crédito, las cooperativas cubren parte importante del mercado de ahorro.

**Uso de cuentas:** El 30% de la población en Argentina tiene capacidad de ahorro, no obstante, la mayor cantidad de cuentas de ahorro en Argentina no se traduce en uso, ya que el 35% está inactiva. Se presume que gran parte de estas cuentas inactivas están relacionadas con los planes sociales del gobierno. En Paraguay el 12% de los microempresarios tiene capacidad de ahorro, y la mayoría ahorra principalmente en cooperativas. El 39% de los adultos en Paraguay ahorra, pero son un 14% reporta hacerlo en una entidad formal.

**Barreras autopercibidas para apertura de cuentas de ahorro (Paraguay sin datos):** Cuando se consulta a individuos argentinos sin cuentas de ahorro el motivo de no apertura, el 62% declara fondos insuficientes, 44% los costos, y el 38% manifiesta que no la necesita.

## 6. Análisis de la Calidad del Acceso y la Demanda

Las barreras de la calidad del acceso y del uso las podemos ubicar en la parte inferior de la tabla 8 de la sección 3 “Inclusión financiera de las MiPyMEs”. Esta considera principalmente la regulación del entorno financiero que impacta en la oferta (protección al consumidor, supervisión integral de riesgos, etc.) y programas gubernamentales como por ejemplo programas de educación financiera y sistemas de incentivos adecuados para lograr formalizar al consumidor financiero. El Microscopio Global analiza la regulación y políticas utilizadas por los gobiernos y los organismos reguladores para aumentar la inclusión financiera entre sus poblaciones y como esta impactan en la oferta (acceso) y la demanda (uso). El Microscopio Global cubre cinco dominios:

1. **Gobierno y apoyo de políticas:** Esta categoría evalúa el grado de coordinación y los incentivos que los gobiernos están creando para generar entornos favorables para la inclusión financiera.
2. **Estabilidad e integridad:** Evalúa la regulación, la supervisión y el monitoreo de los proveedores de servicios financieros que atienden a las poblaciones de ingresos bajos y medianos. La evaluación de esta categoría incorpora un enfoque basado en el riesgo para equilibrar los objetivos de inclusión con los objetivos de estabilidad e integridad financiera.
3. **Productos y puntos de venta.** Valora la regulación, la supervisión y el monitoreo de los proveedores de servicios financieros que atienden a las poblaciones de ingresos bajos y medianos. La evaluación de esta categoría incorpora un enfoque basado en el riesgo para equilibrar los objetivos de inclusión con los objetivos de estabilidad e integridad financiera.
4. **Protección del consumidor.** Estima la protección y la privacidad del consumidor y su cumplimiento.
5. **Infraestructura:** Evalúa la infraestructura que facilita la inclusión financiera, así como la política y las medidas normativas que los gobiernos pueden tomar para mejorar este tipo de infraestructura.

Estos dominios ranqueados entre 55 países reflejan también la situación del sector MiPyME, ya que el entorno regulatorio por lo general tiene un efecto sistémico en todos los segmentos. A continuación, se presenta un cuadro comparativo de la puntuación obtenida por ambos países en el Microscopio Global 2020, considerando ya los efectos de la pandemia.

**Figura 4**

**Fuente: Microscopio Global 2020**

Estos datos se contraponen con la participación del ahorro y crédito en el PBI de los dos países, para Argentina 16% y 17%, y Paraguay 46% y 21% respectivamente, es decir, en términos relativos, Paraguay muestra mejores niveles de inclusión a pesar de un puntaje inferior en los resultados de Microscopio Global. En cuanto al acceso a cuentas, Argentina llega a un 80% de la población adulta, pero solo el 48% reconoce tenerla, lo que impacta en el indicador de uso del servicio.

Si se toma este último porcentaje, no obstante, Argentina sigue estando en el promedio latinoamericano, que también coincide con el acceso a cuentas de un 48.65% que tiene Paraguay<sup>18</sup>. Por otro lado, el 57% de los microempresarios tiene caja de ahorro en Argentina. Los estudios consultados también muestran mayor acceso de las PyMES argentinas a cuentas de ahorro respecto a las empresas paraguayas: el 92% de las PyMES argentinas comparado con un 7% de MiPes y 48% de las empresas medianas paraguayas. Nuevamente, aquí debe abrirse un paréntesis, para indicar que, a pesar de los mejores porcentajes en cuanto a acceso, el uso, como lo demuestran las participaciones del ahorro en el PBI es muy bajo en ambos países, pero aún más bajo en términos relativos en el caso de Argentina. Esto se explica en gran medida por una moneda nacional muy

18 <https://globalindex.worldbank.org/sites/globalindex/files/countrybook/Paraguay.pdf>

devaluada que obliga al argentino a ahorrar en dólares, y por fuera del sistema formal debido a las malas experiencias pasadas.

La divergencia entre acceso y uso también se da en crédito; el hecho de estar bancarizado implicaría una alta proporción de uso o endeudamiento, pero esto solo se da en el sector de consumo, que en términos relativos medidos sobre el PBI tiene muy baja incidencia. Los créditos de consumo son de montos promedios bajos, pero de manera agregada suman una cantidad importante. Para que exista un impacto en términos relativos medido por PBI, la demanda debe ser traccionada por créditos a empresas y créditos hipotecarios, dos áreas muy deficitarias en Argentina, que son las que generan volumen y endeudamiento a más largo plazo.

La baja demanda de las MiPyME argentinas, como ya fue analizada, tiene su raíz en la inestabilidad económica, las altas tasas de inflación y consecuentemente las altas tasas de interés. Si bien el crédito hipotecario tiene también la misma causa raíz, la falta de programas gubernamentales que alienten la oferta de este tipo de productos, es seguramente otro factor decisivo. Finalmente, el estado deficitario absorbe la mayoría de la oferta crediticia bancaria a través de la emisión de bonos soberanos, transformándose en un competidor desleal del sector privado.

Se puede asumir entonces que las mejores condiciones de acceso de Argentina que genera el entorno regulatorio no se traducen en un mayor uso debido a una baja demanda condicionada por la situación económica. Por otro lado, Paraguay tiene niveles inferiores de acceso, con una regulación que aún puede generar mejores condiciones, pero en contraposición, el nivel de uso de productos financieros es mayor en términos relativos.

Otro análisis relevante es identificar el tipo de institución financiera que atiende los diferentes segmentos que existen dentro del amplio espectro de las MiPyMES en ambos países. Diferente regulación propicia un entorno más favorable para cierto tipo de entidades. Por ejemplo, la importante participación en el mercado de Paraguay de las cooperativas de ahorro y crédito siendo que el 19% de la población adulta tiene una cuenta en una cooperativa y un 12% en bancos en menor medida de las financieras (Ministerio de Hacienda, Paraguay 2017), contrasta notoriamente con la situación en Argentina donde la banca tradicional juega un rol exclusivo con una nimia participación de la oferta de instituciones microfinancieras.

Este no es un dato menor, ya que el tipo de oferente tiene un alto impacto en la demanda. Las instituciones no bancarias como CACs cuentan con procedimientos más flexibles tanto por el lado del ahorro como del crédito a la hora de evaluar el cliente. Asimismo, los productos están hechos más a medida de las necesidades del segmento microempresario.

Pero no todo pasa por temas regulatorios. Las acciones independientes de las entidades financieras para adaptarse a las necesidades de sus clientes también juegan un rol crítico. Las iniciativas de digitalización multi- y omnicanal, o el diseño de productos y servicios más amigables, por ejemplo, pueden promover la inclusión MiPyME. Pero este punto ya es parte del análisis de la oferta.

## 7. Análisis de la oferta

La oferta de productos y servicios financieros representa el cuadrante derecho de la tabla 8. Una oferta adecuada que se adapta a las necesidades de los clientes significa:

- Productos y servicios bien diseñados para los diferentes grupos meta.
- Canales de distribución adecuados (en lo posible con enfoque omnicanal) y con suficientes puntos de acceso.
- Asesoramiento apto para los clientes.
- Información disponible, certera, clara y comunicada de manera apropiada para no confundir al consumidor no versado.
- Programas de educación financiera y de protección al consumidor.

La estructura de la oferta financiera difiere en ambos países, más considerando el gran abanico de empresas que representa el sector MiPyME. La regulación influye en el tipo de entidad financiera que atiende el mercado. Las principales características de la estructura en cada país se presentan a continuación.

### 7.1. Paraguay – marco general

En Paraguay existen tres tipos de instituciones financieras reguladas: Los bancos, las financieras y las CACs. Adicionalmente, existen 2 instituciones públicas, 35 compañías aseguradoras y 3 EMPES.

**Tabla 12**

Cantidad de proveedores de servicios financieros	Cantidad de entidades	Cantidad de sucursales
Bancos	17	543
Financieras	9	104
COACs tipo A	38	238
Instituciones Financieras Públicas	2	78
Compañías aseguradoras	35	267
Empes	3	11250
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>12480</b>

**Fuente: “Reporte Nacional de Inclusión Financiera” (Ministerio de Hacienda, Paraguay, 2017)**

El dato para destacar y que se hace evidente en la tabla 12 (puntos de acceso) es la gran cobertura y capilaridad que logran las EMPES gracias al sistema de corresponsalías y agentes donde se pueden cargar saldos y hacer retiros a través de monederos electrónicos.

La tabla 13 muestra la participación porcentual de los componentes del activo para cada una de los 3 tipos de instituciones reguladas y sus respectivos niveles de morosidad.

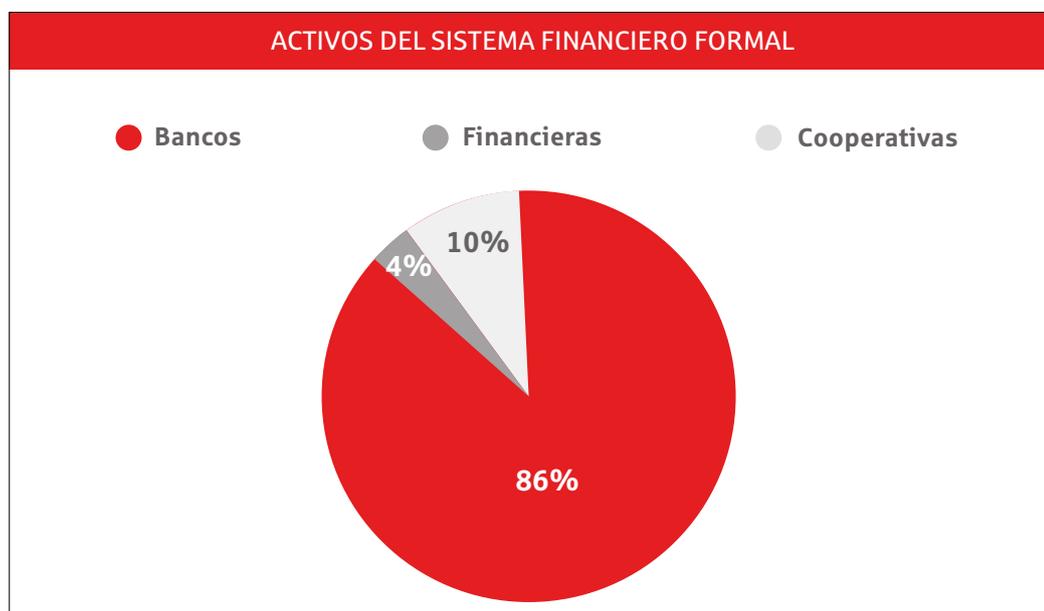
**Tabla 13**

Balances del sistema financiero	Activos	Patrimonio Neto	Pasivos	Créditos otorgados	Inversiones	Morosidad
Bancos	109.3	12.1	97.2	70.7	8.5	2.8%
Financieras	4.6	0.7	4	3.8	0.1	5.9%
Cooperativas	13.3	2.9	10.4	10.3	0.5	6.8%
<b>Total</b>	<b>127.2</b>	<b>15.7</b>	<b>111.6</b>	<b>84.8</b>	<b>9.1</b>	

**Fuente: adaptado de “Reporten Nacional de Inclusión Financiera” (Ministerio de Hacienda Paraguay, 2017)**

En cuanto a la participación de cada tipo de entidad en el total de activos, el siguiente gráfico muestra una importante concentración de la banca, mientras CACs y financieras no superan el 15%. Sin embargo, esta situación dominante de los bancos en términos de activos se revierte cuando se analiza la cantidad de cuentas abiertas en cada tipo de entidad donde las CACs logran posicionarse como las principales proveedoras del sistema financiero.

**Figura 5**



**Fuente: adaptado de “Reporte Nacional de Inclusión Financiera” (Ministerio de Hacienda Paraguay, 2017)**

Paraguay cuenta con uno de los sistemas cooperativos, financieros más grandes y competitivos de la región en términos del porcentaje de la población atendida, como lo muestra el siguiente gráfico.

**Figura 6**

**Fuente: “Reporten Nacional de Inclusión Financiera” (Ministerio de Hacienda, Paraguay, 2017)**

Los bancos y financieras están regulados por la superintendencia de bancos y cuentan con garantía de depósitos del Banco Central de Paraguay. Hay 17 bancos privados (3 extranjeros) y 12 financieras. Hay cuatro instituciones financieras del sector público, a saber, el Banco Nacional de Fomento (ya incluido en la lista de bancos), el Crédito Agrícola de Habilitación, el Fondo Ganadero y la Agencia Financiera de Desarrollo como institución de segundo piso.

Paraguay es uno de los mercados más rentables del mundo para los bancos<sup>19</sup>. El rendimiento medio de los activos (ROA) de los bancos y financieras de los últimos años ronda el 2.5% y 1,6% y el rendimiento del capital (ROE) 24% y el 13% respectivamente. El diferencial medio de la tasa de interés de los bancos y las financieras en 2013 es de un 13%<sup>20</sup>. En comparación, el ROE para todos los bancos de Estados Unidos en 2013 fue de 9,8%. Este alto diferencial en las tasas de interés, los bajos costos operativos (2,4 por ciento de los activos) y los moderados ratios de morosidad (el 2,5% del total de préstamos a junio de 2013) han sido los impulsores de estas altas ganancias (Gobierno de Paraguay, 2014).

Hay 203 CACs reguladas por el Instituto Nacional de Cooperativismo (INCOOP). En contraste con Bancos y Financieras, las CACs no cuenta con garantía de depósitos del banco central (Gobierno de Paraguay, 2014). De estas, existen 38 CACs de tipo A con los mejores índices de solvencia y liquidez. Las cooperativas muestran tener más cuentas que el sistema bancario.

<sup>19</sup> McKinsey et al. Segunda Revisión Anual sobre el Sector Bancario. Octubre 2012

<sup>20</sup> <https://www.finanzasdigital.com/2019/11/resultado-del-sistema-financiero-de-paraguay-totalizo-usd-329-millones-en-agosto-2019-764-respecto-al-201>

En cuanto a los puntos de acceso, al cierre del tercer trimestre del 2019, por cada 10 mil adultos en Paraguay hay 15,41 canales de acceso financiero. Por tipo de canal, por cada 10 mil adultos existen 2,9 ATM o cajeros automáticos, 10,36 corresponsales no bancarios y casi 1,2 sucursales<sup>21</sup>.

Las Fintech tienen una participación marginal que está más enfocada a medios de pago electrónicos que a proveer servicios de ahorro o crédito. Sin embargo, existen tres EMPES. La empresa TIGO Money Paraguay, es un caso de éxito. Uno de los pocos servicios financieros móviles que ha logrado escala y sostenibilidad en América Latina y el Caribe. Tigo Money provee soluciones digitales de transferencias, pagos de servicios, y también para organizaciones que realizan desembolsos a gran escala, como por ejemplo para el pago de salarios o el desembolso de microcréditos. Tigo Money se ha aliado con Banco Visión y con Banco Familiar, con quienes lanzó “Préstamo al Toque” y “Credimovil” respectivamente, dos productos de crédito de aprobación inmediata y con muy bajos requisitos, con montos de hasta USD 400. Estos son ejemplos de cómo brindar más accesos con servicios de telefonía celular con aplicaciones móviles y monederos digitales asociados a productos crediticios de instituciones financieras ya establecidas (BID Fomin, 2017).

A continuación, se presentan los principales resultados del análisis de la oferta en Paraguay.

## **7.2. Paraguay – Descripción de la oferta financiera**

El análisis de la oferta en Paraguay se realizó sobre una muestra de 6 CACs, 12 bancos, 6 financieras y 2 fundaciones que asisten a microfinanzas y al sector agropecuario. A los efectos de sintetizar el amplio estudio de la oferta realizado en ambos países, se han elaborado una serie de tablas que especifican tasas de interés de los diferentes productos activos y pasivos, los estratifican por tipo de entidad, y finalmente identifican el grado de dificultad en el acceso tanto a productos cuanto a servicios. Este último análisis está especialmente diseñado para poder constatar hasta qué punto las entidades financieras intentan adaptarse a la demanda y reducen las barreras de acceso a su oferta para los empresarios MiPyME.

### **7.2.1. Mercado crediticio - Paraguay**

A continuación, se presentan tablas activas y pasivas de los productos respectivos para cada tipo de entidad. Si bien los montos están representados en dólares americanos, las tasas indicadas se refieren a la moneda local. En la tabla 14 observamos las tasas de interés ofrecidas para créditos por las diferentes entidades. Las CACs son las más competitivas y con diferencias de hasta 12 puntos respecto a bancos y financieras. Las Fintech todavía no ofrecen productos crediticios. Esto puede variar con próximos cambios regulatorios.

---

21 [https://www.lanacion.com.py/negocios\\_edicion\\_impresa/2020/02/09/corresponsales-no-bancarios-ayudan-a-eficiencia-de-bancos/](https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2020/02/09/corresponsales-no-bancarios-ayudan-a-eficiencia-de-bancos/)

**Tabla 14**

CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 33 ACTORES DEL SISTEMA FINANCIERO PARAGUAYO							
CRÉDITO - TASAS ACTIVAS	CACs		Bancos		Financieras		Fintech
Montos máximos	< USD 10 mil	< USD 50 mil	< USD 10 mil	< USD 50 mil	< USD 10 mil	< USD 50 mil	n.a.
TEA promedio	22% *		29.18%	30.59%	34.42%	33%	n.a.
Plazos máximos	24 meses	48 meses	24 meses	48 meses	24 meses	48 meses	n.a.

\* No se pudo obtener información discriminada por los rangos de montos establecidos

Nota: por "n.a." se entiende NO APLICA, las aún Fintech no ofrecen créditos en Paraguay

## 7.2.2. Mercado del ahorro - Paraguay

Las tasas de interés de los productos pasivos tradicionales están resumidas en la siguiente tabla. Aquí nuevamente las CACs son las más competitivas respecto a bancos y financieras, con una salvedad importante: Los pasivos de las CACs no cuentan con seguro de garantía de ningún ente regulador o banco central, como es el caso de las entidades bancarias y financieras, es decir, que estos depósitos representan mayores riesgos, y, por lo tanto, pagan un porcentual extra. No obstante, las diferencias son tan significativas que es difícil de imaginar que los productos pasivos de las CACs tengan hasta 4 veces más riesgos por no contar con una garantía, sino que parte de esta diferencia la explica un esfuerzo extra que hacen las instituciones con sus socios.

**Tabla 15**

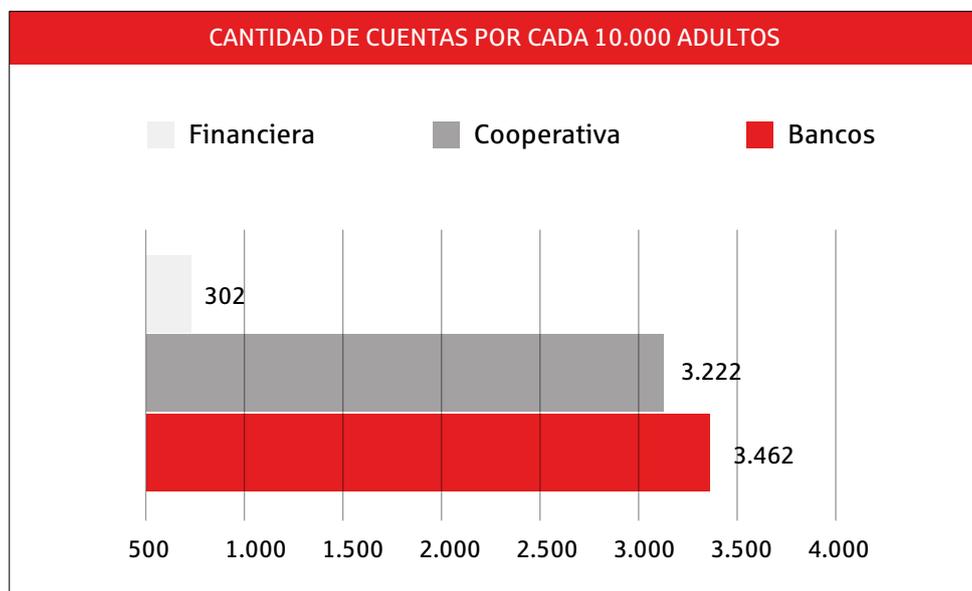
CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 33 ACTORES DEL SISTEMA FINANCIERO PARAGUAYO				
AHORRO - TASAS PASIVAS	CACs	Bancos	Financieras	Fintechs
Cajas de ahorro - TEA promedio	0.34%	0.10%	0.39%	n.a.
Depósitos a plazo fijo - TEA promedio	7.82%	1.90%	4.43%	n.a.

Nota: por "n.a." se entiende NO APLICA.

El siguiente gráfico representa un indicador de la cantidad de cuentas de ahorro por cada 10 mil adultos a diciembre 2016. Cooperativas y bancos alcanzan participaciones similares de aproximadamente

un 33% mientras que las financieras quedan relegadas con un 0.3%. Estos datos indican un acceso cercano al 67% de la población, que contrastan con los datos del global findex del año 2018 que indica un 48,65% de acceso<sup>22</sup>.

**Figura 7**



**Fuente: (Ministerio de Hacienda Paraguay, 2017)**

### 7.2.3. Servicios ofrecidos - Paraguay

La siguiente tabla es ilustrativa de la muestra de entidades analizadas y resume en porcentajes los productos y servicios ofrecidos por cada tipo de entidad. Como se puede observar, los bancos tienen la oferta más completa. En la mayoría de los ítems analizados, muchos productos y servicios no son ofrecidos por CACs, Financieras y Fintech por restricciones regulatorias.

No obstante, ofrecer acceso a una gama completa de productos no asegura su uso. El uso depende de si el diseño del producto, los canales de distribución, y la comunicación con el cliente o socio son adecuados para que la demanda finalmente se materialice.

<sup>22</sup> <https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/countrybook/Paraguay.pdf>

Tabla 16

CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 33 ACTORES DEL SISTEMA FINANCIERO PARAGUAYO				
SERVICIOS OFRECIDOS	Bancos	Cooperativas	Financieras	Fintech
Cajas de seguridad	83%	0%	0%	0%
Mesa de dinero (compra-venta de papeles negociables)	42%	0%	13%	0%
Bonos y títulos	58%	0%	0%	0%
Comercio Exterior	83%	0%	0%	0%
Seguros propios	17%	0%	25%	0%
Fideicomisos	58%	0%	0%	0%
Capacitación y/o asesoramiento técnico	0%	100%	13%	0%
Crédito	100%	100%	100%	28%
Pago de facturas y servicios prepagos	100%	50%	33%	70%
Transferencias	100%	17%	100%	70%
ATM	100%	100%	100%	0%
Tarjeta de débito prepaga	100%	100%	100%	14%
Tarjeta de crédito	100%	100%	100%	0%
Inversión	100%	0%	100%	14%
Caja de Ahorro o Cuenta Virtual	100%	100%	100%	100%
Plazo fijo	100%	100%	100%	0%
Seguros	100%	0%*	13%	0%

\* No hay oferentes dentro de la muestra considerada, pero existen entidades cooperativas que se dedican exclusivamente a los seguros o que llevan en su cartera productos de seguros.

Para tener un análisis más enfocado en las restricciones o barreras de cada producto y servicio ofrecido por las diferentes entidades, se elaboraron dos tablas que se complementan para el análisis. La tabla 17, llamada “descripción de estándares”, define como parámetros a A, B y C; donde A representa el escenario más favorable y C el más desfavorable para el empresario MiPyME.

Tabla 17

Descripción de estándares <b>PARAGUAY</b>		Descripción de la calificación A, B y C para la gama de productos ofrecidos, canales de distribución y comunicación de términos y condiciones		
		Calificación A (Favorable para el cliente)	Calificación B (Grado de dificultad razonable)	Calificación C (Desfavorable para el cliente)
<b>Microempresa</b> (hasta 10 empleados, facturación < USD 300 mil anuales)	Dificultad para solicitar un <b>crédito por un monto NO mayor a USD 10 mil</b> , plazo no mayor a 24 meses.	A sola firma, DNI, información básica domiciliaria, acceso aún sin historial crediticio, referencia personal.	<u>IDEM A</u> + buen historial crediticio, codeudor, antigüedad mínima de 6 meses del negocio, contar con inscripción impositiva.	<u>IDEM B</u> + pago de algún impuesto por al menos 3 períodos, registro o habilitación en algún ente gubernamental, 2 referencias personales.
<b>Pymes</b> (mas de 10 empleados, facturación < USD 13 millones anuales)	Dificultad para solicitar un crédito por <b>un monto mayor a USD 10 mil y hasta USD 50 mil</b> , plazo mayor a 24 meses.	A sola firma, DNI, información básica domiciliaria, excelente historial crediticio, codeudor, ultimo balance certificado, pago de algún impuesto por al menos 3 períodos.	<u>IDEM A</u> + ser cliente por la menos 1 año, plan de inversión, listado de productos que vende, registros impositivos y laborales por 6 períodos, impuestos al día, al menos un balance certificado.	<u>IDEM B</u> + ser cliente por al menos 3 años, estatutos, balances contables certificados últimos 3 años, plan de inversión, DDJJ varias, seguros al día, registros varios, garantías hipotecarias o prendarias, garantía hipotecaria o prendaria.
<b>Medios de Pago</b>	Dificultad para apertura de <b>cajas o cuentas de ahorro, y cuentas virtuales</b>	<u>Cuenta Básica o cuenta virtual</u> : su cédula de identidad paraguaya sin necesidad de demostrar ingresos, Para el caso de billetera virtual cédula de identidad y dispositivo móvil.	Cedula de identidad, montos mínimos de deposito, edad mínima.	<u>IDEM B</u> + comprobantes de ingresos.
	Dificultad para <b>apertura de cuentas corrientes personas naturales</b>	Datos personales, Identificación, comprobante de ingresos, realizar depósito	<u>IDEM A</u> + Manifestación de bienes, Facturas de servicios.	<u>IDEM B</u> + referencias , sin antecedentes judiciales, No estar en lista restrictiva (OFAC y NNUU).
	Dificultad para apertura de <b>cuentas corrientes personas jurídicas</b>	Datos de la empresa, Identificación fiscal, Balance o últimos pagos de IVA.	<u>IDEM A</u> + Ingresos, Egresos, Activos, Pasivos.	<u>IDEM B</u> + Referencias comerciales.
	Facilidad para operar con <b>medios de pago digitales</b>	<u>IDEM B</u> + interoperabilidad con todo el sistema financiero bajo la orbita del banco central.	<u>IDEM C</u> + web y/o APP móvil monedero digital, omnicanal.	Solo tarjetas de débitos o crédito.
<b>Dificultad para hacer un plazo fijo</b>		Datos personales y domiciliarios debidamente acreditados, mayor de 18 años.	<u>IDEM A</u> + Mayor a 20 años, comprobante de ingresos, facturas de servicio básico.	<u>IDEM B</u> + últimas presentaciones de IVA, justificación de origen de fondos.
<b>Gama de productos</b>		<u>IDEM B</u> + amplia gama de servicios.	<u>IDEM C</u> + mas variedad media de servicios.	Productos de ahorro y crédito.
<b>Canales de distribución</b>		<u>IDEM B</u> + APP móviles para realizar operaciones.	<u>IDEM C</u> + web y operaciones online.	Sucursal física y web.
<b>Grado de dificultad en la comunicación de términos y condiciones</b>		Simple, directo, transparente.	Existe información pero es opaca, extensa, y difícil de seguir.	Muy poca información o simplemente no disponible.

De esta forma se estandarizan los criterios a utilizar para calificar cada tipo de entidad según el criterio analizado.

La segunda tabla es la que categoriza los productos, canales y comunicación que cada tipo de entidad ofrece. Cada calificación recibe un color: verde más intenso (A), intensidad media (B) y un gris claro (C) para poder visualizar fácilmente el mapa de barreras y restricciones que enfrenta el empresario MiPyME.

**Tabla 18**

CATEGORIZACIÓN DE ENTIDADES - PARAGUAY					
Calificación de la gama de productos, canales de distribución y comunicación de cada tipo de entidad					
CALIFICACIÓN	A favorable para el cliente	B dificultad razonable	C desfavorable para el cliente		
Descripción de producto o servicio	CACs	Bancos	Financieras	Fintech	
<b>Microempresa:</b> hasta 10 empleados, facturación < USD 300 mil anuales	Dificultad para solicitar un crédito por un monto NO mayor a USD 10 mil, plazo no mayor a 24 meses	A	B	B	C
<b>Pymes:</b> (más de 10 empleados, facturación < USD 13 millones anuales)	Dificultad para solicitar un crédito por un monto mayor a USD 10 mil y hasta USD 50 mil, plazo mayor a 24 meses	B	B	C	C
<b>Métodos de Pago</b>	Dificultad para apertura de cajas o cuentas de ahorro y cuentas virtuales	A	A	A	A
	Dificultad para apertura de cuentas corrientes personas naturales	n.a	A	n.a	n.a
	Dificultad para apertura de cuentas corrientes personas jurídicas	n.a	B	n.a	n.a
	Facilidad para apartar con medios de pago digitales	C	B	C	B
Dificultad para hacer un plazo fijo		A	B	B	n.a
Gama de productos		C	A	C	C
Canales de distribución		C	A	B	A
Grado de dificultad en la comunicación de términos y condiciones		C	C	C	A
Nota: por "n.a" se entiende NO APLICA.					

**Fuente: elaboración propia**

La clasificación anterior no considera tasas de interés y se refiere exclusivamente a la facilidad con la que se puede tener acceso a productos y servicios financieros, como dijéramos, en cuanto a requerimientos, canales de distribución y comunicación con el cliente.

La tabla de categorización demuestra que no existe ningún tipo de entidad que esté en condiciones de cubrir de manera homogénea los altos estándares de calidad que favorecerían la inclusión financiera de los empresarios MiPyMEs. Las casillas con las iniciales "n.a." (No aplica) muestran donde determinadas entidades, principalmente por una cuestión regulatoria, no ofrecen determinado producto o servicio. Seguramente el segmento de microempresarios puede estar mejor atendido por la CACs, y las PyMEs por los bancos. Las CACs deberán mejorar su oferta y principalmente incursionar en canales digitales si quieren seguir siendo competitivas para nuevas generaciones de microempresarios con más afinidad tecnológica que las Fintechs y los Bancos ya están brindando.

La oferta de productos crediticios aún no utiliza de manera masiva inteligencia artificial y big data para hacer análisis no invasivos basado en huellas digitales. Esta es una cuenta pendiente de todo el sistema financiero, donde seguramente las Fintechs y Bancos están en mejores condiciones de implementarlo.

Como una primera conclusión podemos afirmar que desde el punto de vista del empresario MiPyME es evidente que la oferta de calidad está fragmentada y requiere deambular entre diferentes tipos de entidades para poder recibir una oferta integral.

A continuación, se justifica cada una de las calificaciones definidas para cada entidad según el criterio evaluado.

**MICROCRÉDITO** (crédito hasta USD 10.000, plazos no mayores a 24 meses)

- **CACs – (A):** Los requisitos son básicos y fáciles de cumplimentar, con tasas promedios del 22%, unos 7 puntos porcentuales por debajo de las tasas ofrecidas por bancos y financieras. Se puede afirmar que la oferta de microcréditos de las CACs es competitiva, es accesible y asequible, además de contar con una gran capilaridad debido a la distribución geográfica de las 286 CACs y sus respectivas sucursales.
- **Bancos – (B):** En general, los bancos tienen una oferta más rígida que no se adapta a las necesidades de los microempresarios. Sin embargo, el banco Visión y el banco Familiar, dos ex financieras, tienen un origen más cercano a las microfinanzas, el financiamiento corporativo y del sector agropecuario, lo que marca una mayor cercanía con el segmento de la microempresa y la oferta de servicios más ajustados a sus necesidades. Las tasas promedio constatadas según los tarifarios de las entidades consultadas ronda el 29% (ver tabla 14).
- **Financieras – (B):** Existe una red de financieras que brinda microcréditos. Actúan localmente, tienen un nivel de desarrollo tecnológico medio y brindan la posibilidad de acceso a sus plataformas mediante la web. Con requisitos habitualmente más exigentes que los de las cooperativas, no tienen los canales de distribución, cobertura, ni el volumen de mercado del sector cooperativo. Sus tasas promedio alcanzan el 34%, por encima de bancos y cooperativas de ahorro y crédito.
- **Fintechs – (C):** En Paraguay las Fintechs no ofrecen este tipo de productos, pero observando la evolución e influencia en el mercado de países vecinos es de esperar que pronto estén en condiciones de poder ofertarlos.

**CRÉDITO PYME** (crédito superior a USD 10.000 y hasta USD 50.000, plazos mayores a 24 meses)

- **CACs – (B):** No se encontró evidencia de una gran oferta de productos PyMEs entre las CACs. Los montos promedios que requieren las PyMEs reducen la cantidad de entidades que están en condiciones de cubrir esta demanda. La información sobre tasas de interés es prácticamente inexistente. Existen líneas de financiamiento PyMEs de cooperativas especializadas en el sector agropecuario y corporativo. Para montos de más de USD 10.000 los requerimientos son mayores y no se adaptan a las necesidades de las PyMEs. Es por este motivo que existen casos extremos de solicitud de garantías prendarias o hipotecarias, un recurso fácil de implementar para compensar debilidades metodológicas a la hora de evaluar crédito.
- **Bancos – (B):** Amplias líneas de crédito para los diversos estamentos productivos. Vinculados también al sector estatal, existen alternativas de financiamiento con garantías del estado o a tasas subvencionadas. La banca cuenta con mayor expertise a la hora de analizar capacidad y voluntad de pago de las PyMEs. Sin embargo, esta mayor experiencia no se traduce necesariamente en menores requisitos. Los procesos de solicitud tienen un alto grado de complejidad y al igual que las cooperativas, algunos bancos recurren a hipotecas y prendas para montos superiores. Nuevamente, las asimetrías de información tratan de reducirse con requisitos formales difíciles de cumplimentar o garantías reales. Las tasas de interés rondan el 30% anual, prácticamente al mismo nivel que los microcréditos.
- **Financieras – (C):** El acceso a la oferta exige la cumplimentación de exhaustivas pautas, lo que demanda gran formalidad del prestatario y excluye aparte importante de los potenciales solicitantes. La oferta de productos es inadecuada para muchas empresas y emprendedores por dificultades para calificar a un otorgamiento.
- **Fintechs – (C):** Oferta todavía muy incipiente en comparación a otros países del Cono Sur. Se empieza a perfilar como una nueva alternativa, sin embargo, falta mucho desarrollo. La oferta no está constituida formalmente y encontramos muy escasos oferentes que utilizan plataformas de este tipo para brindar crédito prendario e hipotecario. Está orientado más bien a un público personal y además las condiciones son impropias para un sector que suele caracterizarse por su dinamismo y facilidad en el acceso en otros países de América Latina. No existe información sobre tasas de interés.

**MEDIOS DE PAGO** Cajas o cuentas de ahorro o billetera virtual

- **Bancos – (A):** Los bancos están obligados por ley a brindar al ciudadano la Cuenta Básica, que consiste en la habilitación de una caja de ahorro en concordancia con las políticas y acciones del Banco Central del Paraguay, para impulsar en el país la inclusión financiera de los sectores no bancarizados. Sin costos administrativos ni mínimos requeridos.

- **Bancos, CACs y Financieras – (A):** También es posible la apertura de cajas de ahorro con arreglo a requisitos elementales, que suelen ir asociadas algún otro producto, como tarjetas de débito/crédito. Las entidades pagan por ellas un interés muy bajo que habitualmente no llega ni siquiera a cubrir el porcentaje inflacionario.
- **Fintechs – (A):** Solo operan como billeteras electrónicas y medios de pago, por lo que se puede depositar dinero, pero no pagan intereses. Con requisitos de fácil cumplimentación, como son la presentación de la Cédula de Identidad, una foto que facilita el usuario mismo y un dispositivo móvil, es hoy muy sencillo obtener una cuenta para empezar a operar con una billetera virtual de estas compañías.

**CUENTAS CORRIENTES** Solamente los bancos ofrecen cuentas corrientes a personas naturales y jurídicas

- **Personas naturales – (A):** Comprende un “pack” de productos asociados a una cuenta, entre ellos chequeras y tarjetas de débito y de crédito. Permiten también librar fondos en descubierto de acuerdo con condiciones pre pactadas. Es la cartera más completa del sector financiero, sin embargo, es posible encontrar que se puede acceder sin excesivos requisitos dependiendo de las condiciones que necesite el cliente para operar. Condiciones más duras cuanto mayores son los montos de acción requeridos. Se califica como A, puesto que existen bancos que demandan menos requisitos que otros, que siguen lineamientos muy estrictos, como por ejemplo no estar en listas OFAC (lavado de activos) antecedentes judiciales, etc.
- **Personas jurídicas – (C):** Es el tipo de cuenta más habitual para empresas. Permite domiciliar una nómina, asociar tarjetas, realizar transferencias, hacer ingresos y reintegros o domiciliar recibos, librar cheques y operar en descubierto de acuerdo con condiciones pre pactadas, etc. Las cuentas corrientes no ofrecen ningún tipo de rentabilidad. Su otorgamiento requiere de una mayor cantidad de requisitos: Facturación mínima mensual, no poseer antecedentes judiciales ni inhabilitaciones de cuentas, depósito inicial, mantenimiento de saldo promedio. Para su formalización se exige escrituras de constitución, estatutos, actas de asamblea, balances y registro de firmas. Se califica como B, puesto que el nivel de exigencia de la mayoría de los bancos es incluso más alto para personas jurídicas que son una excepción en el universo MiPyME.

### **MEDIOS DE PAGO DIGITALES**

- **CACs – (C):** Solo operan con tarjetas de débito y crédito y siendo una excepción las que operan en línea.
- **Bancos – (B):** Gran capacidad de interactuar por diferentes canales digitales con sus clientes. Cuentan con banca digital y permiten operar mediante la web para la realización

de las más variadas funciones, desde consulta de saldo a transferencias, domiciliación de nóminas, billeteras digitales, etc. También tienen aplicaciones móviles. Ofrecen medios de cobro para comercios con sistema POS y son omnicanal.

- **Financieras – (C):** Webs modernas y posibilidad de acceso a banca web para pagos y transferencias. No obstante, son pocas las financieras que cumplen con esta condición. La mayoría únicamente ofrecen tarjetas de débito y de crédito.
- **Fintechs – (B):** Tienen webs muy operativas para la gestión y, sobre todo, destacan por la facilidad en el acceso y a la operatoria mediante sus aplicaciones para teléfonos celulares. Pueden efectuarse pagos de servicios. Si bien el BCP ha avanzado en la interoperabilidad entre EMPES con una cámara compensatoria propia, aún falta reglamentar la interoperabilidad con el resto del sistema financiero que incluye bancos y financieras<sup>23</sup>. De acuerdo con el Global Findex, Paraguay es el país en América Latina con mayor cantidad de cuentas de dinero electrónico en relación con su población. Según el informe de ENIF 2014 – 2018, ya se reportaba en el año 2014 que el 28% de los adultos en Paraguay había utilizado dinero móvil. Según la página infonegocios.com en Paraguay existían 2,5 millones de usuarios de billeteras electrónicas a septiembre de 2020. Independientemente de esta cifra, lo que realmente aumentó es la frecuencia de uso y la valoración de la gente hacia los métodos de pago alternativos al efectivo. Las EMPES están además incursionando en el e-commerce, lo que incrementa la huella digital de los usuarios y la posibilidad de combinar otros servicios financieros<sup>24</sup>.

## PLAZOS FIJOS

- **CACs – (A):** Se puede hacer un depósito a plazo fijo siendo mayor de 18 años, acreditando datos personales y domicilio. Las cooperativas ofrecen la mayor tasa de interés con una TEA promedio del 7,82%, pero no cuentan con garantías de depósito. Dados los bajos requerimientos de solicitud y a las tasas de interés ofrecida, la calificación obtenida es A.
- **Bancos – (B):** Las personas físicas requieren tener como mínimo 20 años, comprobante de ingresos y factura de algún servicio. Los depósitos bancarios cuentan con garantías del banco central como prestamista de última instancia. Este atributo significa menos riesgos y, por lo tanto, son las entidades que brindan el rendimiento más bajo con una TEA promedio de 1,90%. Los requerimientos antilavado parecen ser más estrictos en los bancos, además de pedir cumplimientos fiscales.
- **Financieras – (B):** Mismos requisitos que las entidades bancarias en cuanto a edad, ingresos y solicitud de una factura de servicios. También cuentan con garantías de

23 <https://www.ip.gov.py/ip/bcp-emite-reglamentacion-para-implementar-interoperabilidad-entre-billeteras-electronicas/>

24 <https://infonegocios.com.py/plus/paraguay-posee-2-500-000-usuarios-de-billeteras-electronicas-y-su-frecuencia-de-uso-aumento-en-los-ultimos-meses>

depósitos del Banco Central, pero pagan tasas más elevadas que los bancos, una TEA promedio del 4,43%.

- **Fintechs – (n.a.):** No ofrecen actualmente este tipo de producto.

## **GAMA DE PRODUCTOS**

- **CACs - (C):** La gama de productos es acotada. Los productos activos tienen una marcada orientación al microcrédito y al crédito de consumo. No pueden ofrecer cuenta corriente, pero si ofrecen cajas de ahorro y plazos fijos. Se observa también que hay muchas cooperativas sectoriales (sector agropecuario o manufacturero) que trabajan ofreciendo líneas de financiación específicas para capital de trabajo e inversión con condiciones de accesibilidad más blandas que las que otorgan en los bancos.
- **Bancos - (A):** Tienen la oferta más completa del mercado. Variedad de productos activos y pasivos. En lo relativo a los montos, ofrecen microcréditos a diversos sectores y otorgan también productos a tasas subsidiadas o con garantías del Estado. Para el sector MiPyME los productos incluyen también seguros, leasing, plazos fijos, cajas de ahorro, cuentas corrientes e inversión en sus diversas formas y comercio exterior. Atienden al sector más formal de la economía y, consecuentemente, muchas unidades productivas o empresas no formales quedan al margen.
- **Financieras - (B):** Oferta de productos activos y pasivos de ahorro y crédito: cajas de ahorro, plazos fijos, créditos y tarjetas. Orientación al crédito de consumo y MiPyME. Cuentan con más variedad de productos que las cooperativas de ahorro y crédito, por lo que su calificación es B en esta categoría.
- **Fintechs - (C):** Poca variedad de servicios y muy orientados a operatoria de giros, transferencias y pago de servicios, pero con grandes perspectivas de crecimiento si se mira lo que sucede en otros países de la región. Seguramente, una vez que se apruebe la interoperabilidad con otras entidades financieras, potenciará la oferta de servicios y productos y podrán competir como bancos digitales con la banca tradicional.

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

- **CACs – C:** En Paraguay existen más de 203 CACs, de las cuales 38 son categoría A (mejores índices de solvencia y liquidez) 60 tipo B y 105 tipo C<sup>25</sup>. Esta distinción corresponde al INCOOP (INCOOP, 2017). Solo las cooperativas categoría A cuentan con 238 sucursales distribuidas por toda la geografía del país, según recoge el Reporte de Inclusión Financiera 2017. El resto de las entidades cooperativas no calificadas con categoría A, en muchos

casos, disponen solamente de un emplazamiento físico y no cuentan con sucursales. Sin embargo, por tratarse de más de 160 que se suman a las 38 de categoría A con sucursales, se asegura una alta capilaridad de toda la red de cooperativas. Con muy poco anclaje tecnológico, numerosas entidades no disponen en la actualidad de página web institucional y utilizan como canal de difusión las redes sociales, particularmente Facebook. De esta operatoria y modelo de negocio tradicional se deduce que la gran mayoría son entidades con un radio de influencia reducido, muy focalizado en determinadas regiones y, por lo tanto, con trato cercano y personalizado con el socio. Cuentan también en diversos casos con programas de formación financiera para microemprendedores y tienen gran arraigo social, llegando donde no hubo históricamente otras alternativas de financiamiento.

- **Bancos – (A):** Basado en la tradicional apertura de sucursales, nunca han llegado a cubrir las necesidades de acceso en un país extenso, con alta densidad poblacional en las principales ciudades, pero con regiones aisladas y con población muy dispersa que además acusa desigualdades socioeconómicas marcadas. Sin embargo, los bancos han actualizado a gran velocidad sus plataformas digitales y potenciado el desarrollo de aplicaciones. En el último tiempo, donde tecnológica y logísticamente no llegan, han establecido alianzas estratégicas con empresas Fintechs para potenciar la oferta mediante corresponsales no bancarios. Se distingue en este sentido la vinculación de Visión Banco y Banco Familiar con la compañía Tigo.
- **Financieras – (B):** Tienen un modo de operar más tradicional con oficinas comerciales. No obstante, es incipiente la gestión de solicitudes de crédito por sus webs a través de las cuales ofrecen también el resto de su cartera. Habitualmente la web constituye un nexo para el envío de formularios a fin de que el cliente pueda ser contactado por un agente.
- **Fintechs – (A):** Los monederos digitales representan el corazón del negocio financiero. Desde la cuenta digital asociada a una aplicación y una tarjeta de débito se genera la huella digital que abre paso a muchos otros productos y servicios. Las Fintechs articulan el conjunto de técnicas digitales actuales con las finanzas para llegar a consumidores que, por motivos geográficos, y sobre todo socioeconómicos, quedaban al margen del sistema. El desarrollo de plataformas digitales y aplicaciones móviles son las herramientas para lograr una gran penetración en un tiempo muy reducido, creando además la red de corresponsales no bancarios (CNB) más importante del país (11.250 CNBs según el informe de Revisión de la ENIF 2017). Cuentan con herramientas tecnológicas muy actualizadas por operar completamente online y de acceso instantáneo mediante el teléfono celular.

## **SIMPLICIDAD EN LA COMUNICACIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES**

- **CACs – (C):** Por no contar con web institucional como canal de comunicación con el cliente, los datos sobre términos y condiciones son difíciles de encontrar o inexistentes. Se publican a través de las redes sociales anuncios genéricos que incitan a tomar contacto

por otro medio para conocer los detalles del producto. En otras ocasiones, contando la entidad con una página web, se ha advertido que se enumeran condiciones, y en algunos casos el valor de las cuotas, pero no se hacen públicas las tasas de interés u otra información relevante para que el consumidor financiero pueda tomar decisiones de manera autónoma.

- **Bancos – (B):** Las instituciones bancarias publican habitualmente la oferta de todos sus productos en la web institucional, sin embargo, hay que recurrir a sus tarifarios, extensos y extremadamente densos en información, para poder identificar los costos de las tasas y demás cobros o comisiones que se debe cargar al producto para dilucidar su costo final. La información no es simple ni transparente, pero cuenta con los datos que el ente regulador obliga a transmitir.
- **Financieras – (B):** El acceso a las tasas no se comunica o se efectúa confusamente a pesar de que todos los productos se publicitan en su página web. Se requiere acudir a los tarifarios para obtener información más precisa, y aunque estos son más breves que los de una entidad bancaria, también puede complicar su interpretación.
- **Fintechs – (A):** Muy claras en la comunicación de precios y comisiones. Muchas operaciones no tienen costo para el usuario y al ser entidades oferentes de servicios muy puntuales es fácil inferir cuánto se deberá pagar.

### 7.3. Paraguay – Conclusiones de la oferta

Observamos en Paraguay un sector de la oferta financiera en permanente cambio, donde conviven los actores tradicionales del sistema financiero y también las Fintechs. En este desarrollo la regulación juega un papel crítico: además de velar por la estabilidad del sistema, debe incluir los nuevos lineamientos de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Los cambios regulatorios y los avances tecnológicos ponen presión para adecuar la oferta a un porcentaje importante de la población tradicionalmente excluida y, por otra parte, a una provisión más ágil, variada y asequible de productos y servicios para la ciudadanía y las empresas. La transparencia e interoperabilidad entre los principales oferentes son considerados requisitos ineludibles para cumplir los objetivos de inclusión.

El alto índice de penetración de la telefonía celular en Paraguay ha facilitado la introducción de monederos digitales y está generando un nuevo perfil de consumidor financiero. El cambio generacional y la masificación de productos Fintech pueden generar cambios disruptivos importantes en los próximos años, con el potencial de reconfigurar la demanda y, por lo tanto, también la oferta de productos financieros. Hoy las Fintechs ya están brindando mayor agilidad, accesibilidad y asequibilidad en algunas líneas de servicios y financiación.

Surgen cuestionamientos serios respecto a lo que puede ocurrir con el sector de cooperativas de ahorro y crédito y también muchas financieras. La gran mayoría ofrece productos tradicionales, con servicios presenciales, y canales de distribución con bajos niveles de digitalización que no se adaptan a las demandas de las nuevas generaciones. Por otro lado, los bancos cuentan con mayores recursos financieros, tecnológicos y humanos para hacer frente a la revolución tecnológica. Se estima, por lo tanto, que su adaptación será menos traumática que la de las CACs.

Basados en los resultados de la tabla 18, se puede afirmar que al empresario MiPyME le será inviable servirse de un solo oferente que pueda brindar soluciones integrales y de calidad. O renunciará a obtener el mejor servicio o deberá recurrir a más de un agente para poder cubrir sus necesidades financieras.

En cuanto a la oferta de créditos para las PyMEs, se evidencia fuerte y variada sobre todo por parte del sector de la banca privada y del cooperativo, cuando se trata de entidades sectoriales que atienden a un segmento específico. Como es de esperar, los requisitos son más exigentes y no necesariamente se adaptan al cliente o socio de cooperativas. Prevalecen los enfoques tradicionales de recolección de información con procesos lentos, burocráticos y engorrosos que resultan en la deserción anticipada de potenciales demandantes.

El análisis de diferentes artículos de periódicos y de la web manifiesta una competencia sectorial importante entre cooperativas, bancos y financieras. Las Fintechs ponen aún más presión en esta puja. Es de esperar que la competencia, como ha sido en el caso específico de los servicios de giros, pagos y transferencias con las billeteras electrónicas, y por el acceso remoto a través de la banca electrónica, redunde en una oferta más extensa tanto en el ámbito geográfico como en el de los costos para el consumidor consiguiendo una mayor inclusión financiera en el país.

## 7.4. Argentina – marco general

La oferta financiera a la MiPyME actualmente se concentra en su totalidad en la banca tradicional. Las microfinancieras tienen una participación muy marginal con una oferta monoproducto, a saber, el microcrédito, ya que por regulación no se les permite captar depósitos. Esta estructura del sistema financiero es el resultado de una regulación que boicoteó las más de 1000 cajas y cooperativas que hubo en el país a mediados del siglo pasado. Los sucesivos golpes militares que ocurrieron desde la década del cincuenta entorpecieron con diferentes regulaciones el desarrollo del sector<sup>26</sup>. Hoy en día no existen cajas y cooperativas de ahorro y crédito de relevancia, tan solo quedan algunos vestigios como el Banco Credicoop, que es una cooperativa de ahorro y crédito devenido a banco con foco especial en el sector agropecuario. Esta concentración de la oferta crediticia en bancos,

---

26 <https://www.tiempoar.com.ar/nota/credito-cooperativo-la-historia-de-una-resistencia-al-fondo-y-a-las-dictaduras>

muchos de ellos extranjeros o públicos con sesgadas decisiones políticas, impactan directamente en los segmentos a financiar. Así lo demuestran distintos estudios de Bebzuck (Bebczuk, 2007) Kulfas (Kulfas, Los sistemas de garantías como herramienta para el acceso al financiamiento de las Pymes, 2009) y Garcia & Vite (Garcia & Vite, 2014) que describen las consecuencias de haber favorecido este modelo de concentración en un solo actor:

1. Desarrollo modesto del mercado de crédito en Argentina, 15% del PBI, lo que representa un tercio del promedio regional y un décimo de los países miembros de la OCDE.
2. Solo un tercio de los recursos intermediarios del sistema financiero (Pasivos más Patrimonio Neto) se destina a crédito privado.
3. La proporción del gasto privado (consumo más inversión) que se financia con crédito bancario fue en el 2007 tan solo 2,2%, es decir, que el 97,8 se financia con recursos propios.
4. La situación es aún más dramática si se extrae de ese porcentaje el crédito al consumo, que representa el 50% del crédito privado.
5. Concentración del crédito comercial en deudores más grandes, solamente un 25% tiene destino en la PyMEs. Si se consideran las PyMEs no registradas, ese porcentaje se reduce a un 9,4%.
6. Los bancos privados tienen gran aversión al riesgo generado por las altas asimetrías de información del sector MiPyME, las dificultades para evaluar y monitorear el segmento y los altos costos asociados al sector.
7. Los bancos públicos están politizados y sesgados en decisiones técnicas:
  - a. Deficiencias en el gobierno corporativo. Poco transparentes. Los ejecutivos y directores de bancos públicos no son designados por cuerpos legislativos sino por el poder ejecutivo.
  - b. No hay rendición de cuentas del uso de fondos públicos.
  - c. Inexistencia de sistema de evaluación objetivo del riesgo crediticio.

Frente a este panorama de falta de diversidad en la oferta financiera, la banca de desarrollo es, según Kulfas (Kulfas, Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes, 2018) una posible solución a las imperfecciones de una oferta que limita el acceso a servicios financieros a la MiPyME. La tendencia actual es utilizar los recursos financieros estatales para canalizarlos con algún organismo de segundo piso a la banca privada y pública de primer piso, con controles que aseguren que el destino de los créditos a nuevos sujetos y no redunde en los clientes ya existentes. De esta forma se aprovecha la infraestructura sin incrementar costos o realizar inversiones de largo plazo.

La información actualizada del BCRA en el último reporte con cierre a fines del 2019 indica lo siguiente:

- **El 50% de la población adulta tiene acceso a un crédito.**

- **Mejóro de manera sostenida el acceso al crédito de las MiPyMEs a lo largo de última década:** En mayor o menor medida en función del sector, tamaño y región, la proporción de MiPyMEs con financiamiento aumentó año a año. En el caso de las microempresas, que representan el 84% del total de empresas, la proporción aumentó de 38% a 53% de diciembre de 2007 a diciembre de 2018 en las constituidas como personas jurídicas y de 61% a 81% para personas humanas que desarrollan una actividad empresarial.
- **El total de puntos de acceso aumentó un 5,8% durante el 2019:** El sistema financiero registraba 30.726 puntos de acceso (PDA) a diciembre de 2019, lo que representa 9 PDA por cada 10.000 adultos (Ministerio de Hacienda, 2019). Se observa una predominancia de los dispositivos electrónicos, aportando un 82% entre cajeros automáticos y terminales de autoservicio.
- **Se observa una marcada disparidad en la distribución de PDA entre provincias y los departamentos que las componen:** A diciembre de 2019, el 41,9% de las localidades tenía al menos un PDA y concentraba el 91,3% de la población adulta. Considerando la población adulta por localidad, se registra una disminución en el índice de cobertura a medida que se reduce la cantidad de habitantes: solo el 22% de las localidades de menos de 2 mil habitantes adultos contaba con al menos un PDA.
- **Los medios de pago electrónicos continuaron su sendero de crecimiento:** Las compras con tarjeta de débito, crédito y prepagas y las transferencias electrónicas registraron incrementos relativos a la población durante los últimos años, a pesar de la ausencia de crecimiento de la actividad económica. En el año 2019, por cada 100 extracciones de efectivo por adulto, se efectuaron casi el doble de operaciones por medios electrónicos de pago.
- **En Argentina, el 80% de la población adulta poseía al menos una cuenta bancaria a marzo de 2018.** La cifra se reduce al 74% si se resta la cantidad de titulares que perciben la Asignación Universal por Hijo (AUH).

Un capítulo aparte es el vertiginoso desarrollo de las Fintechs argentinas. Si bien en una primera etapa el BCRA tuvo un enfoque de no intervención, dicho organismo dictó una serie de normativas en 2020 que puede considerarse propositiva para el sector y para la protección del consumidor financiero (ver apéndice “Banca Abierta y Regulación Fintechs – Argentina”). El sector Fintech se presenta hoy como serio competidor de la banca, pero también un colaborador, ya que ambos tipos de empresas están trabajando conjuntamente en ecosistemas compartidos. Este ambiente colaborativo ha sido impulsado por la regulación. Varias resoluciones del BCRA han permitido allanar el camino hacia la banca abierta, como por ejemplo las últimas resoluciones relacionadas con Claves Virtuales Únicas, APIs, interoperabilidad, y códigos QRs para comercios y empresas. Todas estas medidas están facilitando el desarrollo del sector Fintech y seguramente impactará en la oferta de medios de pago y servicios financieros en los próximos años. Hoy existen dos tipos de Fintechs en Argentina: i) los Bancos Digitales, constituidos y reconocidos como tales por el BCRA con una oferta amplia y completa de productos pasivos y activos, y ii) las Fintechs propiamente dicho definidas

como Proveedoras de Servicios de Pago (PSP). Estas últimas ofrecen cuentas de pago virtuales no bancarias asociadas a Claves Virtuales Uniformes (CVU) que permiten operar con las tradicionales cuentas de bancos asociadas a su vez a Claves Bancarias Uniformes (CBU), lo que constituye la banca abierta. Otra diferencia de las CVU de las Fintechs es que los fondos no cuentan con respaldo ni garantía del banco central.

Un ejemplo de este desarrollo del sector e impacto de la legislación lo representa la oferta de crédito. En este sentido, las Fintechs repensaron la realidad financiera de las personas y flexibilizaron las exigencias para acceder a los créditos. Estos nuevos parámetros de normativa hacen que gran parte de la población pueda solicitar préstamos digitales, lo que representa el principal valor agregado de este oferente. Para acceder a créditos online, solo basta con ser mayor de 18 años, tener un DNI argentino, una cuenta bancaria a nombre del titular solicitante y el número de CBU. En el caso de ser empleado en relación de dependencia, según el crédito, la persona debe contar con 4 a 6 meses de antigüedad. Además, estas plataformas utilizan tecnología avanzada para verificación de identidad. Una vez procesada la aprobación y en cuestión de minutos, el usuario podrá disponer del dinero en la cuenta bancaria indicada. Este fácil acceso que ofrecen las Fintech se ve lamentablemente opacado por las altas tasas activas que son hasta 3 veces superiores a las de los bancos y IMFs.

## **7.5. Argentina – Descripción de la oferta financiera**

Argentina tiene una amplia oferta de productos financieros activos y pasivos en comparación con la región. En cuanto a la penetración de puntos de acceso (PDAs) llega a 8,9 por cada 10.000 adultos, que es comparable al promedio de la región, pero está por debajo de los casi 15 PDA de Paraguay.

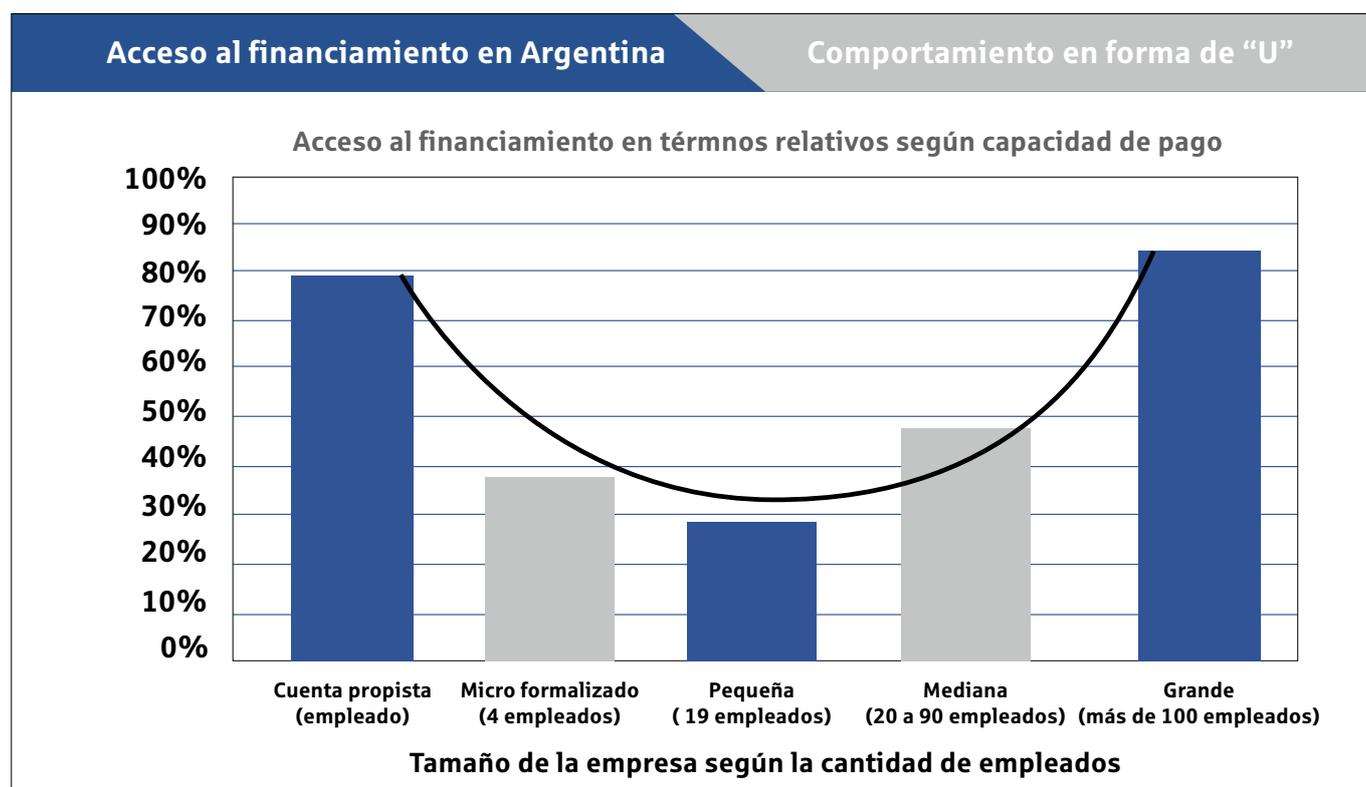
Es decir, existe una oferta disponible, pero la pregunta de fondo es si la demanda responde a esa oferta, tema que tiene que ver con el uso. Aquí es donde se puede afirmar que el uso o demanda no reacciona al tipo de oferta existente, lo que significa que el acceso tiene fallas de diseño de productos, de canales, de cobertura o la situación económica representa un desincentivo para usar productos financieros. El bajo uso queda validado con la participación del 16% del crédito en el PBI, de los cuales la mitad es crédito al consumo. Por otro lado, el 80% de los adultos tienen cuentas bancarias, pero solo el 48% reconoce tenerlas.

El paupérrimo desarrollo del mercado crediticio en Argentina merece un capítulo aparte que se desarrolla a continuación basado en evidencia empírica del consultor en su calidad de fundador de una institución financiera en Argentina al inicio del milenio.

## 7.5.1. Mercado crediticio - Argentina

Luego de haber analizado las particularidades del sector en Argentina y algunas de las principales variables macro que impactan en el mismo, surgen interrogantes, de los cuales el más movilizador es: **En qué medida existe o no acceso al crédito para los segmentos ubicados en la base de la pirámide, o donde están las mayores brechas de desfinanciamiento si se toma la capacidad de pago de cada empresa (micro y PyMEs).**

**Figura 8 – Gráfico ilustrativo**



**Fuente:** elaboración propia

Si se comparan las microempresas y medianas empresas, estos dos extremos contarían con un mayor nivel de financiamiento en términos relativos, según los datos relevados en este estudio. Las medianas y grandes empresas obtienen fondeo fácilmente por cumplir con requisitos de solvencia y formalidad que demanda el sistema bancario tradicional. Por otro lado, las micros están siendo financiadas tanto por las propias IMFs como por el financiamiento al consumo de manera indirecta hasta montos cercanos a los USD 3000. En el medio encontramos un bache de desfinanciamiento, una brecha que incluye a empresas con más de 2 empleados, generalmente formalizadas o semiformalizadas y hasta 50 empleados. Si se toma la capacidad de pago en términos relativos al tamaño de cada empresa (siendo 100% el máximo endeudamiento posible) se estima que las MiPEs formales cuentan con menos financiamiento, lo que gráficamente se expresaría en una curva

con forma de “U”, como se muestra en el gráfico 8, que intenta resumir y reflejar la información recolectada en los diferentes estudios. Si bien no deja de ser una hipótesis, existen indicios sobre dicha brecha, lo que sirve de base para una futura y más detallada investigación.

De la figura 8 se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- El alto acceso al financiamiento del sector micro de subsistencia, se puede explicar por la magra capacidad de pago de este segmento y por el buen desarrollo del mercado financiero de consumo, que hasta montos no mayores a los USD 3000 satisface las necesidades del sector por distintos canales (pago diario<sup>27</sup>, créditos personales, tarjetas de crédito, cadenas de artículos del hogar, etc.) y otros vasos comunicantes (familiares y amigos con acceso al crédito). Hay que tener en cuenta que en este segmento el microcrédito y el crédito al consumo se mezclan en una economía familiar que no tiene diferenciado el destino de los créditos. Ejemplo, la compra de una refrigeradora puede cumplir un uso comercial y familiar al mismo tiempo, igual que la compra de un aire acondicionado; estas son provistas por lo general por las megatiendas de electrodoméstico o por prestamistas informales como el pago diario. El capital de trabajo, en cambio, puede ser financiado por las mismas IMFs o por un crédito a sola firma de algún familiar o amigo.
- El siguiente segmento, micro (semi) formalizado o monotributistas, contaría con menor financiamiento formal (de bancos) e informal (amigos, familiares, prestamistas, financieras varias), debido a que los montos demandados y su capacidad de pago son cada vez mayores. **Si bien los bancos podrían satisfacer sin problema dichos montos, la regulación existente lo impide.** Por tratarse de empresas monotributistas en su mayoría, el acceso al crédito está condicionado por la categoría de monotributo a la que pertenecen o simplemente por el nivel de ventas declarado, es decir, que, para llegar a montos más grandes de financiamiento, deben declararse niveles superiores de facturación, como contraparte también pagar más impuestos y cumplir con los mayores requisitos que exige dicho nivel. Por esta razón, muchos microempresarios desisten de solicitar créditos bancarios y se conforman con un financiamiento menor o el autofinanciamiento.
- En el siguiente nivel - Pequeñas Empresas - podría ser aún más grande el déficit de financiamiento por tratarse de un sector que demanda un aumento de los montos y que contaría con ciertos niveles de informalidad que serían suficiente impedimento para financiar el 100% de sus necesidades reales. Asimismo, para montos promedio de USD 30.000 los bancos serían la única opción de financiamiento; es decir, que mientras mayores son los importes, también se reducen las opciones de instituciones capaces de responder a esa demanda.

---

27 Préstamos en dinero en efectivo o financiamiento de la compra de electrodomésticos ofrecido por prestamistas y cuyas cuotas son colectadas de manera diaria o semanal. Tanto la entrega del dinero en efectivo o electrodoméstico y las correspondientes cuotas son entregadas y cobradas en el domicilio del microempresario.

Los diferentes aspectos analizados nos llevan a reflexionar sobre **cuál es el verdadero perfil del micro y pequeño empresario argentino**, qué necesidades tiene, qué productos demanda, dónde existe el mayor potencial de desarrollo, qué segmento sufre el mayor desfinanciamiento; todo ello contextualizado dentro de un programa nacional sostenible e integral de inclusión financiera.

A continuación, se presentan las tasas activas de productos crediticios. Estas tasas son efectivas anuales y no incluyen el 21% de IVA. Es fácil constatar la gran paridad existente entre las tasas de bancos y las de los IMFs; por otro lado, las Fintechs triplican las tasas de los bancos e IMFs.

**Tabla 19**

CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 28 ACTORES DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO				
CRÉDITO	Microfinancieras	Bancos		Fintech
Montos máximos	< USD 10 mil	< USD 10.000	< USD 50.000	< USD 25.000
TEA promedio	38.57%	37.27%	37.99%	97.00%
Plazos máximos	24 meses	24 meses	48 meses	36 meses

Argentina tiene un desarrollo modesto del producto Leasing para maquinaria y equipamiento con tasas promedio del 61% en 3 instituciones de la muestra que ofrecen este producto.

## 7.5.2. Mercado del ahorro - Argentina

Un país que no confía en su moneda debido a las altas tasas de inflación traslada sus ahorros a divisas fuertes. Si a esta situación se le añade una alta presión fiscal y dificultades para ahorrar en moneda extranjera, los ahorros salen naturalmente del sistema formal y desfinancian a todo el sistema. Esa es la realidad de Argentina, un país bimonetario, con una consolidada cultura de ahorro en dólar norteamericano, aun cuando no reciba compensación alguna. La tasa de inflación (53% en el año 2019) supera ampliamente el rendimiento de las cajas de ahorro y excepcionalmente los plazos fijos rinden por encima de la inflación dependiendo del humor del gobierno de turno que esté dispuesto a premiar el ahorro en pesos argentinos con altas tasas de interés. Estas altas tasas, usadas principalmente para frenar potenciales devaluaciones de la moneda frente a divisas fuertes, puede, por otro lado, impactar negativamente en el financiamiento del sector productivo. El argentino y también sus empresarios tienen la propensión a dolarizar sus ahorros y retirarlos del sistema formal.

Las próximas tablas muestran las actuales tasas de interés, que debe compararse con la tasa de inflación del 30,9%<sup>28</sup> proyectada para el 2020, un año de recesión y pandemia que no logró frenar el incremento de precios.

28 <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/argentina>

**Tabla 20**

<b>CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 13 BANCOS DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO</b>			
<b>AHORRO - TASAS PASIVAS</b>	<b>Microfinancieras</b>	<b>Bancos</b>	<b>Bancos Digitales</b>
Cajas de ahorro - TEA promedio	n.a.	0.87%	23.00%
Depósitos a plazo fijo - TEA promedio	n.a.	28.2%	38.00%

Las IMFs no tienen autorizado la intermediación financiera, por lo que no aplica en la tabla anterior. Las Fintechs que pueden tomar depósitos son aquellas constituidas como bancos reconocidos como tales por el BCRA; se trata de bancos digitales o neo bancos, entre los que encontramos a Wilobank, Reba, Brubank y Banco Sol. Los bancos digitales ofrecen tasas superiores en diez puntos a la banca tradicional, seguramente en su afán de captar parte del mercado.

### **7.5.3. Servicios ofrecidos - Argentina**

La siguiente tabla es ilustrativa de la muestra de entidades analizadas y resume en porcentajes los productos y servicios ofrecidos. Como se puede observar, los bancos tienen la oferta más completa. Debido a la regulación del BCRA las IMFs solo ofrecen microcrédito y algunas de ellas capacitación. Por otro lado, las Fintechs hoy cuentan con una gama de productos bastante competitiva, gracias a que ya existen bancos digitales que tienen autorizado ofrecer los productos de la banca tradicional, pero además las cuentas virtuales representan una ventaja y un servicio importante que las posiciona mejor respecto a las IMFs.

**Tabla 21**

CUADRO ILUSTRATIVO SOBRE UNA MUESTRA DE 28 ACTORES DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO			
SERVICIOS OFRECIDOS	IMFs	Bancos	Fintech
Cajas de seguridad	0%	100%	0%
Bonos y títulos	0%	100%	0%
Comercio Exterior	0%	80%	0%
Fideicomisos	0%	80%	40%
Capacitación y/o asesoramiento técnico	50%	60%	10%
Crédito	100%	100%	100%
Pago de facturas y servicios prepagos	0%	100%	100%
Transferencias	0%	100%	100%
ATM	0%	100%	100%
Tarjeta de débito prepaga	0%	100%	100%
Tarjeta de crédito	0%	100%	9%
Inversión	0%	100%	27%
Caja de Ahorro o Cuenta Virtual	0%	100%	100%
Plazo fijo	0%	100%	18%
Seguros	28%	100%	0%
Muestra: 7 IMFs, 10 bancos 11 Fintechs			

**Fuente:** elaboración propia.

Nuevamente, el acceso u oferta del producto, no necesariamente asegura su uso.

La siguiente tabla es homóloga de la tabla 17 ya presentada en el análisis de la oferta en Paraguay, pero adaptada a la realidad argentina con variaciones puntuales en el contenido de algunas celdas. La descripción de estándares permite clasificar en 3 grados de dificultad el acceso a productos, servicios, medios de pago, enfoque multi- y omnicanal y cómo es la comunicación de términos y condiciones.

Tabla 22

Descripción de estándares ARGENTINA		Descripción de la calificación A, B y C para la gama de productos ofrecidos, canales de distribución y comunicación de términos y condiciones		
		Calificación A (Favorable para el cliente)	Calificación B (Grado de dificultad razonable)	Calificación C (Desfavorable para el cliente)
<b>Microempresa</b> (hasta 10 empleados, facturación < USD 300 mil anuales).	Dificultad para solicitar un <b>crédito por un monto NO mayor a USD 10 mil</b> , plazo no mayor a 24 meses.	A sola firma, DNI, información básica domiciliaria, acceso aún sin historial crediticio, antecedentes comerciales.	IDEM A + buen historial crediticio, codeudor, antigüedad mínima de 6 meses del negocio, contar con inscripción impositiva.	IDEM B + pago de algún impuesto por al menos 3 períodos, registro o habilitación en algún ente gubernamental, 2 referencias personales. Codeudor
<b>Pymes</b> (mas de 10 empleados, facturación < USD 13 millones anuales).	Dificultad para solicitar un crédito por un monto mayor a <b>USD 10 mil y hasta USD 50 mil</b> , plazo mayor a 24 meses.	A sola firma, DNI, información básica domiciliaria, excelente historial crediticio, codeudor, ultimo balance certificado, pago de algún impuesto por al menos 3 períodos.	IDEM A + ser cliente por la menos 1 año, plan de inversión, listado de productos que vende, registros impositivos y laborales por 6 períodos, impuestos al día, al menos un balance certificado. Importes mínimos de facturación mensual.	IDEM B + ser cliente por al menos 3 años, estatutos, balances contables certificados últimos 3 años, plan de inversión, DDJJ varias, seguros al día, registros varios, garantías hipotecarias o prendarias, garantía hipotecaria o prendaria o codeudor.
<b>Medios de Pago</b>	Dificultad para apertura de <b>cajas o cuentas de ahorro, y cuentas virtuales.</b>	<u>Cuenta Básica o cuenta virtual:</u> DNI argentino sin necesidad de demostrar ingresos. Para el caso de billetera virtual DNI y dispositivo móvil.	DNI, montos mínimos de depósito, edad mínima.	IDEM B + comprobantes de ingresos.
	Dificultad para <b>apertura de cuentas corrientes personas naturales.</b>	Datos personales, Identificación, comprobante de ingresos, realizar depósito.	IDEM A + Manifestación de bienes, Facturas de servicios. Registro de firmas.	IDEM B + referencias , sin antecedentes judiciales, No estar en lista restrictiva (OFAC).
	Dificultad para <b>apertura de cuentas corrientes personas jurídicas</b>	Datos de la empresa, Identificación fiscal, Balance o últimos pagos de IVA.	IDEM A + Ingresos, Egresos, Activos, Pasivos.	IDEM B + Referencias comerciales.
	Facilidad para operar con <b>medios de pago digitales</b>	IDEM B + interoperabilidad con todo el sistema financiero bajo la orbita del banco central.	IDEM C + web y/o APP móvil monedero digital, omnicanal.	Solo tarjetas de débitos o crédito.
<b>Dificultad para hacer un plazo fijo</b>	Datos personales y domiciliarios debidamente acreditados, mayor de 18 años.	IDEM A + Mayor a 20 años, comprobante de ingresos, facturas de servicio básico.	IDEM B + ultimas presentaciones de IVA, justificación de origen de fondos.	
<b>Gama de productos</b>	IDEM B + amplia gama de servicios, plazo fijos, seguros, cajas seguridad, comercio exterior, tarjetas de crédito, fideicomisos, etc.	Ahorro, crédito, inversión e inversión.	Crédito, seguros y capacitación.	
<b>Canales de distribución</b>	IDEM B + APP móviles para realizar operaciones.	IDEM C + web y operaciones online.	Sucursal física y web.	
<b>Grado de dificultad en la comunicación de términos y condiciones</b>	Simple, directo, transparente.	Existe información pero es opaca, extensa o difícil de seguir.	Muy poca información o simplemente no disponible.	

Estandarizados los criterios, se evaluará cada tipo de entidad. La siguiente tabla de categorización clasifica en un verde más intenso (A), verde de intensidad media (B) y un gris claro (C) cada criterio para visualizar fácilmente el mapa de barreras y restricciones que enfrenta el empresario MiPyME argentino.

**Tabla 23**

CATEGORIZACIÓN DE ENTIDADES - ARGENTINA				
Calificación de la gama de productos, canales de distribución y comunicación de cada tipo de entidad				
CALIFICACIÓN		A favorable para el cliente	B dificultad razonable	C desfavorable para el cliente
Descripción de producto o servicio		IMFs	Bancos	Fintech
<b>Microempresa:</b> hasta 10 empleados, facturación < USD 300 mil anuales	Dificultad para solicitar un <b>crédito por un monto NO mayor a USD 10 mil</b> , plazo no mayor a 24 meses	A	B	A
<b>Pymes:</b> (más de 10 empleados, facturación < USD 13 millones anuales)	Dificultad para solicitar un <b>crédito por un monto mayor a USD 10 mil y hasta USD 50 mil</b> , plazo mayor a 24 meses	C	C	B
<b>Métodos de Pago</b>	Dificultad para <b>apertura de cajas o cuentas de ahorro y cuentas virtuales</b>	n.a	A	A
	Dificultad para <b>apertura de cuentas corrientes personas naturales</b>	n.a	A	n.a
	Dificultad para <b>apertura de cuentas corrientes personas jurídicas</b>	n.a	B	n.a
	Facilidad para <b>apartar con medios de pago digitales</b>	n.a	A	A
<b>Dificultad para hacer un plazo fijo</b>	n.a	A	n.a	
<b>Gama de productos</b>		C	A	B
<b>Canales de distribución</b>		C	A	A
<b>Grado de dificultad en la comunicación de términos y condiciones</b>		B	C	C
Nota: por "n.a" se entiende <b>NO APLICA</b> .				

La clasificación anterior no considera tasas de interés y se refiere exclusivamente a la facilidad con la que se puede tener acceso a productos y servicios financieros, en cuanto a requerimientos, canales de distribución y comunicación con el cliente.

Como se puede observar, los bancos están mejor posicionados. Existen factores ya analizados de la concentración del sistema financiero en bancos. Si bien la gran mayoría de Fintech no califica para los productos de ahorro, si lo hacen los bancos digitales analizados como Wilobank, Brubank, y Reba. Por tratarse de excepciones en el universo Fintech la calificación para este segmento es "n.a.". Las casillas con las iniciales "n.a." muestra donde determinadas entidades, principalmente por una cuestión regulatoria, no ofrecen determinado producto o servicio.

## **MICROCRÉDITO** (crédito hasta USD 10.000, plazos no mayores a 24 meses)

- **IMFs – (A):** Requisitos elementales y fáciles de formalizar. Tasas promedio del 38,57%, prácticamente al mismo nivel que los bancos. La oferta de microcréditos de las IMFs es competitiva y accesible. Sin embargo, hablamos de una gama de productos muy limitados, con agentes que operan de manera local.  
Hay una heterogénea variedad de instituciones de microcrédito:
  - o **Subsidiarias o fundaciones de bancos comerciales.** Se encuentran especializadas en microfinanzas. Tienen una estructura administrativa completamente independiente, pero deben reportar a su casa matriz. En este segmento tenemos a Ciudad Microcrédito (Banco Ciudad), Provincia Microcréditos (Banco Provincia) y Fundación Banco de Córdoba (Banco Provincia de Córdoba).
  - o **Organizaciones no gubernamentales o sin fines de lucro.** Realizan actividades comerciales, pero no distribuyen los beneficios. Único propósito: desarrollo social. Financiadas principalmente por donaciones.
  - o **Programas Públicos** de diversos estamentos estatales.
- **Bancos – (B):** Las microfinanzas no son la base de su negocio ni su especialidad. Tradicionalmente, cuentan con una oferta que requiere mayor formalidad por parte del demandante y de mayores requisitos: buen historial crediticio, codeudor, antigüedad del negocio, contar con inscripción impositiva, etc. Sin embargo, algunos como el Banco Ciudad de Buenos Aires o el Banco Provincia de Córdoba han desarrollado entidades como Ciudad Microcréditos y la Fundación Banco de Córdoba respectivamente para la atención de esta sección del mercado. Cabe destacar que ambas entidades son de origen público. Las tasas promedio de los bancos según tarifarios de las entidades relevadas ronda el 37% (ver tabla 19).
- **Fintechs – (A):** Ofrecen microcréditos normalmente orientados al consumo. Son de fácil acceso, requiriéndose documentación personal y antigüedad de algunos meses en el empleo. Las Fintech defienden su esquema de préstamos caros, con tipos de interés que pueden llegar a triplicar la de los bancos -97% promedio-, argumentando que las particularidades de su negocio invalida la comparación con las tasas bancarias; y que atienden a un segmento de la población del cual el sistema financiero tradicional no se ocupa. El 77% de las Fintechs de préstamos cobran a sus clientes un Costo Financiero Total (CFT) que supera, como mínimo, el 150% anual, mientras que más de la mitad percibe un CFT por arriba de 400% anual. Estos datos surgen del relevamiento que el Banco Central de la República Argentina (BCRA) realizó en la primera semana de junio de 2020, sobre una base de consultas a sitios web y aplicaciones móviles. (Banco Central de la República Argentina, 2020).

**CRÉDITO PYME** (crédito superior a USD 10.000 y hasta USD 50.000, plazos mayores a 24 meses).

- **IMFs - (C):** Existen líneas de crédito para PyMEs con requisitos de difícil cumplimiento, llegando en la mayoría de los casos a ser similares a los exigidos por entidades bancarias y requiriendo, según el caso, avales y/o garantías.
- **Bancos – (C):** Cuentan con variadas líneas de crédito. Buena capacidad de análisis de riesgo crediticio pero muy exigente en cuanto a garantías y formalidades. Se requiere antigüedad como cliente en la institución, plan de inversión, listado de productos que comercializa el solicitante, registros impositivos y laborales, impuestos al día, balance certificado, estatutos, etc., Según el caso, garantías hipotecarias o prendarias. Adicionalmente, por disposiciones del BCRA, los créditos son otorgados en función de la facturación declarada oficialmente ante el fisco. Como gran parte de las ventas no se declaran para pagar menos impuestos, es decir se subfactura, los montos promedios ofrecidos son muy inferiores a la capacidad de pago real del empresario PyME. Por lo tanto, los montos ofrecidos no se adecuan a sus necesidades.

Existen también líneas de crédito de la banca pública para el sector sin costos para su tramitación, con tasas blandas, a plazos extendidos, pero por lo general con unas condiciones de acceso muy duras.

- **Fintechs – (B):** Existe poca oferta de créditos por montos superiores a 5 mil dólares y es prácticamente nulo el ofrecimiento de líneas de créditos específico para PyMEs. En este espacio, el jugador más activo es Mercado Crédito, que ofrece una línea para PyMEs que utilizan la plataforma de Mercado Libre para ofrecer sus productos. El registro de ventas en la plataforma facilita la evaluación de riesgo crediticio y permite ofrecer productos a medida.

**MEDIOS DE PAGO** Cajas, cuentas de ahorro y cuentas virtuales en billetera electrónicas

- **IMFs– (n.a.):** La normativa no permite la intermediación financiera de las IMFs y, por lo tanto, no ofrecen ningún producto pasivo.
- **Bancos – (A):** Por ley, los bancos deben brindar la Cuenta Gratuita Universal (CGU)<sup>29</sup>, caja de ahorro institucionalizada para impulsar la inclusión financiera. Sin costos administrativos ni montos mínimos requeridos. Independientemente de esta cuenta universal, se pueden formalizar otras cajas de ahorro en diversas entidades bancarias, siempre con requisitos elementales.
- **Fintechs – (A):** Como ya se aclaró en la introducción de la oferta en Argentina, existen dos tipos de entidades: Los bancos digitales y las PSP. Solo los bancos digitales están regulados por el BCRA y, por lo tanto, pueden ofrecer cajas de ahorro análogas a las de los bancos

tradicionales, sin embargo, la gran mayoría son PSP que trabajan con cuentas virtuales de las billeteras electrónicas que no pagan intereses. Requisitos fáciles: presentación del DNI, foto y un dispositivo móvil.

**CUENTAS CORRIENTES** En Argentina, solo los bancos ofrecen cuentas corrientes a personas naturales y jurídicas:

- **Personas naturales – (A).** La apertura se puede realizar con pocos requisitos. Se ofrecen servicios asociados a la cuenta: chequeras y tarjetas de débito y de crédito. Se puede operar en descubierto, pero con tasas altísimas de hasta un 70% (TEA). Condiciones más duras cuanto mayor son los montos de descubierto demandados. No ofrecen rentabilidad.
- **Personas jurídicas – (B).** Es el tipo de cuenta más habitual para empresas. Permite domiciliar una nómina, asociar tarjetas, realizar transferencias, hacer ingresos y reintegros o domiciliar recibos, librar cheques y operar en descubierto, etc. No ofrecen rentabilidad. Su otorgamiento requiere requisitos como: facturación mínima mensual, depósito inicial, mantenimiento de saldo promedio. Para su formalización se exige escrituras de constitución, estatutos, actas de asamblea, balances y registro de firmas, etc.

### **MEDIOS DE PAGO DIGITALES**

- **IMFs – (C).** No pueden ofrecer medios de pagos digitales, salvo aquellas IMFs que son subsidiarias de bancos. Es un caso especial donde la IMF es una promotora de los servicios del banco, pero no es operadora, por lo tanto, no aplica (“n.a”).
- **Bancos – (A).** Poseen banca digital y permiten operar mediante la web para la realización de las más variadas funciones, desde consulta de saldo a transferencias, domiciliación de nóminas, billeteras digitales, etc. También tienen aplicaciones móviles. Ofrecen medios de cobro para comercios con sistema POS, código QR y son omnicanal.
- **Fintechs – (A).** Webs y aplicaciones muy operativas. Gran facilidad de acceso mediante aplicaciones para teléfonos celulares. Los pagos QR implementados recientemente constituyen un sistema único interoperable para cuentas bancarias y billeteras electrónicas.

### **PLAZOS FIJOS**

- **IMFs – (n.a.).** No aplica esta operatoria por normativa del BCRA.
- **Bancos – (A).** Requisitos: Mayoría de edad, comprobante de ingresos y factura de algún servicio. Los depósitos bancarios cuentan con garantías del BCRA. TEA promedio de 28,2%, casi 10 puntos menos que la tasa ofrecida por los bancos Fintechs con más necesidad de captar clientes.

Están garantizados para las entidades que participan del Seguro de Garantía de los Depósitos, hasta un monto determinado (actualmente 1.000.000 de pesos) por certificado, sin importar el número de titulares.

Quedan excluidos los depósitos a la vista en los que se convengan tasas de interés superiores a las de referencia y los depósitos e inversiones a plazo que superen 1,3 veces esa tasa, o la tasa de referencia más 5 puntos porcentuales (la mayor de ambas).

- **Fintechs – (n.a.).** Las PSP no pueden ofrecer plazos fijos por no ser intermediarios financieros autorizados por el BCRA, salvo las constituidas formalmente como banco. Los bancos digitales tienen tasas competitivas de hasta 10 puntos porcentuales superiores a la de la banca tradicional (tasas promedio del 38% anual).

### **GAMA DE PRODUCTOS** (Ver tabla 21)

- **IMFs – (C).** Las IMFs tienen una gama de productos muy limitada por la normativa. Solamente pueden ofrecer créditos, seguros y capacitación. Productos activos con marcada orientación al microcrédito. No pueden ofrecer cajas de ahorro ni depósitos a plazo.
- **Bancos - (A).** Gran variedad de productos activos y pasivos. Para el sector MiPyME los productos incluyen también seguros, leasing, plazo fijo, cajas de ahorro, cuentas corrientes e inversión en sus diversas formas y comercio exterior. Atienden al sector más formal de la economía.
- **Fintechs - (B).** Gama media, muy orientados a la operatoria de transferencias y pago de servicios mediante billetera electrónica. En rápido crecimiento, dan acceso a fondos de inversión o utilidades mediante la colocación en créditos para terceros dentro de la misma plataforma. Otorgan tarjetas de débito y de crédito, acceso a ATM, trabajan en sistemas de cobro para comercios y las entidades constituidas como banco digital, plazos fijos y seguros.

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

- **IMFs – (C).** Según el mapeo de Instituciones de Microfinanzas de Argentina 2019, desarrollado por La Comisión Nacional de Microcrédito (CONAMI), el Fondo Nacional de Capital Social (FONCAP) y Red Argentina de Instituciones de Microcrédito (RADIM) mediante la evaluación de una muestra compuesta por 45 instituciones de microfinanzas y 158 programas de microcrédito, las instituciones están distribuidas geográficamente en todo el país, representando a las 23 provincias argentinas y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El 44,2% de las instituciones trabaja en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y la provincia de Buenos Aires, el 21,2% en el Noroeste Argentino (NOA) y el 34,6% restante se distribuye en el resto del territorio nacional. Considerando su naturaleza

jurídica, el 90,2% de las instituciones son asociaciones sin fines de lucro (ASFL) mientras que el 5,9% son sociedades comerciales no bancarias (SCNB) y el 3,9% pertenecen a la banca pública (CONAMI, s.f.).

No obstante, la gran extensión territorial y la poca actualización tecnológica hacen difícil el acceso a su oferta. No cuentan con enfoque multicanal. Operan de un modo tradicional y muchas dependen de la evaluación del solicitante en forma individual, centrando el análisis en la capacidad y/o voluntad de pago, lo cual deriva en muchos casos en lentitud y poco alcance.

- **Bancos - (A).** Las entidades se han adaptado al nuevo marco tecnológico y desarrollado, herramientas actuales y dinámicas para el trato con sus clientes. Mucha de su operatoria puede resolverse hoy mediante el uso de la banca digital y aplicaciones móviles. En lo que respecta a la banca móvil, 33 bancos argentinos han lanzado recientemente una única billetera electrónica llamada MODO. Las características principales de las operatorias móviles bancarias son:
  - o **Banca móvil y billeteras electrónicas.** Proveen una aplicación gratuita para dispositivos móviles para operar su cuenta bancaria. Los usuarios pueden hacer transferencias, pagar servicios, consultar saldos y hacer inversiones 24/7. A diferencia de la Banca Móvil, las billeteras electrónicas permiten registrar más de una tarjeta de débito y/o de crédito.
  - o **Alias CBU.** Permite al cliente asignarle un alias o sobrenombre a cada una de las Claves Bancarias Uniformes (CBU) que posea en un banco. El alias es único para cada cuenta y/o CBU e irreplicable para todo el sistema financiero.
  - o **CVU.** Las Claves Virtuales Uniformes (CVU) identifican las cuentas virtuales de los clientes de los Proveedores de Servicio de Pago (PSP), tales como oferentes de billeteras electrónicas, tarjetas, prepagas, entre otros. Su implementación brinda mayor interoperabilidad e inclusión, ya que aquellas personas que no tienen una cuenta bancaria, pero sí son clientes de un PSP (por ejemplo, una tarjeta prepaga) podrán recibir o hacer pagos electrónicos desde/a personas con cuenta bancaria.
  - o **Código QR.** Es un código de respuesta rápida. El BCRA dispuso que para pagos con código QR se deberán respetar ciertas especificaciones técnicas con el objetivo de lograr interoperabilidad entre todos los participantes (comercios y usuarios con billeteras).
  - o **DEBIN.** El Débito Inmediato es una herramienta de pago con transferencia inmediata, la cual se inicia a través de una solicitud de pago, y debita fondos de las cuentas bancarias de los clientes que aceptan esa solicitud.
- **Fintechs – (A).** Las PSP ofrecen fundamentalmente billeteras digitales con aplicaciones móviles, y características de interoperabilidad y omnicanalidad, ya que pueden operar con cuentas bancarias, POS, y asociarles tarjetas de débito y crédito. Al mismo tiempo, las condiciones de acceso blandas de sus productos y servicios dotan a estas empresas de

un dinamismo único en el mercado. Ello explica su explosivo desarrollo y hace más que probable que continúen con su vertiginoso ascenso en el futuro inmediato, cubriendo la demanda de sectores no bancarizados y, por otra parte, disputando a las entidades bancarias una parte del negocio. Las PSP también están incluidas en la normativa “Transformación 3.0” que estandariza los códigos QR para pagos con billeteras digitales.

## **SIMPLICIDAD EN LA COMUNICACIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES**

- **IMFs – (B).** En general, la comunicación de las condiciones puede variar dependiendo de la entidad. Algunas brindan mucha información específica relativa al producto e incluyen tasas y condiciones. Por el contrario, otras entidades no publican nada, solicitando que el cliente se ponga en contacto mediante un formulario.
- **Bancos – (C).** Habitualmente publican la oferta de todos sus productos en la web institucional; sin embargo, hay que recurrir a los tarifarios para poder identificar costos, cobros y comisiones. La información ofrecida es la que por ley están obligados a transmitir. No hay una comunicación clara por productos y el usuario debe interpretar la letra chica de todas las políticas de productos.
- **Fintechs – (C).** Muchas veces se dificulta el acceso a información básica sobre los costos y las tasas, lo que ha generado quejas de los usuarios. Las empresas utilizan criterios diversos para informar los costos de las financiaciones, lo que evidencia la falta de regulación. En algunos casos, se informan tasas de interés nominales anuales y/o mensuales, en otros los Costos Financieros Totales (CFT) se informan en términos nominales en lugar de efectivos. En casos, se encuentran mal informados los CFT (dado que no coincidían con el CFT del ejemplo o simulador de cuotas) o bien se informa el valor de las cuotas, pero no el del CFT. Falta transparencia en este sentido.

### **7.5.4. Argentina – Conclusiones de la oferta**

En Argentina se puede observar un sector muy activo en materia de oferta financiera donde confluyen la banca tradicional, entidades microfinancieras de raigambre poco profunda y nuevos actores como las Fintechs que vienen asentando las bases de un nuevo modelo inclusivo, pero caro de momento. Las cooperativas y cajas de ahorro que llegaron a ser casi mil en los años 60’ fueron desapareciendo con una regulación que las omitió y obstaculizó su desarrollo, principalmente en los años de las últimas dictaduras.

Los tiempos han cambiado y en línea con las estrategias sostenibles 2030 de Naciones Unidas, Argentina elaboró de manera tardía la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Esta estrategia se está apalancando con la nueva generación de Fintechs que facilitan el acceso a productos financieros.

En este contexto estamos viendo la generación de un nuevo consumidor financiero que exige soluciones web y principalmente móviles, fáciles, seguras y rápidas de operar. La adecuación técnica de los bancos y la aparición de las Fintechs, con una gama de productos cada vez más amplia, viene a aportar este tipo de soluciones. Apreciamos aquí además la aparición de los bancos Fintechs, como Wilobank, Brubank, Reba y Banco Sol que ofrecen toda la gama de productos bancarios minoristas.

Seguramente, el eslabón más débil en esta cadena de agentes financieros lo representan las IMFs. Como hemos mencionado precedentemente, su forma de operar de manera local y con métodos de evaluación del solicitante que requieren un análisis personalizado puede que llegue a confinarlos a un tipo de negocio cada vez más encorsetado y que les reste competitividad. Por lo pronto, la disponibilidad de medios y de recursos humanos y tecnológicos es abrumadoramente superior por parte de los demás agentes del sistema. A pesar de todo, se trata de entidades que atienden sectores específicos, con un nicho de mercado que probablemente sean capaces de conservar en la próxima década, pero que lentamente verán mermada sus participaciones de mercado e ingresos por ofertas mucho más competitivas de los bancos y las Fintechs.

El mapa de servicios ofrecidos por IMFs, bancos y Fintechs y su calificación demuestra que al empresario MiPyME le será difícil atarse a un solo tipo de oferente para satisfacer sus necesidades de financiamiento. La determinación puntual de circunstancias y condiciones en cada momento será un elemento clave a la hora de plantearse el acceso al crédito, atendiendo a factores tales como la oferta, sus condiciones y costo, puntos de atención y canales de distribución.

A este análisis se debe sumar la difícil situación macroeconómica actual y proyectada que tendrá un alto impacto en la oferta de productos de ahorro y crédito. Existen 7 datos sobre la situación socioeconómica de Argentina que deben ser interrelacionados y considerados para dimensionar adecuadamente el mercado potencial del microcrédito, pero principalmente el crédito PyMEs:

1. El índice de pobreza del 44%<sup>30</sup> que se estima llegará fácilmente al 55% con la pandemia.
2. Nivel de desempleo del 13%<sup>31</sup> según los últimos datos del INDEC, pero el desempleo real se estima que supera el 20%<sup>32</sup>.
3. Participación del crédito en el PBI del 16%, quizás de los más bajos de Latinoamérica. De este porcentaje, la mitad es financiamiento al consumo.
4. Concentración de la oferta del crédito por debajo de los U\$D 3.000
5. Índices de inflación superiores al 30% que se estima casi del 50% para el 2021<sup>33</sup>.

---

30 <https://www.lanacion.com.ar/economia/crisis-social-seis-cada-diez-chicos-son-nid2529025>

31 [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado\\_trabajo\\_eph\\_2trim20929E519161.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_2trim20929E519161.pdf)

32 <https://www.wsj.com/articles/a-new-way-to-lend-to-the-poor-1467220873>

33 <https://www.lanacion.com.ar/economia/para-2021-mercado-proyecta-475-inflacion-nid2475121>

6. Alta presión fiscal y medidas políticas anti-mercado que desalientan la inversión e incluso alientan la desinversión<sup>34</sup>. Actualmente, el nivel de inversión solo alcanza para mantener el nivel de deterioro natural del capital fijo de las empresas.
7. El argentino y sus empresas ahorran en moneda extranjera.

Todo lo anterior nos lleva a pensar que el sistema financiero no está funcionando como intermediario y canalizador de ahorros hacia actividades productivas. Los ahorros se sacan del sistema, lo que impide su intermediación. Además, las tasas de interés son prohibitivas y alientan el autofinanciamiento o directamente la no inversión.

Si se analiza específicamente la oferta crediticia, se puede afirmar que la misma está concentrada en los bancos con productos que no necesariamente se ajustan a las necesidades de los potenciales prestatarios. Existen varias hipótesis que el consultor considera como potenciales causas de la baja demanda de productos, además de la situación macroeconómica; a continuación, alguna de ellas:

1. El crédito hipotecario es prácticamente inexistente; se necesitan 27 años de salario para comprar un apartamento de 60 m<sup>2</sup>, si es que se destina cien por ciento de este al pago de la cuota<sup>35</sup>.
2. Productos no adaptados a las necesidades del empresario argentino.
3. Existencia de fuentes de financiamiento alternativas, formales e informales, que permiten fondear a los microempresarios con rapidez y eficacia hasta montos promedios de USD 2000, factores estos que compensan sobradamente la mayor tasa de interés de dichas alternativas. Hasta montos no superiores a los USD 3000 compiten por los mismos clientes los bancos, IMFs, financieras de consumo, cadenas de electrodomésticos, mutuales, y prestamistas informales.
4. Los empresarios MiPyME que demandan montos mayores a USD 3.000 y menores a USD 50.000 cuentan con menos fuentes y oportunidades de financiamiento si se toma su capacidad de endeudamiento en términos relativos. La subfacturación, producto de la presión fiscal, no brinda la información fidedigna a las entidades financieras que utiliza información impositiva relacionada con ventas para determinar flujos de caja. Existe un desfinanciamiento notable del sector PyMEs, con montos promedio que se estiman puede alcanzar los USD15.000.
5. Consecuentemente con el punto anterior, la regulación actual fomenta la informalidad, premia el crédito rápido y de consumo y castiga el crédito productivo.

Se estima que algunas de estos factores pueden ser las causas de la baja intensidad de la demanda, y por este motivo deberían validarse y servir como preguntas de investigación de un estudio de

34 <https://www.infobae.com/economia/2020/09/08/argentina-sigue-cayendo-en-el-ranking-global-de-los-paises-atractivos-para-captar-inversiones/>

35 <https://www.lanacion.com.ar/economia/propiedades-se-necesitan-27-anos-salario-comprar-nid2510694>

mercado más profundo. Seguramente uno de los resultados más importantes de dicho estudio sería definir el verdadero perfil del empresario MiPyME argentino. Otra de los desafíos sería dimensionar adecuadamente el potencial de mercado de los sectores que indiquen menor nivel de financiamiento.

Una vez que se contesten dichas preguntas, se contará con información confiable para poder continuar con el proceso de planificación estratégica del programa de inclusión financiera.

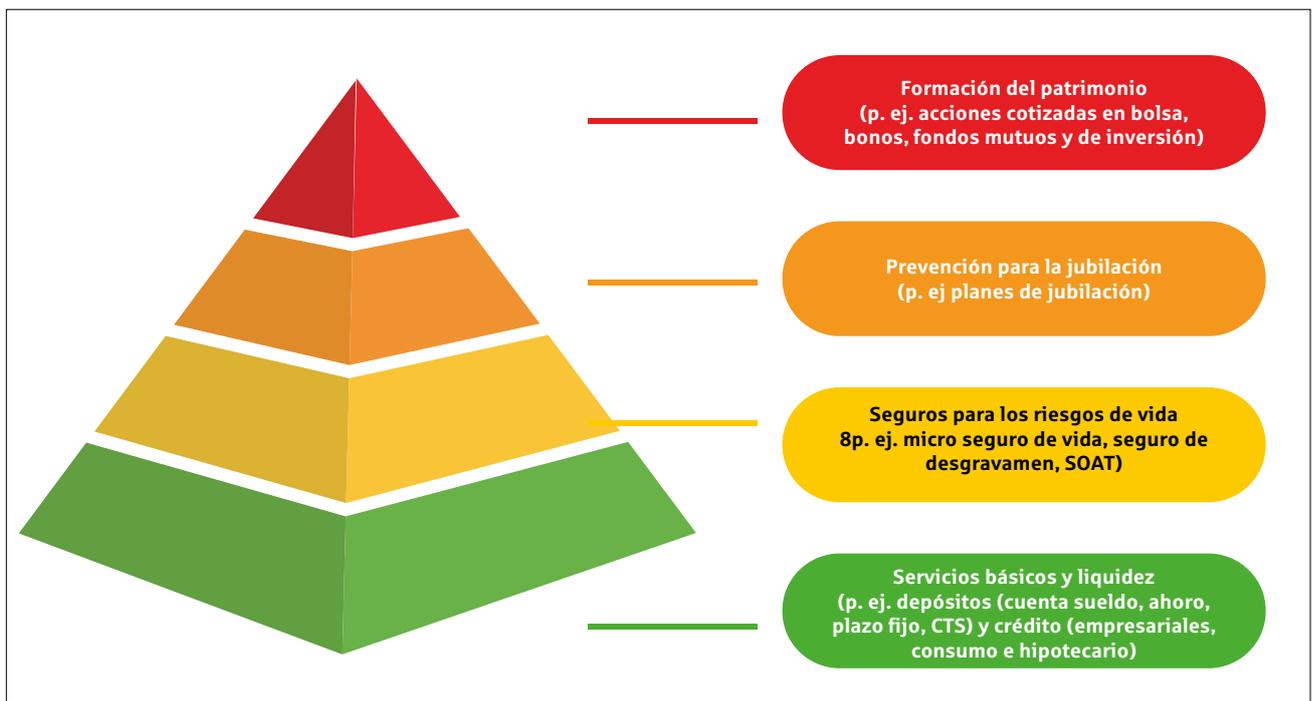
## 8. Mejores prácticas

### 8.1. El concepto de Asesoría integral de las Sparkassen<sup>36</sup>

#### 8.1.1. Definición

Se trata de una metodología de asesoramiento desarrollada e implementada exitosamente por las Cajas de Ahorros en Alemania para mejorar la atención al cliente. Hasta la fecha, todas de las 385 cajas alemanas aplican esta metodología. Para visualizar el concepto y también la amplitud de la vida financiera de una persona, se desarrolló una pirámide con diferentes niveles. Cada nivel representa una categoría concreta de ciertas necesidades financieras que un cliente puede tener. La pirámide más oportuna para dar una primera idea del concepto es la pirámide para personas naturales con ingresos bajos/ medianos con cuatro niveles.

**Figura 9**



La cantidad de los niveles de cada pirámide, en total existen cuatro pirámides, depende de los segmentos de clientes en el mercado. El concepto actual conoce cuatro segmentos de clientes: (1) Personas naturales con ingresos bajos/ medianos, (2) Personas naturales con ingresos altos,

(3) Personas jurídicas como MyPES y (4) Personas jurídicas como medianas y grandes empresas. Dependiendo de las necesidades de estos segmentos de clientes, los niveles varían entre cuatro y seis niveles. En el caso de las personas naturales con ingresos altos se añade un nivel relacionado con la optimización del patrimonio. Para las personas jurídicas (tanto MyPES como empresas medianas y grandes), se agrega, por ejemplo, el nivel de financiamiento.

Asimismo, el concepto también realiza una clasificación en las diferentes etapas de la vida para los segmentos de clientes de personas naturales con ingresos bajos/ medianos y personas naturales con ingresos altos. Dentro de los segmentos de clientes de personas jurídicas como MYPES y personas jurídicas como medianas y grandes empresas existe una categorización según los distintos sectores económicos. La idea detrás de eso es que la necesidad financiera de un cliente no solo depende del segmento al que pertenece, sino también a la etapa de vida en la que se encuentre y su estado civil en el caso de personas naturales, así como en el caso de clientes empresariales del sector económico en que están operando.



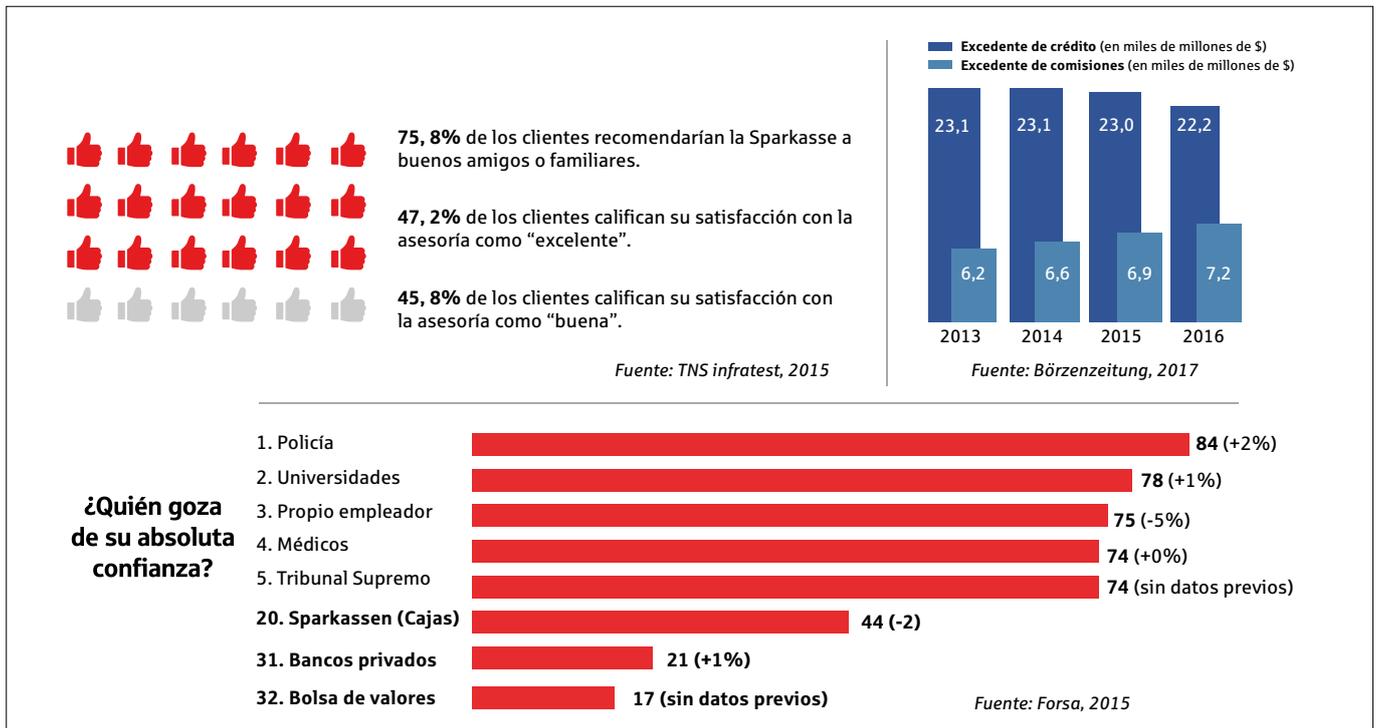
## 8.1.2. Beneficios probados por las cajas alemanas

Se desarrolló e implementó el Concepto Financiero Sparkassen para lograr los siguientes objetivos principales:

- Fomentar las ventas cruzadas.
- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Aumentar la fidelidad de los clientes.

Diversos estudios del mercado muestran el fuerte posicionamiento de las cajas en Alemania. El concepto se ha aprobado en las cajas en Alemania y los resultados de las asesorías son notables por su alta calidad.

Figura 10



Un total de 93% de los clientes de Cajas de Ahorro y Crédito en Alemania la valúan con un muy buen o buen resultado. Obviamente, las Cajas de Ahorro en Alemania disfruten mucha más confianza que los bancos privados. Además, en los últimos años, se logró un crecimiento constante en cuanto a los excedentes de comisiones debido a un aumento de las ventas cruzadas.

### 8.1.3. Proceso de una asesoría

Lo que proporciona el concepto es cierta estructura para llevar a cabo una asesoría según una metodología estandarizada, de esta manera levantando más información acerca del entorno familiar del cliente y sus deseos y planes a futuro. Así, conociendo mejor al cliente, se ofrece un paquete de productos hecho a su medida, quiere decir, un paquete de productos realmente ayudando al cliente cumplir sus deseos y planes a futuro. Eso ayuda no solo a fomentar las ventas cruzadas, sino también a aumentar la satisfacción y lealtad por parte de los clientes.

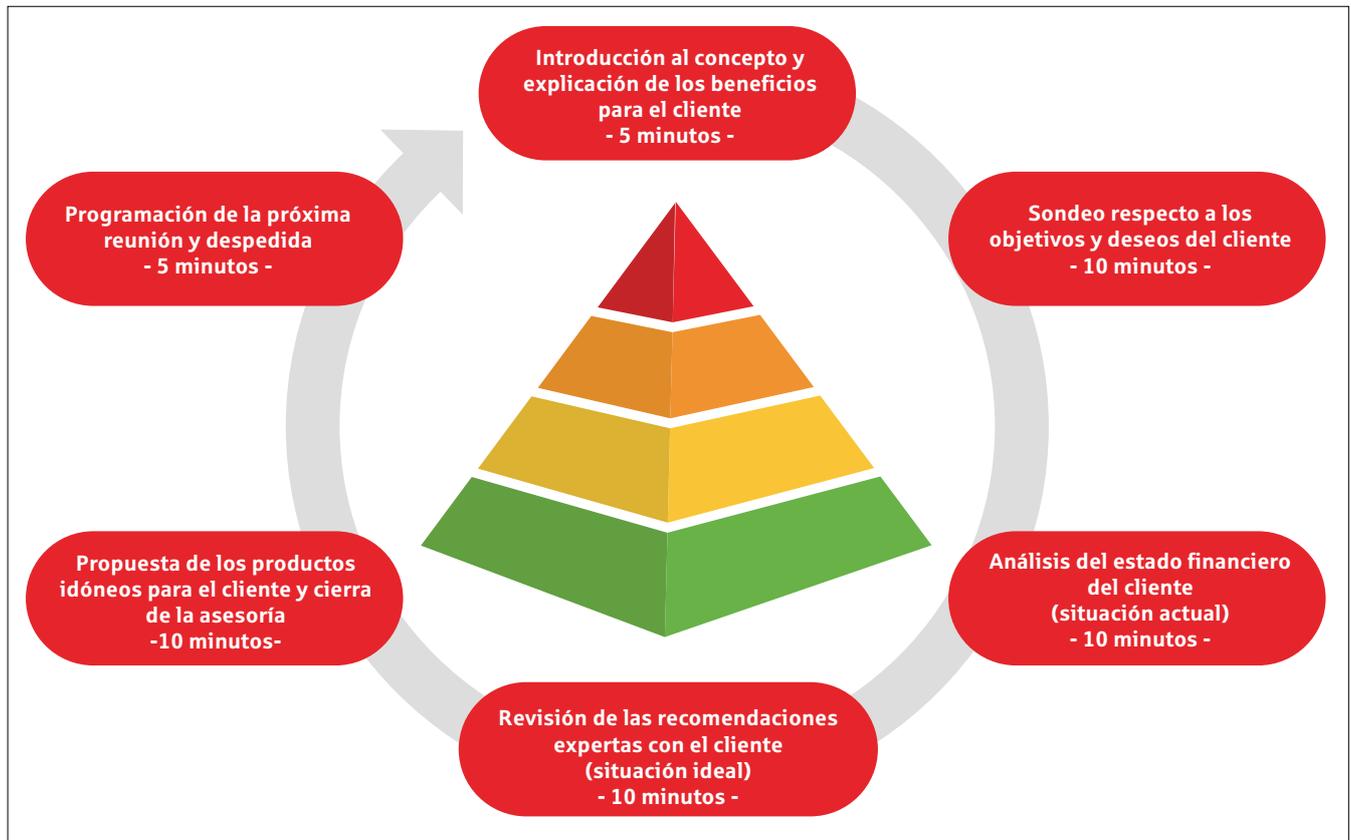
En primer lugar, el asesor financiero brinda una introducción al concepto y explica los beneficios de este al cliente (normalmente utilizando la pirámide para visualizar porque es importante contar con productos y servicios en todos los niveles). Después, se recopila y actualiza cierta información acerca de los datos personales del cliente y se pregunta por los deseos y planes del cliente, anotando los resultados en un formulario llamado Línea de Tiempo.

A continuación, se analiza el estado financiero del cliente en cada nivel de la pirámide, es decir, dentro de las diferentes categorías de sus necesidades financieras con un formulario que se llama Chequeo Financiero.

En cada nivel, se revisa ciertas posibilidades de productos que ayudan al cliente cumplir sus deseos y planes a futuro para ver si ya dispone de dichos productos y en que institución los tiene. Después, se revisan ciertas recomendaciones expertas para que el asesor financiero tome en consideración todas las posibilidades que tiene con el cliente.

Las recomendaciones están documentadas en un catálogo, el cual está hecho por un grupo de expertos independientes. A continuación, y con base en toda la información recopilada anteriormente, el asesor financiero propone los productos idóneos al cliente, teniendo en cuenta tanto los deseos y planes individuales del cliente como las recomendaciones del catálogo. Lo ideal sería, que al final del proceso, el cliente tenga todos los productos que necesite y que esté preparado para cualquier evento que le pueda ocurrir en cuanto a sus finanzas, así como sus deseos y planes a futuro. Al final, se acuerda una fecha prudente para la próxima reunión si quedan temas no tratados y se despide cordialmente.

Cabe destacar que se maneja todo el proceso de manera digital. Realizando la asesoría de esta manera, el asesor financiero reconoce la necesidad de acción y las oportunidades que tiene con el cliente. Se logra brindar una asesoría que el cliente percibe como un servicio muy individualizado, pero al mismo tiempo es una herramienta sumamente estandarizada para la institución.

**Figura 11**

### Explicación detallada de los productos en los niveles de la pirámide.

#### Nivel 1 – Servicios básicos y liquidez

Dentro de esta categoría se encuentran todos los productos y servicios básicos que permiten ejecutar pagos, depósitos u otras transacciones básicas, así como ayudan a mejorar el manejo de la liquidez del cliente. Ejemplos de productos:

- “Girokonto” – cuenta corriente
- “Sparbuch” – cuenta de ahorro
- “Dispositionscredit” – línea de crédito
- “Privatkredit” – crédito de consumo
- “Kreditkarte” – tarjeta de crédito
- “Online Banking / Mobile Banking” – banca en línea

## **Nivel 2 – Seguros para los riesgos de la vida**

Dentro de esta categoría se encuentran todas Las empresas de seguro que permiten asegurar los deseos y planes del cliente. Ejemplos son:

- “Berufsunfähigkeit” – seguro de desempleo
- “Unfallversicherung” – seguro de accidentes
- “Risikolebensversicherung / Sterbegeld” – seguro de desgravamen
- “Pflegeversicherung” – seguro para casos de invalidez
- „Kranken-/Krankenzusatzversicherung” – Seguro para estadías en hospitales
- “Haftpflichtversicherung” – seguro de responsabilidad civil
- “Hausratversicherung” – seguro de hogar
- “Rechtsschutzversicherung” – seguro de protección jurídica
- “Kfz-Versicherung” – seguro vehicular

## **Nivel 3 – Prevención para la jubilación**

Esta categoría contiene todos los productos que permiten prepararse para la tercera edad, como, por ejemplo:

- “Betriebliche Altersvorsorge” – pensión pagada por la empresa
- “Private Altersvorsorge / Riester” – jubilación privada (con subvención del estado)
- “Kapital LV/ private Rentenversicherung” – seguro de vida con devolución parcial
- “Bausparen” – producto de ahorro para conseguir un inmueble

## **Nivel 4 – Formación de patrimonio**

En esta categoría se concentra en la creación del patrimonio para el cliente. Se compara con los deseos y necesidades para definir metas y una estrategia de cómo aumentar el patrimonio. La estrategia viene con recomendaciones de posibles acciones a realizar y ayuda al cliente a mantener una perspectiva de su patrimonio.

- “Sparkassenbrief” – plazo fijo.
- “Zielsparen” – ahorro para un fin determinado (a largo plazo).
- “Aktien” – acciones cotizadas en la bolsa.
- “Anleihen” – bonos.
- “Fonds” – fondos mutuos.
- “Fondssparplan” – fondos mutuos con plan de ahorro integrado.

## 8.1.4. Implementación del concepto en El Salvador y Perú

El Concepto Financiero Sparkassen de Alemania y tiene relevancia para algunos proyectos desarrollados de la Sparkassenstiftung Alemana en los últimos años. Su metodología con un enfoque amplio holístico fue adoptada entre otro en El Salvador, Panamá y Perú, donde se realizaron los primeros procesos de pilotaje en América Latina.

Durante un taller en Panamá en junio de 2019, representantes de la Sparkassenstiftung Alemana revisaron las experiencias y lecciones aprendidas en los tres países, y formularon propuesta de guía de buenas prácticas en la implementación piloto del Concepto Financiero Sparkassen. Dicha guía es un resultado intermedio, pues se espera que nuevas experiencias, lecciones aprendidas y buenas prácticas se incorporen sistemáticamente.

Para una implementación exitosa se propone los seis pasos principales:

### Sensibilización del sector

<b>Objetivo</b>	Generar interés en una contraparte (institución financiera).
<b>Actividades</b>	Dar a conocer el concepto, compartir experiencias, reconocer el contexto legal del país (análisis y reuniones).
<b>Tiempo</b>	1 – 6 meses
<b>Hito principal (no continuar con el proceso si el hito no se logró)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por lo menos una contraparte interesada en implementar el Concepto Financiero Sparkassen.</li> </ul>

### Diagnóstico – preselección

<b>Objetivo</b>	Determinar si la contraparte interesada cuenta con los elementos mínimos necesarios para la implementación del Concepto Financiero Sparkassen.
<b>Actividades</b>	Análisis-diagnóstico, reunión-taller.
<b>Tiempo</b>	1 – 4 meses
<b>Hitos principales (no continuar con el proceso si el hito no se logró)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de factibilidad favorable (elementos esenciales y deseables)</li> <li>• Diagnóstico integral de la institución</li> <li>• La reconfirmación del interés y la voluntad de la contraparte para adaptar el concepto y el material de acuerdo con sus necesidades.</li> </ul>

## Adaptación del Concepto Financiero Sparkassen

<b>Objetivo</b>	Adaptar el Concepto Financiero Sparkassen (el modelo de la pirámide, los productos, los procesos de atención al cliente, el sistema de incentivos, entre otros) a las necesidades y posibilidades de la institución.
<b>Actividades</b>	Análisis-diagnóstico, reunión-taller.
<b>Tiempo</b>	3 – 6 meses
<b>Hitos principales (no continuar con el proceso si los hitos no se logran)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo por parte de la contraparte.</li> <li>• Establecimiento de un comité técnico.</li> <li>• Materiales adaptados y listos para su uso.</li> <li>• Acordar con la institución contraparte expectativas e indicadores (cualitativos y cuantitativos) para la medición de impacto</li> <li>• La reconfirmación del interés y la voluntad de la contraparte para implementar el piloto</li> </ul>

## Implementación del piloto

<b>Objetivo</b>	Detectar áreas en las cuales la aplicación del Concepto Financiero Sparkassen (CFS) es posible y las áreas en las cuales existen limitantes, con el fin de adaptar más el concepto al contexto de la contraparte.
<b>Actividades</b>	Capacitación, acompañamiento en la implementación, coaching o tutoría (el monitoreo es en paralelo; ver siguiente capítulo).
<b>Tiempo</b>	3 – 4 meses
<b>Hitos principales (no continuar con el proceso si el hito no se logró)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesores capacitados que comiencen a implementar el CFS en sus actividades de asesoría y venta.</li> <li>• Coaches formados para realizar evaluaciones y retroalimentaciones a los asesores.</li> <li>• Continúa revisión y evaluación de los resultados, en atención a los indicadores establecidos para la medición de impacto.</li> </ul>

## Medición de impacto

<b>Objetivo</b>	Mostrar los efectos de la implementación del piloto del Concepto Financiero Sparkassen, como elemento crítico para la toma de decisión de la institución contraparte.
<b>Actividades</b>	Establecer un sistema de monitoreo y evaluación, recaudar y analizar información ( <u>de forma paralela a la implementación del piloto</u> ).
<b>Tiempo</b>	Duración del piloto, más 1 mes para la elaboración del informe final.

<b>Hitos principales</b> (no continuar con el proceso si el hito no se logró)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar a profundidad los resultados de las expectativas e indicadores (cualitativos y cuantitativos).</li> <li>Realización de comités de monitoreo.</li> <li>Informe final del monitoreo y la evaluación.</li> </ul>
--	---

## Cierre del piloto

<b>Objetivo</b>	Evaluar críticamente los pros y contras de los resultados obtenidos durante el piloto y obtener un resumen de las lecciones aprendidas.
<b>Actividades</b>	Preparar datos e información del monitoreo y evaluación.
<b>Tiempo</b>	1 – 5 días (preparación, implementación y minuta del taller)
<b>Hitos principales</b> (no continuar con el proceso si el hito no se logró)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación crítica del piloto.</li> <li>Acuerdos sobre adaptaciones necesarias.</li> <li>En caso de que la decisión sea positiva, esbozar un plan de masificación (TdR y plan de trabajo).</li> </ul>

Una vez cumplido los seis pasos principales se pueda efectuar el “roll-out” (masificación) del concepto financiero Sparkassen en el país elegido. Para ello se debe perfeccionar la adaptación del concepto para la institución contraparte de manera sostenible e introducirlo en todas las sucursales.

El Concepto Financiero Sparkassen genera un escenario de “ganar-ganar” entre las contrapartes de los proyectos, su clientela y la Sparkassenstiftung Alemana, pues no solo provoca una mayor educación financiera, sino que también mejora la satisfacción de la clientela de instituciones microfinancieras. Para las instituciones financieras, se trata de adoptar una visión a largo plazo y consolidar una amplia gama de productos y servicios idóneos, lo que repercutirá en una clientela rentable y leal a las instituciones.

El Concepto Financiero se está implementando en El Salvador (en tres instituciones afiliadas a FEDECRÉDITO), en Panamá con la Caja de Ahorros y Perú con Caja Sullana, Caja Ica, Caja Huancayo y Caja Arequipa, a través de los proyectos regionales de Centro y Sudamérica. Ya se han llevado a cabo una serie de pruebas piloto en dichos países, que arrojaron resultados positivos en los aspectos de: a) la satisfacción de la clientela y b) el aumento de las ventas cruzadas. En específico, en Perú se registró un nivel promedio de satisfacción de la clientela de 84% y el número de productos por cliente recurrente se incrementó del 1 producto a 3 productos vigentes. Se espera poder ampliar el concepto a más instituciones financieras para impactar de manera positiva en la vida de más personas en Latinoamérica.

## 8.2. Otras instituciones

### 8.2.1. Casos de éxito

**Garantí Bank – Segmentación y productos a medida:** se trata del segundo mayor banco privado de Turquía, un banco orientado al desarrollo y enfocado en el segmento PYMES. Su estrategia tiene tres ejes: (i) Segmentar, (ii) Crear productos a medida para cada segmento y (iii) generar contactos y vínculos con la comunidad de negocios para los clientes PyMES.

El banco Garanti identificó que las necesidades de financiación de las pequeñas empresas no justifican hacer productos a medida que se suelen ofrecer a las grandes empresas. Sin embargo, si necesitan productos hechos a medidas para el segmento al que pertenecen. Es así, que el banco inició un proceso de segmentación y subsegmentación con una gama de 20 paquetes de productos específicos para atenderlos. Para la segmentación se utilizó criterios de sectores industriales, de género y la relación riesgo-rentabilidad de cada segmento.

Tabla 24

Segmento	Propuesta de valor	Créditos	Servicios
<b>Mujeres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la capacidad de producción de la empresa o su servicio</li> <li>• Una nuevo packaging para mujeres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamo para mujeres empresarias</li> <li>• Préstamo de locales comerciales</li> <li>• Préstamo para vehículos</li> <li>• Préstamo libre disponibilidad</li> <li>• Préstamo para la financiación de proyectos de PYMES</li> </ul>	Cuentas corriente, giro al descubierto, POS, tarjetas de crédito, servicios de comercio exterior, planes de retiro para los empleados PYMES, factoring, crédito con garantías
<b>Turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de caja flexible o cambio de divisas para agencias proveedores cafés y restaurants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamo de apoyo al turismo</li> <li>• Préstamo de locales comerciales</li> <li>• Préstamo para vehículos comerciales</li> <li>• Sistema de gestión de combustible</li> </ul>	Cuentas corriente, giro en descubierto, POS, tarjetas de crédito, créditos con garantías
<b>Manufactura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo para aquellas empresas que quieren crecer y exportar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamo para maquinaria</li> <li>• Préstamos en efectivo</li> <li>• Préstamo para la participación en la Expo</li> <li>• Préstamo para la adquisición de certificados</li> <li>• Préstamo de locales comerciales</li> <li>• Préstamo de apoyo a las PYMES</li> </ul>	Cuentas corriente, Giro al descubierto, POS, tarjetas de crédito, servicios de comercio exterior, planes de retiro para los empleados PYMES, seguros para exportaciones
<b>Agricultura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento de capital de trabajo y equipamiento con cuotas adaptadas a las cosechas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamo para tractor y cosechadora</li> <li>• Préstamo de producción de corto plazo</li> <li>• Prestamos de mediano y largo plazo</li> <li>• Préstamos para invernaderos</li> <li>• Prestamos para almacén de depósito</li> </ul>	Tarjetas de crédito, seguros agropecuarios, planes de retiro para agricultores, servicio de cobro de impuestos
<b>Comercio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestamos con tasas de descuentos</li> <li>• Satisfacer las necesidades financieras de los clientes, así como los cobros y pagos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamo de apoyo a los comerciantes</li> <li>• Préstamo vía POS</li> <li>• Préstamo para vehículos comerciales</li> </ul>	Cuenta corriente, Seguro Pyme, cobro de impuestos

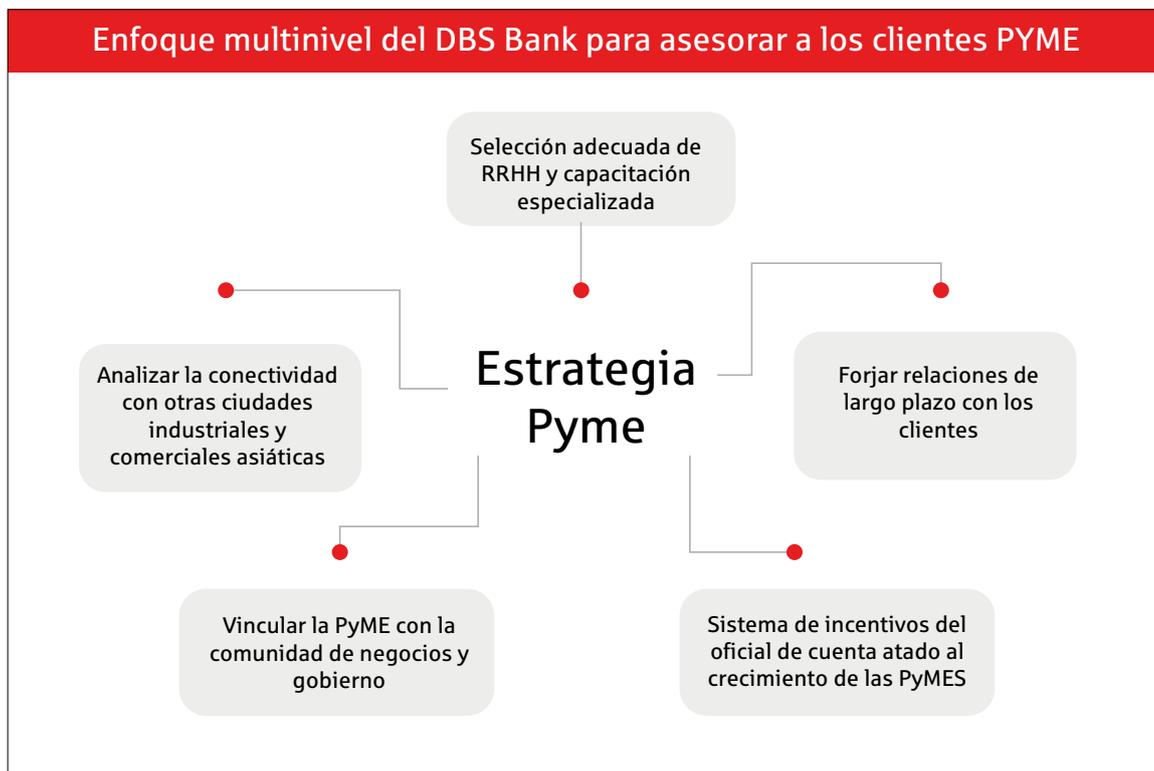
Fuente: (IFC, 2011)

Posteriormente, el Garanti realizó un estudio de mercado en profundidad para identificar las necesidades individuales de cada subsegmento. Esto, a su vez, sirvió de base para el desarrollo de una oferta específica de paquetes para el subsegmento.

**DBS Bank - El banco socio de la comunicad de negocios:** se trata de un banco de desarrollo en Singapur cuya estrategia se basa en tres pilares: (i) RRHH especializados, (ii) vinculación con la comunidad de negocios y el gobierno, (iii) Conectividad con otras ciudades comerciales asiáticas.

Para implementar esta estrategia decidió contratar y entrenar oficiales de cuenta que ya contaban con conocimiento específico de determinadas industrias. Además de capacitarlos en riesgo crediticio, finanzas, y ventas, se les ofreció un sistema de incentivos atado al desarrollo de sus clientes. A los oficiales de cuenta se los nombraba “business partners” para destacar aún más su rol como socios a largo plazo de sus clientes. Cada oficial es monitoreado y en caso de mostrar ciertas debilidades en su rendimiento se le ofrecía tutoría. El siguiente gráfico resume los cinco pilares sobre los que se fundó la estrategia del DBS Bank.

**Figura 12**



**Fuente: Customer Management in SME Banking - IFC (IFC, 2011)**

Además de un enfoque multicanal, la estrategia de DBS es ofrecer una alta conectividad con otros bancos en ciudades comerciales de peso en Asia como Hong Kong, Shangai, que facilitaba los servicios bancarios en dichas ciudades y los negocios transnacionales de las PyMES de Singapur. Otra ventaja es apoyar a las PyMEs en aceitar las relaciones con asociaciones industriales y comerciales y con organismos empresariales del gobierno, ofreciendo a sus clientes participar en eventos sociales y seminarios que incrementaban la red de contactos y de negocios de las empresas.

**TEB Bank – Excelencia en servicios de asesoramientos y capacitación de las PyMEs:** TEB Bank es un banco turco con una estrategia enfocada en dos componentes: (i) potenciar la oferta PyME con servicios no financieros, (ii) asesoría hecha a medida para entender el negocio del cliente y reducir el riesgo crediticio. En función de estos componentes, el banco creó dos unidades de capacitación especializadas.

- Una Academia PyME que ofrece servicios de capacitación para fortalecer y apoyar al sector. Las capacitaciones no duran más de un día para no distraer a los empresarios de sus rutinas de negocios y están hechas a medida de las necesidades de las PyMEs de cada sector (manufacturero, servicios, agricultura, etc.) Finalmente, las capacitaciones son eminentemente prácticas con actividades dinámicas y con empresarios reconocidos y exitosos como expositores.
- Un centro de Consultoría PyME para capacitar a los oficiales de cuenta. La primera etapa es de formación, basado en un curso de especialización con duración de 2 años con una certificación reconocida. Una vez certificados, los oficiales de cuentas están en condiciones de hacerse cargo cien por cien de la asesoría de su cartera de clientes, con soluciones hechas a medida. Las consultorías pueden abarcar temas estratégicos (por ejemplo, gestión financiera, planificación empresarial), de regulación, comercialización y de recursos humanos, todas áreas que muchas veces son descuidadas por las PyMEs.

TEB Bank ha logrado desarrollar una comprensión integral de sus clientes, no sólo con respecto a sus finanzas, sino también con respecto a su estrategia de negocios, producción, ventas, marketing, recursos humanos y organización. Este conocimiento conduce a un menor riesgo, una mejor venta cruzada y una fuerte lealtad entre la base de clientes

**Bankinter – Líder mundial en venta cruzada:** dos factores de éxito representan la estrategia PyME de este banco español: (i) enfoque multicanal con tecnología virtual avanzada y sucursales físicas especializadas en PyMEs, y (ii) venta cruzada basada en la segmentación de clientes y productos específicos para cada segmento.

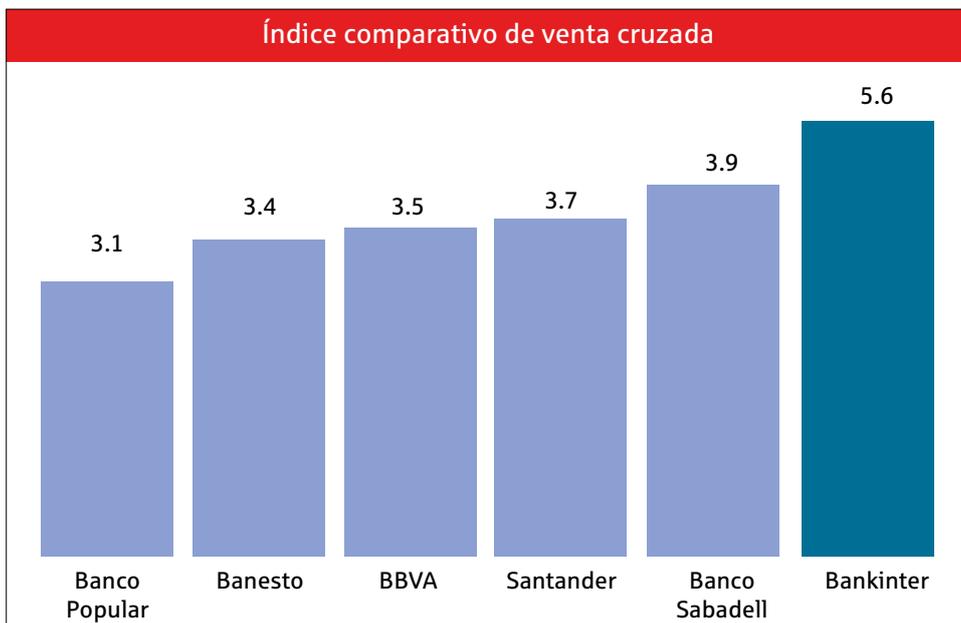
Bankinter fue el primer banco español en implementar el enfoque multi- y omnicanal con sucursales virtuales, aplicaciones móviles. El cliente puede contactar al oficial de cuenta por teléfono, por videoconferencia, e-mail, o web-chat con una página web especialmente diseñada y actualizada con los últimos eventos y tendencias para PyMES. Adicionalmente, se crearon centros de negocios especializados PyMEs ubicadas en conglomerados industriales y comerciales y kioscos en los lobbies de grandes empresas públicas, agencias gubernamentales y asociaciones.

La sugerencia y venta de productos cuenta con una infraestructura tecnológica avanzada de gestión de clientes corporativos. El sistema sugiere productos apropiados y programa contactos y reuniones con cada cliente, en las cuales se procede con la venta cruzada. Como el grupo económico de

Bankinter incluye otras compañías de seguros y de gestión de fondos, dentro de los límites legales de la regulación, se aprovecha el conocimiento de sus clientes para promocionar los productos y servicios de estas otras empresas.

Finalmente, el banco utiliza tres indicadores claves de gestión (KPIs). Por un lado, el índice de venta cruzada por oficial de cuenta, un índice de satisfacción de clientes y un índice de potencial recomendación de los clientes. Estos índices se generan de manera mensual y sirven de monitoreo de su equipo de oficiales PyMES.

**Figura 13**



**Fuente: Roland Berger Strategy Consultants Research**

La estrategia de Bankinter para 2019 se concentró en medidas tendentes a facilitar el crecimiento en clientes, volúmenes y actividad; a buscar rentabilidad vía comisiones y servicios con margen relevante, y a implantar modelos más digitales y eficientes en materia de productividad comercial.

Entre las medidas desarrolladas figuran la diferenciación en el servicio al cliente, una evolución constante de la oferta de productos, el aumento de la presencia del banco en segmentos poco penetrados, la consecución de mayores niveles de venta cruzada y el aprovechamiento de las inversiones tecnológicas.

**Banco Santander – Pionero en innovación con análisis de datos:** El banco español Santander, hoy presente en varios continentes, tiene acceso a una impresionante masa de información sobre sus clientes que utiliza eficazmente para mejorar en tiempo real los productos y las campañas de

marketing. Puede monitorear las cuentas de los clientes, recolectar sus datos de diferentes canales y productos, y analizar cada segmento con modelos estadísticos avanzados para predecir el riesgo y el comportamiento de compra. Su estrategia tiene dos componentes: (i) análisis de datos (ii) adaptación continua de productos y servicios direccionado a segmentos específicos de clientes.

El banco Santander ha sido pionero en la construcción de modelos de scoring avanzados para optimizar sus campañas de marketing para PYMES. Es uno de los primeros bancos en integrar los scoring crediticios de las PyMES y la de sus propietarios creando campañas de promoción preaprobadas. Como resultado de los modelos estadísticos que aplica, se implementa un proceso continuo de mejora de productos y servicios y de creación de nuevos de productos según las constantes variaciones de las necesidades de los clientes.

El primer paso en el ciclo de innovación es generar nuevas ideas a probar, y basado en las estimaciones de los resultados esperados, se eliminan las propuestas más débiles. Para obtener las mejores ideas, los expertos en marketing combinan una serie de características. Por ejemplo, para generar un préstamo con cuotas flexibles de repago, toda una gama de diferentes períodos de duración en los que el cliente puede suspender los pagos es examinado, además de probar una diferentes intereses, comisiones y plazos.

**Figura 14**



Fuente: (IFC, 2011)

Así, las posibles combinaciones de las características de un producto pueden convertirse fácilmente en cientos; por ejemplo, probar cuatro combinaciones para cada una de las características mencionadas anteriormente llevaría a 64 (4 X 4 X 4) diferentes combinaciones de productos. El testeo se realiza con técnicas estadísticas que permiten identificar la combinación óptima y sacar un prototipo avanzado sin incurrir en gastos de prueba y error.

El diseño de la prueba también incluye una clara definición de la métrica para establecer los hitos que indican cuando terminar o modificar la prueba. Cualquier testeo que no cumpla con la métrica, se termina antes o se modifica. Después de la prueba, se analizan los resultados y se define la combinación óptima en la siguiente campaña de marketing. El Banco Santander realiza cientos de estas pruebas cada año e innova continuamente los productos ofrecidos a los diferentes segmentos en banca minorista y corporativa.

**Konfio México - Prestamos a MiPymes con data alternativa.** Se trata de una Fintech mexicana que se ha convertido en una estrella del mercado que utiliza data alternativa, es decir, datos no-transaccionales o no-financieros como por ejemplo redes sociales, uso del celular, pago de servicios, variables sociodemográficas, datos psicográficos del solicitante, etc. Konfio ha logrado penetrar el mercado mexicano y ya ha colocado 500 millones de dólares al año, sin sucursales, tan solo con una plataforma virtual. Los montos promedios son de USD 25.000 sin garantía y de aprobación casi inmediata si el cliente califica según su scoring interno con tasas del 28% anual<sup>37</sup>. Los bajos costos fijos le permiten competir con tasas muy competitivas para el mercado, montos elevados y prácticamente sin garantías<sup>38</sup>.

**Incube - Sistemas de recomendación:** Incube es una empresa de software que ofrece sistemas de recomendación para banca minorista. Los sistemas de recomendación son una variante de “Machine learning” que identifica perfiles de usuarios y les sugiere solo productos “relevantes”. También llamados “motores de recomendación”, estos sistemas están largamente probados en el comercio electrónico y en la industria del entretenimiento con la adaptación de Netflix con personalización basada en la IA. Ahora, la atención se está enfocando en bancos para ajustar su oferta de productos en función de las sugerencias del sistema de recomendación.

Un dato fundamental para entender la importancia de los motores de recomendaciones es el cambio en las tendencias de mercado con las nuevas generaciones. El 51% de los clientes desearían un sistema de recomendación en los bancos tradicionales, mientras que el 72% de los millenials estarían dispuestos a buscar alternativas de servicios financieros en entidades no-financieras como Amazon,

---

37 <https://www.ft.com/content/0e0c1692-83d2-11ea-b872-8db45d5f6714>

38 <https://konfio.mx/tips/finanzas/por-que-los-creditos-piden-aval-o-garantia/>

Facebook, Google o Apple<sup>39</sup>. Adicionalmente, el sistema bancario es extremadamente volátil. La nueva regulación hacia la banca abierta, la llegada de monederos electrónicos y varias entidades no-financieras que cuentan con base de clientes estable y poderosos motores de recomendación de productos, pueden dar pie a cambios de comportamiento que lleven a desplazamientos y modificaciones importantes en las placas tectónicas del mercado financiero. Los sistemas financieros tradicionales deben necesariamente evolucionar. A diferencia del enfoque de banco Santander, que crea un producto a medida, el sistema de recomendación ofrece un producto que ya existe.

La propuesta de valor de estos sistemas se basa en:

- El aumento de los ingresos/beneficios para el banco mediante la venta cruzada de los productos más relevantes (con mayor probabilidad de compra o respuesta) para los clientes individuales.
- Mejorar el valor del ciclo de vida del cliente impactando positivamente en todas las fases (activación, compromiso, conversión y retención del cliente).
- Venta cruzada de los productos menos populares identificados a través de estos sistemas.
- Mejorar el Marketing ROI (return on investment) aumentando el gasto de comercialización de los productos más relevantes según cada cliente en lugar de la venta cruzada de productos genéricos.

Los sistemas de recomendación son algo nuevo para la industria financiera, pero se prevé un crecimiento importante del uso de estos sistemas; ya existen oferentes de software especializados como la empresa suiza “Incube”. El software promete “mass customization of financial advice”. Es decir, se trata de la automatización del asesoramiento individualizado basado en variables sociodemográficas, popularidad de los productos, y personalización según el perfil específico del cliente. Todo esto resulta en la venta cruzada de productos. **Nidwaldner Kantonalbank** es uno de los primeros clientes de Incube.

## 8.2.2. Resumen de mejores prácticas de otras instituciones

De los casos de éxito analizados más la información recopilada en estudios de investigación especializados (IFC, 2011) (IFC, 2009) (McKinsey&Company, 2012) (Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, 2020) (Orueta, 2017) se elaboró una lista de mejores prácticas para atender el segmento MiPyME que se presenta a continuación:

- 1. Liderazgo y compromiso de la gerencia y mandos medios:** Los bancos que mejor atienden al sector MiPyME son aquellos donde el nivel más alto de la organización lidera la estrategia. Para

39 <https://blog.aspiresys.com/banking-and-finance/ingredients-for-product-recommendations-at-banks-the-netflix-way/>

prestar un servicio exitoso a las MiPyMES es preciso realizar una inversión estratégica en recursos que exige el compromiso de la alta cúpula organizacional. La alta gerencia es responsable, en última instancia, por la configuración de los procedimientos, los procesos y las estructuras de incentivos necesarios para que el banco ejecute con eficacia su estrategia. La importancia estratégica se puede ver reflejada en decisiones de crear un área específica MiPyME e invertir sumas considerables en el desarrollo de dicha área.

**2. Capacidades institucionales:** La gerencia y mandos medios especialmente debe contar con experiencia en banca minorista y MiPyME. Además, deben estar familiarizados con herramientas de planificación estratégica, y operativa. Se debe contar con un área de RRHH en condiciones de captar, seleccionar y capacitar a los nuevos oficiales MiPyMEs, creando una cultura de servicio al sector. El área de IT deberá contar con bases de datos que permita segmentar y analizar de manera granular la información de los clientes. Adicionalmente, la conectividad, estabilidad y latencia<sup>40</sup> Los servicios digitales deben cumplir altos estándares de calidad. Se deben adaptar las operaciones de “back- y front-office” para prestar los servicios MiPyME. La institución necesita contar con un área de investigación y desarrollo de productos, que en lo posible responda dinámicamente a los cambios en la demanda con técnicas estadísticas avanzadas. Todo lo anterior debe ser contextualizado respecto a las capacidades de la competencia.

Es decir, la institución debe saber percatarse de sus límites y estado de madurez. Otro de los aspectos claves a considerar es si cuenta o no con enfoque multi- y omnicanal lo que permite diferenciarlas en las siguientes fases:

- **Institución en formación:** sucursales físicas, algunas con ATMs
- **Institución emergente:** sucursal física, ATMs, banca on-line básica
- **Institución desarrollada:** red importante de sucursales físicas, ATMs, banca online avanzada, call-center, y servicios completos de tarjetas
- **Institución de primera línea:** todo lo anterior con enfoque multi- y omnicanal, incorporando billetera electrónica y otras aplicaciones.

**3. Definir un modelo de negocios rentable:** atender al segmento MiPyME puede implicar costos importantes si no se define un modelo de negocio que optimice los recursos y los servicios ofrecidos. Según un ejecutivo de negocios de un banco “Las PyMEs buscan que les ayuden en todos sus problemas”. Además, hay una alta demanda de proximidad del cliente; según una encuesta del IFC,<sup>41</sup> el 71% de las PyMEs declararon que la proximidad era el principal motivo por el cual escogía un banco. Las capacidades de abarcar todo un espectro de necesidades

---

40 LATENCIA es el tiempo exacto que tarda en transmitirse y recibirse los datos desde la conexión local al servicio remoto en la red. Se mide con el ping, que se cuenta en milisegundos (o ms).

41 IFC (2004), SME Landscape in Egypt: A Banking Sector Perspective.

y soluciones puede ser la diferencia entre un modelo rentable de otro que no lo es. En este contexto se imponen los siguientes requisitos para lograr competitividad a bajo costo.

**a. ENFOQUE MULTI-y OMNICAL:** En este contexto, el enfoque multicanal es fundamental para lograr proximidad a bajo costo y poder segmentar el mercado. Los canales de bajo costo son los call-centers, internet y los monederos electrónicos. Las ventajas de este enfoque son muchas, tanto para el cliente como para la institución. Para el cliente está claro que contar con canales digitales representa comodidad, inmediatez y practicidad, con la posibilidad de pasar de un canal a otro, durante un mismo proceso, sin la necesidad de volver a facilitar sus datos y actualizando en tiempo real cada operación y los saldos en todos los canales. Dado que todos los clientes tienen un alto costo de oportunidad que es el tiempo de traslado a una sucursal física, desatendiendo su propio negocio, la variedad de canales principalmente digitales se considera un requisito básico de brindar acceso a la MiPyME.

Para la institución financiera, la principal ventaja es que le permite segmentar, y brindar servicios de calidad a menor costo dependiendo del perfil de cliente. Si además el cliente (minorista, microempresario) utiliza el monedero electrónico, se genera una huella digital que alimenta los algoritmos inteligentes que permiten predecir la compra de nuevos productos y servicios, se logra un círculo virtuoso entre los nuevos datos y los servicios ofrecidos. Un caso de éxito de este modelo es M-PESA en Kenya, donde el servicio de billetera electrónica es la punta de lanza para ofrecer productos de crédito y ahorro. Existen muchos otros casos de éxito en este sentido.

**b. SUCURSALES FÍSICAS DE BAJO COSTO:** si se decide por este canal, crear sucursales minimalistas pensadas para no más de 3 empleados, y no más de 80 m<sup>2</sup>. Mejor aún si estas mini-sucursales se ubican en conglomerados industriales, o en lobbies y accesos de empresas públicas o grandes empresas, como el caso de Bankinter en España.

**c. AGENTES DE NEGOCIO CON LAPTOP Y POS.** Este modelo ha sido desplegado en bancos africanos y también por Bankinter en España. Se trata de un solo agente móvil que se desplaza directamente a las empresas donde les ofrece el acceso a transacciones y puede recolectar efectivo hasta un límite que impone el seguro.

**d. CORRESPONSALES NO BANCARIOS:** otra opción para no incurrir en costos elevados de crear sucursales es aprovechar redes de kioskos, tiendas, sucursales de proveedores de otros servicios, que son utilizados como puntos de acceso, depósitos, pagos y transacciones básicas. Mejor si el punto de acceso es de una misma red, como por ejemplo las cadenas OXXO y 7-eleven en México, que permiten hacer una negociación con la franquicia.

**e. MEJORA Y SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS:** cosas simples pueden redundar en grandes beneficios. Se pueden ahorrar millones con tan solo reducir formatos o simplificar algunos procesos. Los bancos líderes ya no se centran exclusivamente en los procesos tediosos

de pedir estados financieros auditados, garantías y un sinnúmero de documentos y comprobantes. El Big Data y el análisis de datos son las metodologías que hoy pueden generar información de mejor calidad y de manera más rápida. Reducir los tiempos de análisis y desembolso de créditos debe ser un imperativo de la gestión y uno de los KPI de la institución.

**f. AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS:** la automatización de procesos puede ser parte de una estrategia integral de la organización, conocida como BPA por sus siglas en inglés “Business Process Automation”, o puede ser puntual para determinadas actividades muy específicas y rutinarias, en cuyo caso se trata de la llamada RPA por sus siglas en inglés “Robotic Process Automation”. Dentro de esta última tecnología existe una específica para el sector financiero como son los Robo-Advisors, que cumplen la función de un asesor financiero. A continuación, se detallan los tres conceptos.

- i. BPA: La automatización integral, se trata de la implementación de sistemas de software que integran todas las aplicaciones y módulos existentes. BPA se centra en el proceso global de principio a fin y requiere de un análisis a fondo de las ineficiencias de la organización. BPA integra los módulos de “back office” y “front-office”, desde la apertura rápida de cuentas de clientes, el procesamiento de créditos, conciliaciones, validaciones, registros o la venta de seguros en tiempo real.
- ii. RPA: se trata de una de las innovaciones Fintechs y tiene como objetivo resolver ineficiencias puntuales o automatizar procesos rutinarios específicos. RPA contiene robots de software (bots) que imitan las tareas humanas. Estos bots completan las tareas basadas en reglas registrando el flujo de trabajo de los procesos que realizan los empleados. Pueden entrar en los sistemas, navegar por la página e introducir y extraer datos, imitando las interacciones que los usuarios tienen con los sistemas informáticos. La automatización tradicional sigue un código instructivo y no puede ejecutar pasos fuera de su código, mientras que los bots se entrenan siguiendo pasos ilustrativos. Esto permite a los bots adaptarse a las circunstancias dinámicas. Los bots pueden interactuar con otras aplicaciones independientemente de la tecnología, una vez entrenados continúan realizando su acción.
- iii. Robo- Advisors: se trata de servicios online de gestión financiera, en los que la elaboración y/o manejo de la cartera de inversión del cliente se hace de forma totalmente automatizada. A través de algoritmos, construyen un portafolio específico para cada cliente, según el contexto del mercado, los límites de riesgo previstos por el inversor, etc. La interacción humana es mínima o inexistente. Sustituyen, en gran medida, la figura del asesor financiero tradicional, ya que ofrecen sus servicios a costes mucho más bajos y, además, rebaja o elimina el límite inferior de patrimonio a partir del cual se puede acceder al servicio.

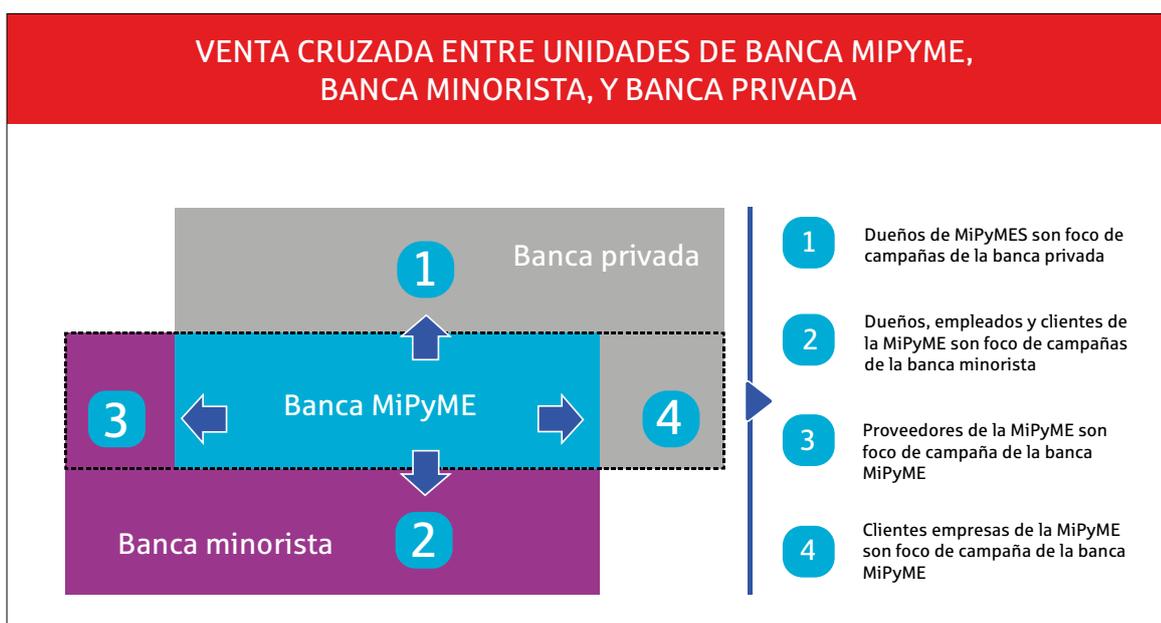
Un ejemplo de automatización es Bankinter: El banco ha rediseñado en el año 2019 los principales procesos administrativos y de sanción de riesgos y ha invertido en una infraestructura y arquitectura de gestión de procesos (BPA) que orquesta de manera automática las tareas administrativas y de soporte de negocio, mejorando la calidad de los servicios y reduciendo los tiempos de proceso. Otro tipo de tecnologías que utilizó para dar escalabilidad al modelo operativo del banco son la RPA y la inteligencia artificial.

- g. SEGMENTACIÓN:** Se debe gestionar el riesgo del costo excesivo de atender clientes que demandan muchas horas-hombre, pero con bajos ingresos. El estudio de costos, riesgos y rentabilidad de servir a diferentes segmentos del sector MiPyME puede implicar tener diferentes modelos de negocios, diferenciando clientes de bajo volumen de transacciones, pero de alto valor, de aquellos con alto volumen y bajo valor.
- h. MODELO DE RELACIONES SELECTIVA:** la atención personalizada o modelo basado en relaciones es el más caro por dos razones: por el tiempo dedicado a cada cliente y por el recurso humano especializado que recibe sueldos más altos. Por lo tanto, debe ser destinado a aquellos clientes y productos que generan la mayor rentabilidad según la regla 20/80 de Pareto. Un dato interesante es que mientras un gerente de relaciones puede atender entre 30 y 100 clientes por mes, un miembro del call-center puede atender hasta 5000 clientes. De ahí la importancia de definir en el modelo de negocios qué productos, con qué canales y para qué segmento. La segmentación entre el mercado masivo y clientes gestionados a partir de relaciones es fundamental. El modelo “cazador-recolector” es otra variante donde existe un equipo de ventas – cazadores – y uno de gestión de relaciones – recolector – que permite optimizar tiempos, clasificando aquellos clientes más rentables que requieren de un oficial de cuenta o un gerente de relaciones que es el encargado de realizar las ventas cruzadas.
- i. PRINCIPAL FOCO EN PRODUCTOS NO-CREDITICIOS:** Un error muy frecuente entre las instituciones es querer crecer incrementando la cantidad y el valor de los productos crediticios. Sin embargo, está comprobado que la venta de productos no crediticios puede ser más rentable y menos riesgoso.
- j. CONSIDERAR EL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE:** no se debe ver a la MiPyME de manera estática sino considerar el ciclo de vida completo del cliente con un horizonte a 5 años donde se puedan descontar los flujos de caja de todos los productos que se le puedan vender durante ese período. Como se analizó anteriormente, un cliente pasa a ser rentable a partir del tercer producto que se le vende.

En resumen, el modelo de negocio debe poder clasificar el “valor de cada cliente” para brindar servicios adaptados a sus necesidades, asumiendo costos y riesgos que lo hagan rentable. Se debe innovar en el tipo de canales utilizados, en cómo analizar al cliente (mano de obra intensiva o automatizado), y cómo brindar un buen servicio hecho a medida sin incrementar costos.

- 4. Venta cruzada con foco en un cliente:** todos los casos de éxito analizados tienen por objetivo la venta cruzada de productos. Sin embargo, aquí es necesario hacer un paréntesis. La venta puede ser de manera individual de cada producto o en paquetes. Como ya se analizó en el caso de Garanti Bank, el definir el segmento y subsegmento del cliente MiPyME permite individualizar mejor la gama de productos demandados y venderlos como un combo completo como un servicio de pago anual o mensual.
- 5. Venta cruzada ascendente, descendente y de referidos:** El valor de la relación con el cliente en general también es el centro de las iniciativas de venta de unidades cruzadas. Las ventas de unidades cruzadas provienen de un cliente que se originó en una relación bancaria de PYMES, pero que luego se extendió a otros servicios bancarios como la banca privada y minorista, y viceversa. Los propietarios de las MiPyME podrían ser objeto de una campaña de productos de “private banking”, es decir, de productos sofisticados para clientes adinerados. Por otro lado, a clientes menos acaudalados se les ofrece la línea de productos minorista. Si uno de los productos ofrecidos es el rol de pagos a los empleados, automáticamente estos se pueden fidelizar como clientes minoristas. Finalmente, los proveedores y clientes de la MiPyME pueden ser también un objetivo de campañas de promoción. La extracción y aprovechamiento sistemático de datos entre unidades de negocio de la entidad financiera expande y profundiza las relaciones con nuevos clientes. Esto requiere compartir los datos de los clientes entre las diferentes unidades. El siguiente gráfico ilustra estas potenciales adquisiciones y ventas cruzadas entre unidades y como la red de negocios de la MiPyME (proveedores y clientes) pueden ser referidos por la misma empresa.

**Figura 15**



Fuente: adaptado de (IFC, 2011)

Por ejemplo, el producto estrella de Bankinter en el año 2019 para ensanchar la base de clientes fue la Cuenta Nómina. Cuarenta de cada cien captaciones se debieron a ella, y de lo que se trata ahora es de ampliar cada vez más la vinculación de los nuevos clientes con tarjetas de crédito, préstamos personales, hipotecas, fondo de inversión, domiciliaciones, entre otros productos.

#### **6. Selección y capacitación de fuerza de venta y oficiales de cuenta MiPyME con sistemas de**

**incentivos adecuados:** la implementación de las mejores prácticas requiere de personal muy capacitado que esté en condiciones de realizar análisis, asesorar, capacitar y que cuenten con un alto compromiso con el sector. Por lo tanto, el proceso de selección es crítico para identificar el perfil adecuado, para luego incorporar nuevos conocimientos y recompensar su desempeño en función del logro de relaciones a largo plazo. Algunos de los ejemplos analizados hacen especial énfasis en seleccionar personal con conocimientos específicos de determinadas industrias y sectores. De esta manera, ya se cuenta con especialistas que adicionalmente se les capacita en temas de finanzas, marketing, venta, y asesoramiento del cliente MiPyME. Los sistemas de incentivos se deben alinear en parte al éxito de la empresa y no solo a la venta de productos propios de la institución financiera. La idea de que el oficial de cuenta es socio del empresario significa que su destino está atado al de su cliente y, por lo tanto, hará todo lo posible para que este tenga éxito.

#### **7. Crear bases de datos y analizarlas con inteligencia artificial:**

los métodos tradicionales de evaluación de riesgos basados en papel no pueden ser parte de la era digital. El Big Data y la inteligencia artificial están al alcance de cualquier institución mediana. Para ello es fundamental ofrecer servicios de monederos virtuales que generan huella digital. Esta es la estrategia para acceder a datos transaccionales que a su vez permiten identificar patrones de conducta y predecir comportamientos. A esta información se suman los datos transaccionales históricos (si es que se trata de un cliente) y/o datos alternativos que comprenden información de las redes sociales, uso de telefonía móvil, frecuencia de recarga de crédito en celulares, uso de servicios de datos, datos geoespaciales de localización, pago de servicios, educación, hábitos de compras online, datos psicométricos, entre otros (IFC ii, 2017) (World Bank Group, 2019). Las grandes bases de datos analizadas con inteligencia artificial logran mayor poder predictivo, sin molestar al cliente con decenas de documentos y certificaciones.

El campo de Big Data e IA es amplio y profundo y a modo de ejemplo se propone analizar los siguientes tres casos de éxito:

- **Konfio México - Prestamos a MiPymes con data alternativa.** Es financiera mexicana que inició operaciones en México a partir del 2016. Esta financiera ofrece créditos a PYMES que desean un financiamiento para impulsar su negocio. Gracias al uso de inteligencia

artificial, los clientes de Konfio pueden solicitar un préstamo en tan solo ocho minutos sin necesidad de aval y pueden tener el dinero en sus bolsillos en las siguientes 24 horas.

- **Incube – sistema de recomendación:** es la empresa de software que ofrece un sistema de recomendación para la banca minorista que podría adaptarse perfectamente al concepto financiero de las Sparkassen. Si se hiciera una analogía con el servicio de streaming Netflix, se trata de un sistema que recomienda películas en función del perfil del cliente.
- **Banco Santander – Análisis de datos y mejora de productos:** banco Santander cuenta con una de las unidades de análisis de datos más avanzadas del mercado, a la que le agrega un proceso de mejora continua de productos y servicios en función de los resultados de simulaciones que prueban cientos de combinaciones de sus componentes, términos y condiciones según cada segmento. Siguiendo la misma analogía de Netflix, se trata de un sistema que no recomienda una película que ya existe, sino que la crea desde cero en función de las necesidades cambiantes de los clientes.

**8. Utilizar sistemas de scoring diversos:** La gestión de los clientes en la banca MiPyME debería al menos utilizar las siguientes herramientas analíticas:

- **Scoring de riesgo:** La probabilidad de que una empresa entre en default en los próximos 12 meses. Este es scoring es además un requisito según las últimas normativas de Basilea.
- **Scoring de marketing:** La probabilidad de que un cliente compre un producto en la próxima campaña de promoción.
- **Scoring de venta cruzada:** La cantidad de productos y servicios que un cliente utiliza. Esta ratio se puede complementar con información sobre el tiempo promedio de uso por producto.
- **Scoring financieros:** Ratios sobre la solvencia de la empresa y sus flujos de caja.
- **Scoring de retención/deserción de clientes:** La probabilidad de que una empresa suspenda sus relaciones con la institución en los próximos 12 meses.

Cada aplicación requiere, como requisito previo, una base de datos completa. Los resultados de cada scoring disparan acciones concretas para reducir el riesgo crediticio, mejorar la venta de productos o evitar la deserción de un cliente.

Utilizar diferentes scoring es muy útil. Los scoring múltiples se usan a menudo para diferenciar mejor los perfiles de riesgo de los distintos segmentos, productos y situación crediticia de los clientes. Por ejemplo, desde el punto de vista del riesgo, las empresas muy pequeñas tienden a comportarse de manera muy diferente a las medianas, por lo que requieren diferentes tipos de scoring. En el caso de las empresas medianas, la información sobre las finanzas de la

empresa, el flujo de caja, las tendencias de la industria y el ciclo de vida de la empresa mejoran considerablemente la evaluación del crédito. Por otro lado, para las pequeñas empresas la solvencia y el carácter del propietario del negocio es la característica más importante. Del mismo modo, los scoring de riesgo para los clientes morosos son muy diferentes de los scoring para los nuevos clientes. Por lo tanto, estimar diferentes puntuaciones es muy útil. Por esta razón, las mejores prácticas combinan la información del propietario y de la empresa en sus scoring.

**9. Brindar un servicio integral que incluya consultoría y capacitación:** El segmento MiPyME puede ser muy demandante. En la medida de lo posible, ofrecer consultoría y seminarios de capacitación sobre temas de ventas, marketing, finanzas, educación financiera, entre otros, puede incrementar significativamente la lealtad de los clientes. Estos servicios complementarios también sirven para ganar información sobre el negocio de la empresa y de esta forma reducir la opacidad típica del sector. Adicionalmente, los seminarios, que deben ser eventos cortos de no más de un día, deben tener un enfoque práctico y crear procesos de networking con la idea de potenciar los negocios entre la misma red de clientes.

**10. Generar al cliente oportunidades de negocios:** La institución financiera cuenta con información privilegiada de muchos de sus clientes y con muchos contactos con cámaras empresariales y entes gubernamentales que pueden facilitar la generación de negocio de la cartera de clientes MiPyME. Esa información potencia el crecimiento de los clientes y no requiere de grandes inversiones ni gastos extras de parte de la entidad financiera.

**11. Evaluar resultados y reiniciar el ciclo de aprendizaje:** La mejor forma de evaluar resultados no es solo con los indicadores financieros y de comercialización, sino también preguntando al cliente. Para ello se deben realizar encuestas con los clientes sobre el nivel de satisfacción, encuestas de mercado que consideren la competencia y principalmente tomar en serio las quejas que representa información gratuita sobre las ineficiencias de la entidad.

## 9. Conclusiones finales

El presente estudio hizo una revisión extensiva de 57 fuentes secundarias de información, y 61 fuentes primarias como lo son las respectivas páginas de internet de las instituciones financieras. Se realizó una contextualización de ambos países que consideró aspectos macroeconómicos, impositivos, educativos, impositivos e institucionales, entre otros, que puedan explicar el desarrollo de y el acceso a los sistemas financieros. Paraguay muestra una mayor libertad económica, menos regulación, menos presión impositiva, pero cuenta con ciertos déficits a nivel educación, institucionalidad y desarrollo económico. Argentina, por su parte, tiene altos niveles de inflación, presión impositiva y regulación que disuade a la MiPyME de acceder a servicios financieros, principalmente el de financiamiento.

Se diseñó la tabla 8 que resume los principales obstáculos para el acceso, uso y calidad, desglosando las tres dimensiones nombradas, es diferentes componentes y como estos se influyen mutuamente determinando una cadena de causas y efectos. En este sentido, se pudo determinar que la opacidad y la autoexclusión son el resultado final, productos, servicios, canales, regulaciones y programas gubernamentales mal diseñados. A este diagnóstico sobre las barreras a la inclusión financiera, se suma una revisión literaria enfocada en las asimetrías de información, la informalidad, los determinantes del acceso a servicios financieros y finalmente los principales obstáculos de la MiPyME en América Latina. Todo el análisis realizado sienta las bases teóricas que luego permiten avanzar en la correcta interpretación de la información a recabar en la siguiente fase del estudio con foco en la demanda y oferta de servicios financieros en ambos países.

El estudio de la demanda se realizó principalmente con investigaciones y papers actualizados sobre la situación de la MiPyME paraguaya y argentina. El estudio de la oferta se hizo principalmente con una investigación pormenorizada de los productos y servicios ofrecidos por 33 instituciones financieras paraguayas (cooperativas de ahorro y crédito, financieras, bancos y fintechs) y 28 instituciones financieras argentinas (instituciones de microcrédito, bancos y fintechs). A grandes rasgos se puede decir que la oferta en Paraguay está más atomizada, con un rol importante de las cooperativas de ahorro y crédito y financieras. Paraguay cuenta además con un servicio de billeteras electrónicas provisto por empresas telefónicas muy avanzado en comparación con otros países de la región. En contraste, Argentina tiene una gran concentración de la oferta en sus bancos, aunque cuenta con un sector Fintech incipiente que de a poco está siendo muy competitivo. Las tablas 18 para Paraguay y la tabla 23 para Argentina resumen como la oferta de cada actor en el mercado se adapta en mayor o menor medida a las necesidades de las MiPyMES. La conclusión es que no existen actores que puedan ser competitivos en todos los servicios, productos y canales, y satisfacer todas las demandas que tienen las MiPyMES. Por lo tanto, una MiPyME deberá acudir a distintos oferentes según el nivel de desarrollo y ciclo de vida empresarial en el que se encuentre.

Se analizaron las mejores prácticas que existen actualmente en el sistema financiero con foco en MiPyMES. El concepto financiero Sparkassen es una de las estrategias más destacadas para la asesoría integral de las MiPYMES y de la banca minorista en general. Su importancia se refleja en el hecho que integra tres conceptos: i) segmentación, ii) asesoramiento profesional e integral, iii) la venta cruzada. Sin segmentación no se define el perfil del cliente y, por lo tanto, no hay un producto hecho a medida. El asesoramiento es altamente demandado por las MiPyMES, que por la falta de estructuras, estandarizaciones y sistematizaciones de sus procesos están ávidas de toda la información y apoyo posible. La venta cruzada es fundamental para incrementar la productividad, pero también para brindar un mejor servicio a los clientes. Sin embargo, esta venta no solo debe enfocarse en la venta de más productos a un mismo cliente MiPyME, sino también utilizar a este cliente como puente ascendente, descendente y horizontal para ofrecer productos de banca minorista a sus empleados, para ofrecer productos de banca privada a los dueños, y finalmente para ofrecer servicios a sus proveedores y a sus clientes.

Crear una cultura data-driven es fundamental en la profesionalización de los equipos y áreas dedicadas al sector MiPyME. El uso de sistemas de scorings e inteligencia artificial para automatizar la toma de decisiones es una estrategia que se hace imperativa para brindar mejores servicios a menor costo. Hoy ya existen sistemas de predicción y sugerencia de productos financieros basados en inteligencia artificial, como la ofrecida por la empresa suiza Incube, que ayudaría a simplificar la implementación del concepto de las Sparkassen. Sin embargo, en una primera etapa se aconseja implementar la estrategia Sparkassen privilegiando el contacto humano con el cliente, pero optimizando tiempos con sistemas predictivos y de sugerencia de productos basados en inteligencia artificial.

Otra estrategia destacada es la simplificación y automatización de procesos incorporando BPA y RPA que indefectiblemente debe ser implementado con una estrategia multi- y omnicanal.

Finalmente, en la sección de apéndices se incorporan capítulos específicos referidos a las Estrategias Nacionales de Educación Financiera, Banca Abierta y Regulación Fintech de ambos países. La sección apéndices cuenta además con todas las tablas y gráficos extraídos directamente de estudios y artículos de investigación, así como tablas comparativas de Paraguay y Argentina sobre la demanda MiPyME y Micro construidas a partir de las diferentes fuentes consultadas.

En conclusión, se puede afirmar que el amplio y profundo estudio realizado describe, analiza y compara las barreras de acceso, la demanda y la oferta en cada país. Adicionalmente, la revisión de las mejores prácticas brinda una base de datos e información sólida para que tanto en Paraguay como en Argentina se puedan iniciar acciones hechas a medida para cada mercado, tanto a nivel de políticas gubernamentales como de estrategias institucionales.

## APÉNDICE - ARGENTINA

### Estrategia nacional de inclusión financiera

En agosto 2019 se aprobó la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) El Gobierno argentino, a través del Ministerio de Hacienda de la Nación y el Banco Central de la República Argentina (BCRA), busca promover el acceso y el uso responsable y sostenible de servicios financieros para contribuir al desarrollo social y al crecimiento económico reduciendo la vulnerabilidad económica de individuos y empresas.

La ENIF se publicó en agosto de 2019 por Resolución de la Secretaría de Finanzas 17/2019 y en ella se establecen objetivos estratégicos para el período de 2019 a 2023. Pretende que la oferta de servicios financieros sea integral, es decir, enfocada en el crédito, ahorro, seguros, y pagos digitales; con productos financieros prácticos y adecuados. Debe ser además sostenible, es decir, no depender de la asistencia pública, comunicando con claridad y transparencia los términos y condiciones.

Los objetivos estratégicos de la ENIF son:

1. Completar y mejorar el acceso a cuentas de ahorro, crédito, medios de pagos electrónicos y seguros.
2. Potenciar el uso de cuentas, medios de pago electrónicos, y otros servicios financieros, como portal de entrada al sistema financiero.
3. Mejorar las capacidades financieras de la población y la protección al usuario.

Su objetivo transversal, entretanto, contempla mantener una perspectiva de género y procurar la inclusión financiera de grupos específicos con mayor riesgo de exclusión, como jóvenes, adultos mayores, personas en el sector informal, migrantes, y refugiados. (Banco Central de la República Argentina (BCRA), 2019)

#### **Contexto, diagnóstico y medidas de acción en el marco de la ENIF**

El sistema financiero argentino se caracteriza por extremos y situaciones anómalas cuando se lo compara con otros países de la región. El acceso al crédito es alto cuando se lo mide por la cantidad de adultos que han solicitado créditos principalmente de consumo en los últimos años (50%), pero es extremadamente baja para crédito hipotecario o empresas MiPyMEs dos segmentos con alta capacidad de endeudamiento. Es por este motivo que la participación relativa del crédito en el PBI es apenas de un 16% y demuestra un alto acceso, pero bajo uso. Por otro lado, la cantidad de adultos con cuentas de ahorro y una tarjeta de débito asociada es del 80%, pero solo un 50% reconoce tenerla. Nuevamente, se verifica alto acceso, pero bajo uso de las cuentas de ahorro. Por

otro lado, el número de puntos de acceso del sistema financiero es escaso en las zonas de menor nivel socioeconómico. Finalmente, en Argentina aún existe una elevada participación del efectivo en los medios de pago.

En este contexto, la digitalización puede aliviar la falta de capilaridad y agilizar las transacciones utilizando aplicaciones móviles, aunque para eso es fundamental mejorar la infraestructura digital. No obstante, todavía surgen dudas si la digitalización permitirá un mayor uso de servicios financieros y potenciar de esta forma la inclusión financiera.

Respecto a las capacidades financieras de la población, aunque más del 80% conoce los productos financieros básicos (tarjetas de crédito y débito y depósitos en cajas de ahorro), una fracción minoritaria conoce alternativas más sofisticadas de productos. Esto implica que aún existe potencial de mejora en este punto. Por otro lado, al analizar la evaluación internacional de la inclusión financiera Argentina se encuentra en el puesto 4 de 55 en el ranking sobre los avances regulatorios que impactan en inclusión financiera (The Economist Intelligent Unit, 2020). El índice sugiere que un aumento en la coordinación entre el sector público y privado está favoreciendo la estrategia de inclusión financiera. (Banco Central de la República Argentina (BCRA), 2019).

La ENIF enfatiza el papel de la digitalización porque es un mecanismo efectivo para reducir costos y facilitar el surgimiento de competidores innovadores en el sector. En esta línea, impulsar la inclusión financiera es una determinante clave para fomentar la competencia, innovación, y transparencia. Como primer paso, el Consejo de Coordinación de la Inclusión Financiera priorizó siete áreas de políticas públicas:

1. Agencias complementarias de servicios financieros (corresponsalías bancarias).
2. Información crediticia.
3. Información alternativa.
4. Medios de pago electrónicos.
5. Acceso al crédito.
6. Educación financiera.
7. Protección al consumidor financiero.

Finalmente, se establece un marco de monitoreo y evaluación con indicadores de rendimiento para medir periódicamente el progreso e impacto de la ENIF. (Banco Central de la República Argentina (BCRA), 2019)

## **Hacia la integración: cuenta gratuita universal**

Desde el 1º de febrero de 2020, todas las entidades ofrecen la Cuenta Gratuita Universal (CGU) promovida con el objetivo de favorecer la inclusión financiera y aumentar la bancarización definida por el BCRA mediante la comunicación A 5127. Se trata del relanzamiento de una caja de ahorro en pesos sin costo de apertura y mantenimiento, con movimientos de fondos y consulta de saldo gratuita destinada a todas las personas que no tengan ninguna cuenta bancaria y para cuya apertura solo se requiere de la identificación personal con DNI.

### **Beneficios de la CGU**

- Sin costos de apertura, mantenimiento, movimientos de fondos y consultas de saldo en ATMs de distintos bancos y redes del país.
- Tarjeta de débito.
- Extracciones de dinero, sin costo en cualquier ATM del banco que el usuario haya elegido para la apertura.
- Hasta ocho extracciones de dinero mensuales sin costo, en cualquier cajero automático.
- Acceso a la banca por Internet.

## **Pagos QR: Sistema único para cuentas bancarias y billeteras electrónicas**

El Banco Central de la República Argentina (BCRA) aprobó la iniciación de los nuevos pagos QR a partir del 7 de diciembre de 2020 con un sistema único para cuentas bancarias y billeteras electrónicas. El plan, que se denomina “Transferencias 3.0”, fue consensuado con las empresas del sector financiero y esperan que incremente los pagos digitales. Para los comerciantes, tendrá bajas comisiones y acreditación inmediata de los fondos en su cuenta, ya sea de un banco o de una Fintech y facilitará la interacción entre estos agentes.

Los comercios que acepten pagos QR tendrán un único código para recibir esos pagos que provendrán tanto de cuentas bancarias (con Clave Bancaria Uniforme, CBU) como de cuentas de billeteras electrónicas (con Clave Virtual Uniforme, CVU) de todas las empresas del mercado. Quienes provean a esos comercios el servicio para recibir pagos QR, a su vez, deberán asegurarse de que el mismo sea receptivo a todas las empresas del sistema.

Con este plan de unificación de los pagos QR, el Banco Central espera una explosión de los pagos digitales, tanto entre personas como de personas a comercios, cuentapropistas o profesionales. Esta nueva normativa, conocida en el sector como “QR interoperable”, establece la conexión de las cuentas del sector, el bancario y el fintech. Todos los pagos regulados se realizan mediante transferencias de cuenta a cuenta, ya sea virtual o bancaria.

Tres puntos de la normativa serán claves para los comerciantes. Por tratarse de un pago por transferencia, la acreditación de los fondos será inmediata, un beneficio en comparación con los pagos con tarjeta de débito, que se acreditan en 48 horas, o de crédito, que lo hacen en por lo menos dos semanas. El segundo es que la comisión que pagarán está fijada en un 0,8% del importe de la compra, con un período bonificado de los 3 primeros meses que utilicen el servicio. El tercero es la “no reversibilidad”: una vez que la transferencia fue hecha, no puede ser revertida en ningún caso, al revés de lo que sucede con las operaciones con tarjetas, en las que el banco puede retirarle al comercio los fondos ya acreditados en su cuenta si sospecha fraudes o situaciones similares.

## Inconvenientes

La comodidad para los comerciantes que implica el QR interoperable, tiene una contrapartida: la presión fiscal. Si bien el 0,8% de comisión implica un costo bajo, a eso se suman las retenciones a cuenta de Ganancias, IVA e Ingresos Brutos. Entre el BCRA y las empresas aspiran a lograr una solución superadora que ayude a que la carga tributaria no conspire contra este nuevo plan. Comenzaron a diseñar una propuesta para la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y los organismos tributarios provinciales: a cambio de suprimir las retenciones a cuenta en cada operación, planean suministrar toda la información necesaria para mejorar la fiscalización y que esos tributos se paguen únicamente en su liquidación anual.

Según estimaciones de la Cámara Argentina de Fintech, en agosto de 2020 ya eran más de 6 millones y medio las billeteras virtuales operativas en el país, y se estimaba que para finales de este año llegaría a casi 10 millones. (Cámara Argentina de Fintech, 2020). Según señala la Cámara Argentina de Fintech, ya hay en el país:

- Más de 8 millones de cuentas
- 4 millones de tarjetas
- Cerca de 1,3 millones de comercios con QR
- Alrededor de 2 millones de negocios con dispositivos de cobro por teléfono celular.
- Más de 3 millones de cuentas abiertas en fondos de inversión (Cámara Argentina de Fintech, 2020)

## Banca abierta y regulación fintech - Argentina

El continuo desarrollo y el crecimiento exponencial del sector de las Fintechs en Argentina, con la rápida aparición de nuevos oferentes de capital nacional e internacional. El sistema financiero del futuro, abierto y colaborativo empieza a instrumentar en Argentina tecnologías diseñadas para integrar a los distintos actores, logrando optimizaciones en términos de tiempos, costos y recursos. Open Banking o banca abierta ya es una realidad en Europa, regulado con la directiva PSD2 orientada a facilitar el comercio electrónico y la intermediación financiera de las Fintechs.

A través de las interfaces de programación de aplicaciones (API's siglas en ingles) las entidades financieras pueden compartir información de los usuarios con otras plataformas, ya sean banco o Fintech. De esta manera surge un nuevo ecosistema entre diferentes actores y con nuevos servicios basados en aplicaciones que permiten automatizar pagos y cobros, realizar desembolsos inmediatos cualquier día y a cualquier hora, conciliar las recargas de billeteras virtuales e incorporar un medio de pago alternativo en e-commerce. Su implementación redundante en beneficios como la velocidad en la operatoria, menor riesgo por reducción de tareas manuales, eficiencia de los recursos asignados a tareas administrativas, comodidad en la ejecución, transferencias, recaudaciones, y conciliaciones, apalancando tecnología sin intervención humana.

También, las principales entidades bancarias ya han lanzado la billetera electrónica MODO para competir con otras billeteras electrónicas.

## Regulación

En este contexto, se ha requerido una adecuación muy rápida del marco legal en un contexto donde no han faltado enfrentamientos más o menos directos con el sector financiero tradicional. El Estado reconoce también la necesidad de proteger los intereses de los usuarios y establecer normas de juego claras que en el último año y medio se han materializado en el siguiente orden:

- **09 de enero de 2020.** El Banco Central de la República Argentina (BCRA) regula a las Fintechs y establece, mediante la Comunicación A 6859, normas que ordenan el funcionamiento de las cuentas de pago ofrecidas en sus billeteras virtuales.

“Una de las medidas dispuestas consiste en que los fondos de los clientes acreditados en cuentas de pago ofrecidas por los Proveedores de Servicios de Pago (PSP) deberán encontrarse en cuentas a la vista, en pesos, en entidades financieras del país y, en todo momento, disponibles con carácter inmediato ante su requerimiento, por un monto al menos equivalente al que fue acreditado en la cuenta de pago”. (Banco Central de la República Argentina, 2020)

El dinero de todas las cuentas virtuales (identificadas con CVU) deberá estar en cuentas bancarias locales, lo que le permitirá al BCRA monitorear la evolución. Además, establece que los PSP podrán, a pedido de sus clientes, aplicar los saldos de las cuentas de pago en fondos comunes de dinero y se requerirá que los saldos invertidos se informen de manera separada del resto.

La totalidad del dinero de los clientes deberá estar depositado en cuentas en pesos en entidades financieras del país y separados de los fondos propios del PSP.

Los clientes de los PSPs podrán aplicar sus fondos a inversiones en fondos comunes de dinero y los saldos en los PSP de la cuenta de pago y de la cuenta de inversiones deberán visualizarse en forma separada.

- **30 de enero de 2020.** El BCRA emite la Comunicación “A” 6885, con la cual se crea el “Registro de proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago” por parte de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (SEFyC) del BCRA, y en el que debían inscribirse los PSPs antes del 1° de abril de 2020.  
Mediante este registro, se regularon aspectos relacionados con la disponibilidad de los fondos de los clientes, publicidad a través de cualquier medio y sanciones tanto para los PSPs como para los miembros de sus órganos de gobierno, administración y fiscalización, en caso de incumplimiento de la normativa vigente.
- **13 de marzo de 2020.** Comunicación “A” 6929, en ella se detalla la información que los PSPs deben enviar al BCRA. Consta de 3 apartados:
  - o **Información para supervisión**, relacionada con saldos de cuentas de pago de clientes, saldos en cuentas a la vista por banco e inversiones en fondos comunes de inversión, con detalle de saldos invertidos y diferenciación por tipo de fondo.
  - o **Información estadística**, cantidad de operaciones y montos totales, de acuerdo con distintos atributos (pagos enviados y recibidos, medios y esquemas de pago, entre otros).
  - o **Información trimestral**, efectuada por auditor externo que certifique el cumplimiento de las normas sobre PSPs y la integridad de la información contenida en el apartado sobre información de supervisión.
- **28 de agosto de 2020.** El BCRA establece la obligatoriedad de presentación del primer informe sobre revisión del Sistema de PLA/F. Obliga a las entidades a adoptar medidas relacionadas con las normas de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo en consonancia con los estándares internacionales, que incluye como sujetos alcanzados, entre otros, a los adquirentes, agregadores, agrupadores y facilitadores de pagos. La obligatoriedad de este informe se formalizó con fecha 26 de julio de 2019.  
Para ello, las entidades deberán fijar **políticas y procedimientos** y hacer **evaluaciones** de riesgo respecto de sus **clientes**, servicios y/o productos; canales de distribución y ventas, y la incorporación de la figura del Revisor Externo Independiente. El mencionado informe deberá presentarse en lo sucesivo cada dos años.
- **07 de diciembre 2020. Pagos QR - Sistema único para cuentas bancarias y billeteras electrónicas.** El Banco Central de la República Argentina (BCRA) aprobó la iniciación de los nuevos pagos QR a partir del 7 de diciembre de 2020 con un sistema único para cuentas bancarias y billeteras electrónicas. El plan, que se denomina “Transferencias 3.0”, fue consensuado con las empresas del sector financiero y esperan que incremente los pagos digitales. Para los comerciantes, tendrá bajas comisiones y acreditación inmediata de los fondos en su cuenta, ya sea de un banco o de una Fintech y facilitará la interacción entre estos agentes.

Los comercios que acepten pagos QR tendrán un único código para recibir esos pagos que provendrán tanto de cuentas bancarias (con Clave Bancaria Uniforme, CBU) como de cuentas de billeteras electrónicas (con Clave Virtual Uniforme, CVU) de todas las empresas del mercado. Quienes provean a esos comercios el servicio para recibir pagos QR, a su vez, deberán asegurarse de que el mismo sea receptivo a todas las empresas del sistema.

Con este plan de unificación de los pagos QR el Banco Central espera una explosión de los pagos digitales, tanto entre personas como de personas a comercios, cuentapropistas o profesionales. Esta nueva normativa, conocida en el sector como “QR interoperable”, establece la conexión de las cuentas del sector, el bancario y el Fintech.

Tres puntos de la normativa serán claves para los comerciantes. Por tratarse de un pago por transferencia, la acreditación de los fondos será inmediata, un beneficio en comparación con los pagos con tarjeta de débito, que se acreditan en 48 horas, o de crédito, que lo hacen en por lo menos dos semanas. El segundo es que la comisión que pagarán está fijada en un 0,8% del importe de la compra, con un período bonificado de los 3 primeros meses que utilicen el servicio. El tercero es la “no reversibilidad”: una vez que la transferencia fue hecha, no puede ser revertida en ningún caso, al revés de lo que sucede con las operaciones con tarjetas, en las que el banco puede retirarle al comercio los fondos ya acreditados en su cuenta si sospecha fraudes o situaciones similares.

- **1° de enero de 2021.** El Banco Central de la República Argentina (BCRA) efectúa una serie de adecuaciones a las normas de “Otros Proveedores No Financieros de Crédito” (OPNFC) empresas que, sin ser entidades financieras, realizan –como actividad principal o accesoria– oferta de crédito al público en general, otorgando de manera habitual financiaciones alcanzadas a personas (humanas y jurídicas) tanto para la compra de bienes y/o servicios como sin destino específico. Esta definición comprende, entre otros, a las empresas Fintech. Los OPNFC deberán dar cumplimiento a tres normas, que actualmente rigen para las entidades financieras: las normas sobre publicidad y transparencia en materia de tasas de interés, sobre protección de los usuarios de servicios financieros y sobre comunicación por medios electrónicos para el cuidado del medio ambiente.
- **1° de marzo de 2021.** Deberán cumplir con los regímenes informativos de transparencia y reclamos que actualmente regulan al resto del sistema bancario.  
Con todas las adecuaciones mencionadas anteriormente, el BCRA busca poner en igualdad de derechos a quienes acceden a créditos de los OPNFC, con quienes lo hacen en entidades financieras, en materia de protección de usuarios, de transparencia de las condiciones crediticias, publicidad, difusión y reclamos.
- **Cámara Argentina de Fintechs.** En este proceso juegan un rol destacado las asociaciones como la Cámara Argentina de Fintechs como órgano asociativo de empresas del sector que funciona

como bisagra entre sector público y privado. La intención de la Cámara es liderar el proceso de transformación de la industria de servicios financieros, convirtiendo al país en un hub de innovación e inclusión financiera referente internacionalmente. También busca promover la actividad de las empresas del sector, impulsando la generación de nuevos productos con base tecnológica que brinden soluciones a las actuales demandas, contribuyendo a mejorar la inclusión financiera y permitiendo una experiencia más funcional para el cliente. Todo ello mediante la atención de las nuevas demandas que surgen en un contexto de permanente cambio tecnológico. Una mayor educación financiera, también está entre los propósitos perseguidos por la entidad.

## APÉNDICE - PARAGUAY

### Estrategia nacional de educación financiera

El 22 de julio de 2014, mediante el Decreto 1971, la Oficina del Presidente de la República estableció el Comité Nacional de Inclusión Financiera con representación del Banco Central del Paraguay (BCP), el Ministerio de Hacienda (MH), el Instituto Nacional de Cooperativismo (INCOOP) y la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social (STP).

Este comité es el responsable del desarrollo e instrumentación de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Presidido por el Ministro de Hacienda, la ENIF se define como “el acceso y uso de una gama de servicios financieros de calidad, en forma oportuna, conveniente, informada y con un costo accesible, bajo una regulación apropiada que garantice la protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras y la toma de decisiones racionales por parte de todos los segmentos de la población”.

Sus objetivos son:

- Reducir las vulnerabilidades financieras de las familias en la base de la pirámide.
- Promover una mayor extensión de los servicios financieros en un mercado competitivo y seguro.
- Ayudar en el desarrollo y el crecimiento económico a través del acceso de MIPYMES y grandes empresas a productos financieros.
- Promover la inclusión financiera, manteniendo el equilibrio entre la estabilidad del sector financiero y la integridad, la educación y la protección del consumidor.

La estrategia involucra al sector público, privado y organismos multilaterales. (ENIF, 2020)

## **Cuenta Básica de Ahorro**

Las Cuentas Básicas, consisten en la habilitación de cajas de ahorro en concordancia con las políticas y acciones del Banco Central del Paraguay para impulsar en el país la inclusión financiera de los sectores no bancarizados y con bajos ingresos.

De apertura rápida, el cliente deberá presentar solamente su cédula de identidad paraguaya y no necesitará acreditar comprobante de ingresos, permitiendo la administración de los ahorros en un lugar seguro. Asimismo, permitirá el acceso a tarjetas de débito para realizar pagos electrónicos.

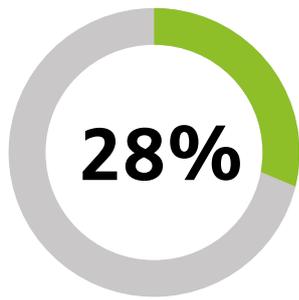
### **Características:**

- Uso exclusivo en moneda local.
- Solo habilitadas a personas físicas.
- Uso de firma individual.
- No requieren monto mínimo de apertura, ni saldo promedio mínimo.
- El monto total de acreditaciones mensuales permitidas será el que corresponda al límite aplicable a los clientes catalogados como de bajo riesgo.
- Solo será permitida una Cuenta Básica de Ahorro por cliente en el banco.
- Un mismo Cliente podrá operar en el sistema financiero con un máximo de dos Cuentas Básicas de Ahorro.

## **Banca abierta y regulación fintech**

Paraguay es líder en Latinoamérica en el desarrollo de servicios de dinero móvil, lo cual se ve reflejado en la encuesta de la página de la ENIF. Según esta encuesta, el 28% de la población adulta había utilizado algún servicio de dinero móvil en el 2013.

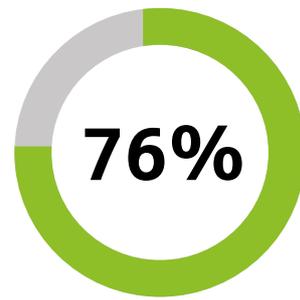
## INDICADORES CLAVE



De los adultos usó dinero móvil en los últimos 12 meses



De los adultos planea usar dinero móvil en los próximos 6 meses

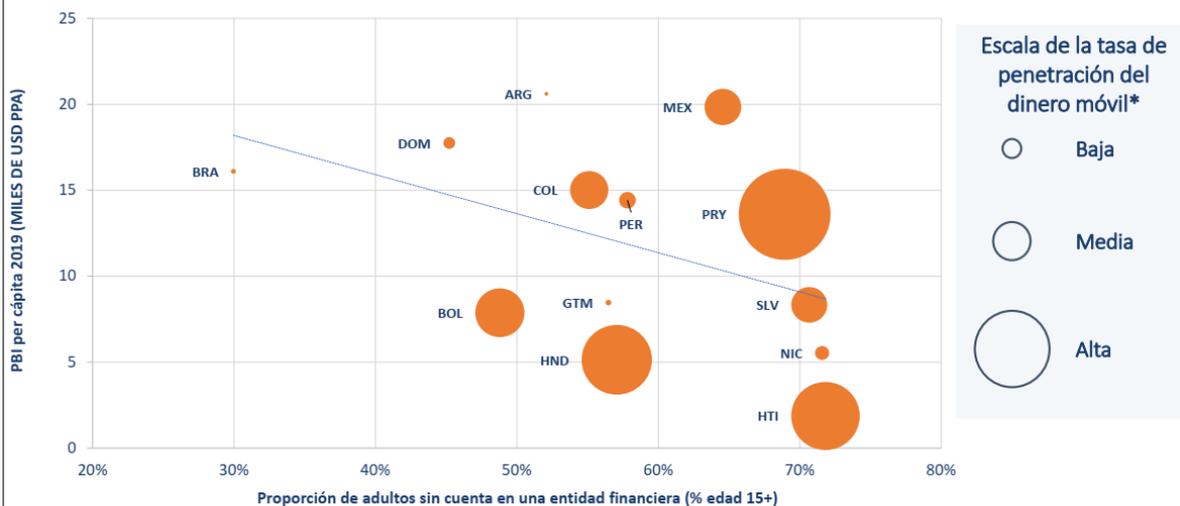


De aquellos que reciben salarios o sueldos, reciben el pago en efectivo

Según la misma fuente, el 23% de los adultos que usaron dinero móvil no tiene una cuenta dentro del sistema financiero formal. La publicación GSMA sobre el estado del dinero móvil en América Latina del año 2019 muestra cifras aun mucho más contundentes. Paraguay es el país con mayor penetración de dinero móvil de la región, con especial preponderancia en el segmento de adultos sin cuentas bancarias.

## En América Latina y el Caribe (ALC), el dinero móvil logra llegar a las personas más pobres y excluidas del sistema financiero

Inclusión financiera, PBI per cápita y penetración del dinero móvil en ALC



\*Penetración del dinero móvil = cuentas activas de dinero móvil a 90 días/población adulta en 13 de los 15 países de dinero móvil

Fuente: Datos de dinero móvil de la GSMA 2019 y Banco Mundial, Findex 2017

La progresiva formalización de las Fintechs en Paraguay está jalonada por una serie de hitos en su marco normativo, y, además, por la formación de asociaciones que han colaborado para marcar las pautas en su articulación con el Estado y demás entidades financieras del sector privado.

No obstante, la banca abierta aún no ha sido regulada en Paraguay. Actualmente, cada banco define la estructura que se debe desarrollar para realizar la conexión con sus clientes. Si una empresa necesita conectarse con varios bancos, tendrá que desarrollar una conexión específica para cada entidad financiera. De aquí viene la necesidad de definir un Open API para conectarse con una misma estructura. Con las Fintechs y el sistema bancario integrado mediante APIs se lograría realizar análisis más específicos con evaluaciones que tomarían más elementos para determinar, entre otras cosas de manera rápida y segura la aprobación de créditos.

Entre los principales avances enunciados cronológicamente podemos mencionar:

- **13 DE MARZO DE 2014.** La Resolución N.º 6 del Banco Central de Paraguay (BCP) establece el Reglamento de Medios de Pago Electrónico. Un cuerpo normativo que regula de manera integral el dinero móvil en el país y proporciona la estabilidad jurídica necesaria para extender su alcance a la población que aún se encuentra excluida financieramente.  
La Resolución N.º 6 define al dinero electrónico como un “valor monetario almacenado en una cuenta de dinero electrónico, previa recepción de fondos en moneda local, aceptado como medio de pago por personas distintas a la EMPE (Entidad de Medio de Pago Electrónico) y por esta misma y reconvertible a dinero en efectivo.” (GSMA, 2015).  
Dicha resolución establece el Reglamento de Medios de Pago Electrónicos en Paraguay que regula la entrada de no bancos (como los operadores de dinero móvil) al mercado formal de dinero y pagos electrónicos, incluye medidas para salvaguardar los recursos de los clientes, exigiendo la creación de una fiducia para la administración de la totalidad de los fondos recaudados y establece medidas proporcionales de debida diligencia. Brinda a los clientes mecanismos de apertura fácil de billeteras electrónicas y permiten el uso de canales de distribución no tradicionales y uso de agentes para lograr una mayor y más eficiente penetración geográfica del dinero móvil, enmarcando las operaciones de dinero móvil dentro del marco general de protección del consumidor financiero y fomentan el liderazgo de la industria en la búsqueda de soluciones técnicas que permitan lograr la interoperabilidad entre billeteras móviles (GSMA, 2015).
- **22 DE JULIO DE 2014.** Decreto 1971. Se publica la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) para garantizar el acceso a servicios financieros transparentes y a un costo accesible, garantizando la protección al consumidor.
- **2016. CREACIÓN DE AFICO.** Mediante una alianza de empresas de crowdfunding se crea la Asociación de Financiamiento Colectivo (AFICO). Participan inicialmente Nexoos, Koga Impact Lab, Fundación Paraguaya, Negociable y Prestamena, que se unieron para fomentar un ecosistema de financiamiento colectivo. La AFICO actúa como organismo de autorregulación. Esta asociación cuenta con el apoyo del Viceministerio de MiPymes, Estrategia Nacional de Inclusión Financiera

(ENIF) y el Banco Central del Paraguay (BCP) a través de una mesa de trabajo multisectorial.

El objetivo es la creación de una industria estable y flexible para permitir que las plataformas de crowdfunding y otras plataformas tecnológicas del entorno sean financieramente exitosas. La pluralidad de participantes cubre un amplio espectro dentro del entorno de las Fintechs. Nexoos, es una plataforma de financiamiento colectivo que conecta empresas con inversores, y provee préstamos de persona a persona. - Koga Impact Lab busca transformar el entorno social y económico del país, promoviendo emprendimientos con impacto social. Prestamena es una plataforma de créditos persona-a-persona. La Fundación Paraguaya es una empresa social sin fines de lucro, pionera en microfinanzas y emprendedurismo a través de programas de educación, escuelas autosostenibles y de microfinanzas para personas en situación de pobreza; finalmente, Negociable es una plataforma para compra y venta de negocios y franquicias, con servicios de consultoría para fusiones y adquisiciones, e inversiones en general.

- **2017. CREACIÓN DE LA CÁMARA PARAGUAYA DE FINTECHS.** En noviembre de 2017 se constituyó, la Cámara Paraguaya de Fintech, organismo sin fines de lucro, con el objetivo de agrupar a todas las Fintechs del país y ofrecer a sus miembros y al público en general un espacio de colaboración abierta y transparente que permita potenciar la innovación utilizando el conocimiento colectivo y las mejores prácticas de la industria, orientados a la expansión y crecimiento del rubro en el país.

Entre sus objetivos se encuentran también el servir de contacto directo con las autoridades y los reguladores, para promover e impulsar cambios regulatorios, la relación con asociaciones e instituciones financieras y de Fintechs a nivel internacional y con los distintos participantes del sector financiero.

- **16 DE ABRIL DE 2020.** Modificación de la Resolución N.º 6: establece el Reglamento de Medios de Pago Electrónicos, atento a la necesidad de promover y facilitar las operaciones de las entidades para adecuarlas a las exigencias actuales del mercado.

Se define a la cuenta de dinero electrónico como cuenta no bancaria en la que se almacena el dinero electrónico conforme instrucción del titular, para efectuar giros, pagos y/o transferencias al beneficiario, a través de servicios de telecomunicaciones. Entretanto, se refiere a la transferencia electrónica no bancaria como la operación por la cual el remitente transfiere fondos en tiempo real, mediante una Entidad de Medio de Pago Electrónico (EMPE), a un beneficiario, para su correspondiente registro en una cuenta de dinero electrónico, en una cuenta abierta en una entidad financiera o para su disponibilidad en efectivo. Establece también montos máximos de saldo y acreditaciones.

Interoperabilidad, compensación y liquidación: las EMPEs podrán constituir Cámaras Compensadoras, a fin de lograr la interoperabilidad de las transferencias entre sus clientes. La misma deberá realizarse en el marco de lo establecido en la Ley N° 4595/2012 de Sistemas de Pagos y Liquidación de Valores”. Con la habilitación de las Cámaras Compensadoras se integran

ecosistemas de pagos independientes en uno más amplio y se determina que las transferencias entre usuarios de distintas EMPEs no tendrán costos adicionales para el usuario. No obstante, esta interoperabilidad no es técnica, es decir, no regula la banca abierta que permita intercambiar datos de manera segura entre EMPES y Bancos u otras entidades financieras, sino que trata solamente la creación de la cámara de compensación de las EMPES.

Los fondos de cada titular, agente y punto de venta deberán estar íntegramente garantizados por la EMPE mediante la formación de un patrimonio autónomo y/o depósitos en el BCP. El patrimonio autónomo deberá ser administrado por una fiduciaria, y el depósito en el BCP efectuado directamente por la EMPE, en una cuenta habilitada para el efecto. (Banco Central del Paraguay, 2020).

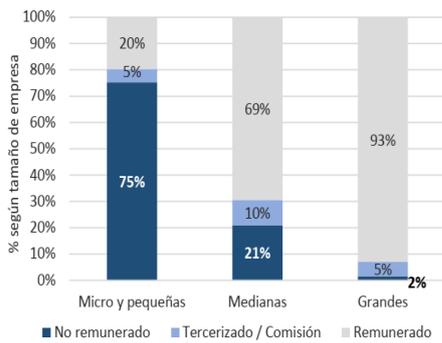
En la actualidad, el BCP establece que la cuentas en las EMPEs tienen un límite máximo cuyo saldo no puede exceder de los 3,4 millones de guaraníes (485,00 USD).

## APÉNDICE – GRÁFICOS Y TABLAS

### Apéndice 1.a – Demanda MiPyME PARAGUAY

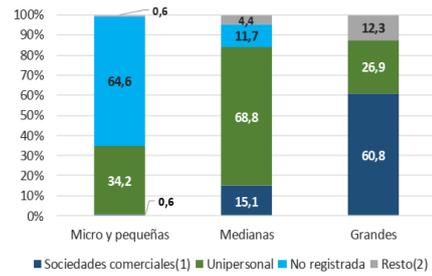
Principales tablas e ilustraciones del estudio – Microfinanzas en Paraguay: análisis de la oferta y demanda (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010).

o 2. Participación en la fuerza de trabajo remunerada, tercerizada o por comisión y no remunerada según tamaño de unidad económica



Fuente: Censo Económico Nacional – Dirección Nacional de Estadísticas, Encuestas y Censos (DNEEC)

Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).

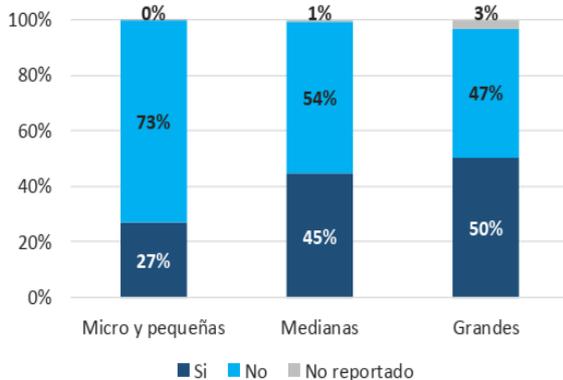


(1) Incluye: Sociedad Anónima, Sociedad Anónima Emisora de Capital Abierto, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita por Acciones, entre otros.

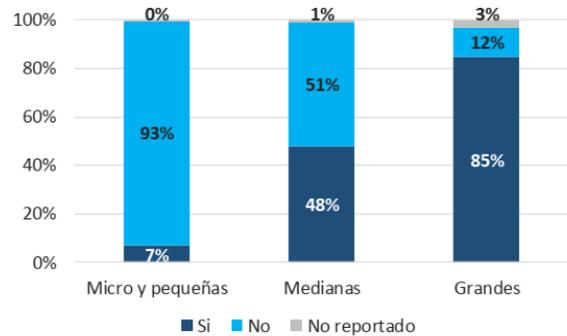
(2) Incluye: Cooperativa, Institución sin fines de lucro, Otro tipo de sociedad y No Reportado

Fuente: Censo Económico Nacional – Dirección Nacional de Estadísticas, Encuestas y Censos (DNEEC)

Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).



Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).



Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).

Causas de no acceso a crédito bancario	Unidades económicas	Tamaño de las unidades económicas			
		MIPYMES			Grandes
		Total MYPIMES	Micro y pequeñas	Medianas	
<b>Total</b>	<b>133.575</b>	<b>131.743</b>	<b>123.663</b>	<b>8.080</b>	<b>1.832</b>
No lo ha necesitado	54%	54%	53%	66%	79%
No cree cumplir con los requisitos	21%	22%	22%	10%	3%
Porque son altos los intereses	18%	18%	19%	15%	7%
No confía en los bancos	3%	3%	3%	2%	1%
Desconoce el procedimiento para solicitarlo	2%	2%	2%	1%	0%
Porque las instituciones le quedan muy lejos	1%	1%	1%	1%	0%
Sí lo ha solicitado, pero no le han otorgado	1%	1%	1%	1%	0%
Otras causas <sup>1</sup>	8%	8%	8%	8%	7%

(1) Otras fuentes: Asociaciones, fundaciones, familiar o amigo, entre otros.  
Fuente: Censo Económico Nacional – Dirección Nacional de Estadísticas, Encuestas y Censos (DNEEC)

(Tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017)).

Principales fuentes de créditos, préstamos o financiamiento	Unidades económicas	Tamaño de las unidades económicas			
		MIPYMES			Grandes
		Total MYPIMES	Micro y pequeñas	Medianas	
<b>Total</b>	<b>41.890</b>	<b>40.356</b>	<b>35.672</b>	<b>4.684</b>	<b>1.534</b>
Cooperativas	47%	48%	50%	35%	14%
Bancos privados	26%	24%	21%	51%	79%
Financieras	17%	17%	17%	21%	14%
Prestamistas privados	11%	12%	13%	4%	2%
Proveedores	6%	6%	5%	12%	24%
Gobierno (BNF, FG, CAH)	1%	1%	1%	1%	1%
Aportaciones o financiamiento del propietario o de los socios	0%	0%	0%	1%	4%
Emisión de títulos de deuda, por ejemplo bonos	0%	0%	0%	0%	1%
Otras fuentes <sup>1</sup>	4%	4%	5%	2%	1%

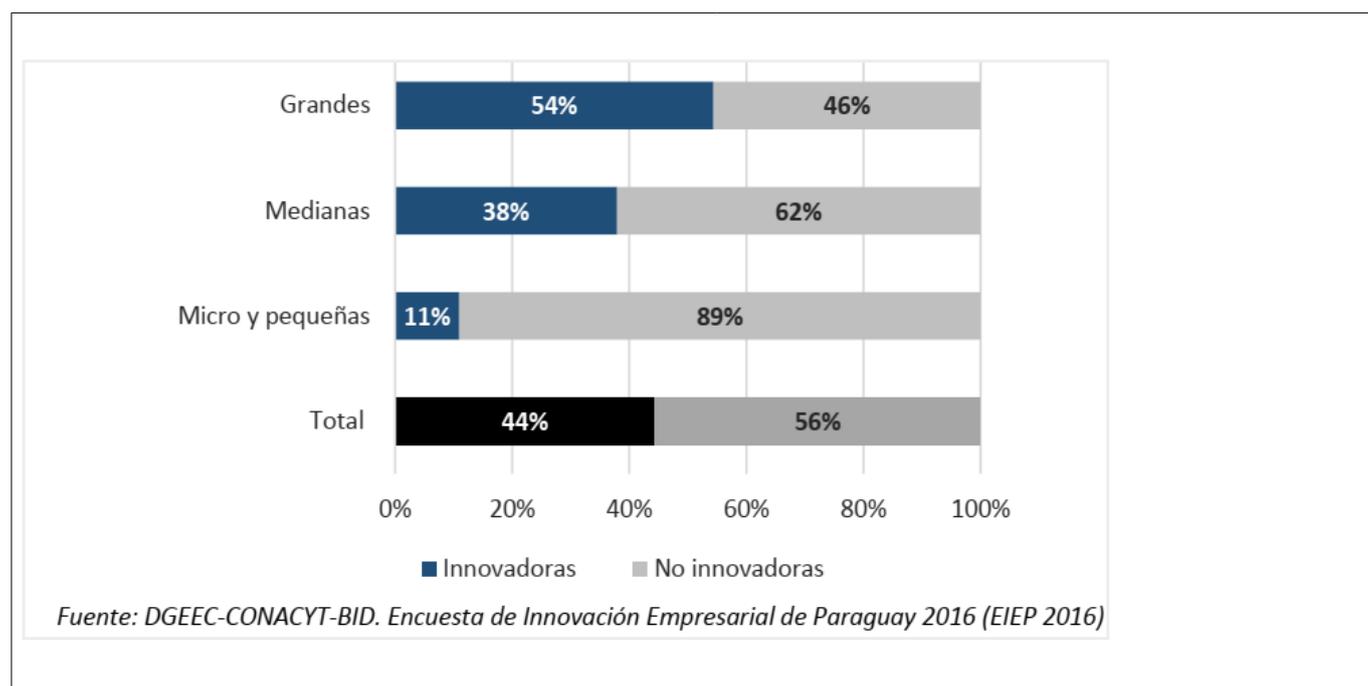
(1) Otras fuentes: Asociaciones, fundaciones, familiar o amigo, entre otros.

Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).

Usos de los créditos, préstamos o financiamiento	Unidades económicas	Tamaño de las unidades económicas			
		MIPYMES			Grandes
		Total MYPIMES	Micro y pequeñas	Medianas	
<b>Total</b>	<b>41.890</b>	<b>40.356</b>	<b>35.672</b>	<b>4.684</b>	<b>1.534</b>
Adquisición de insumos mercado nacional	77%	78%	78%	77%	65%
Equipamiento o ampliación del negocio	22%	22%	21%	27%	33%
Pago de deudas	5%	5%	4%	7%	11%
Creación o apertura del negocio	4%	5%	5%	2%	3%
Adquisición de insumos mercado extranjero	4%	3%	2%	7%	25%
Compra de local o vehículo	3%	3%	2%	6%	15%
Pago de salarios	1%	1%	0%	2%	3%
Otros usos <sup>1</sup>	4%	4%	4%	4%	7%

(1) Otros usos: Pago de servicios básicos, internet, alquiler de local, entre otros.

Fuente: Censo Económico Nacional (DNEEC) tomado de (Baruj, Jara, Ventura, & Vera, 2017).



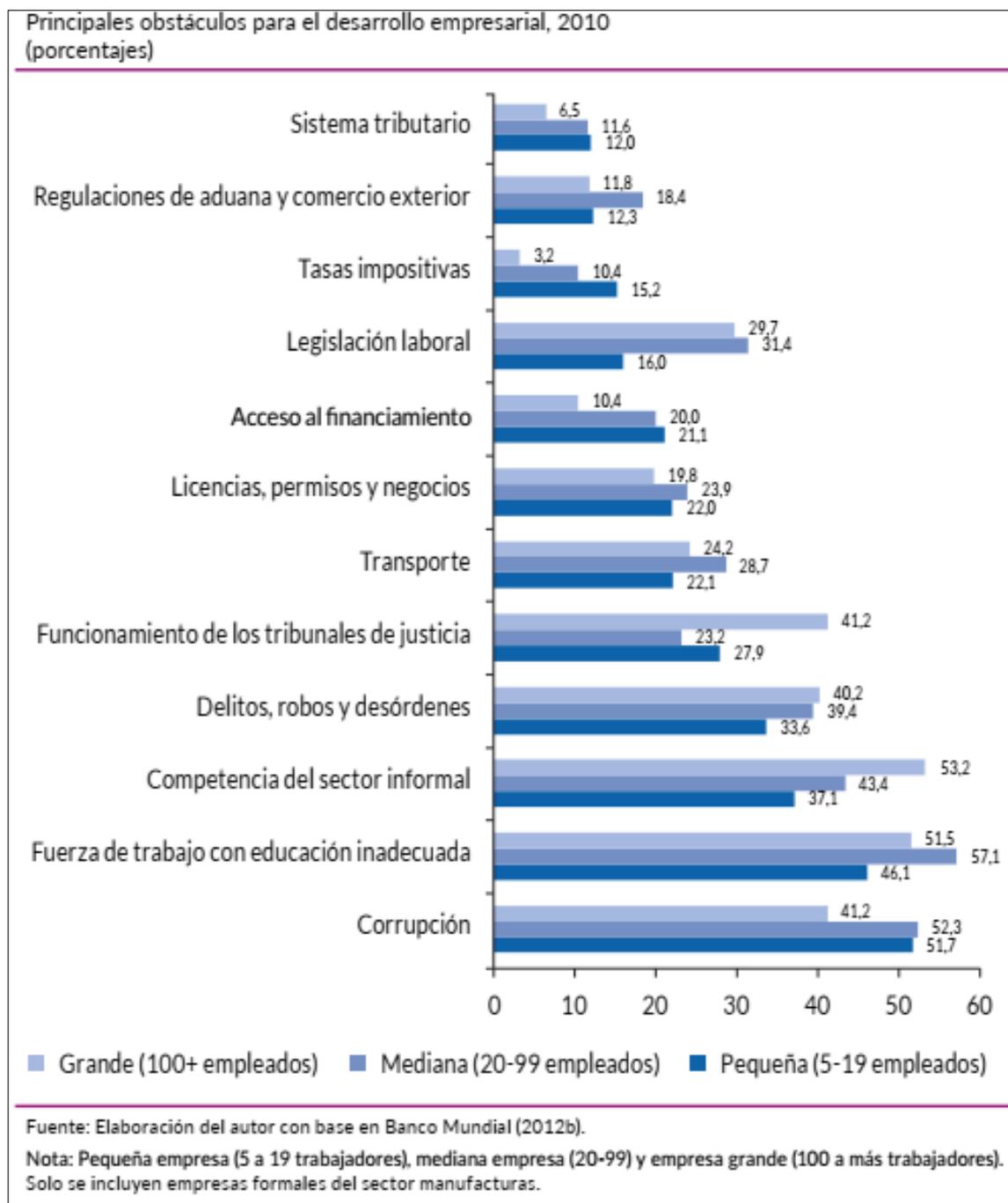
**Tabla 8 - Principales obstáculos para el desarrollo empresarial 2010**

**Comparativo de Paraguay con América Latina y el Caribe**

Principales obstáculos para el desarrollo empresarial, 2010 (porcentajes)		
Obstáculos para el desarrollo empresarial	América Latina y el Caribe	Paraguay
Prácticas de competidores en el sector informal	14,6	29,0
Fuerza de trabajo con educación inadecuada	10,2	14,3
Corrupción	7,7	13,4
Acceso al financiamiento	14,7	8,7
Legislación laboral	3,7	6,1
Electricidad	8,8	5,2
Licencias y permisos de negocios	3,0	4,9
Delitos, robos y desórdenes	9,4	4,9
Inestabilidad política	8,1	4,0
Funcionamiento de los tribunales de justicia	1,2	3,2
Regulaciones de aduanas y comercio exterior	4,2	2,2
Administración impositiva	9,2	1,4
Acceso a los terrenos	1,1	1,3
Transporte	2,4	1,3
Tasas impositivas	1,7	0,1

Fuente: Elaboración del autor con base en la Enterprise Surveys. Paraguay. Perfil de país 2010, Banco Mundial (2012).

**Gráfico 1 - Principales obstáculos para el desarrollo empresarial 2010**  
**Comparativo según el tamaño de la empresa**



## Apéndice 1.b – Demanda Micro en PARAGUAY

Principales tablas e ilustraciones del estudio – Microfinanzas en Paraguay: análisis de la oferta y demanda (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010).

**Tabla 14: Tenencia de vivienda**

Tenencia de la vivienda	Total
Total	100,0
Propia	81,2
Pagando en cuotas	1,6
Propiedad en condominio	0,2
Arrendatario o inquilino	8,5
Ocupante de hecho	2,2
Cedida	6,0
Otro	0,2

\*Valores expresados en porcentajes

Fuente: Encuesta a microempresarios/as - DGEEC

**Tabla 15: Rama de actividad principal**

Rama de la actividad Principal	Total
Total	100
Agricultura, Ganadería, Caza y Pesca	7,8
Minas y Canteras	0,1
Industrias Manufactureras	13,9
Electricidad, Gas y Agua	0,1
Construcción	10,4
Comercio, Restaurantes y Hoteles	45,7
Transporte, Almacén. y Comunicaciones	4,3
Finanzas, Act. Empresarial, Seguros, Inmuebles	3,6
Servicios Comunes, Sociales y Personales	14,2

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 16: Actividad por sector económico**

Sector económico	Total
Total	100
Comercio	40,2
Servicios	35,6
Producción	17,2
Agropecuaria	6,9

Fuente: PNUD/Red de Microfinanzas - Encuesta a microempresarios/as urbanos realizada por DGEEC 2009

**Tabla 17: Número de personas que trabajan en la actividad**

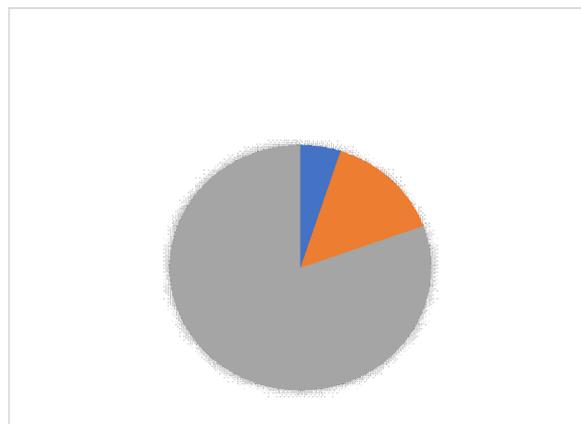
Según afinidad	Total
Total	100,0
Solo	53,2
Remuneradas miembros del hogar	6,0
No remuneradas miembros del hogar	24,5
No miembros del hogar	16,3

Fuente: PNUD/Red de Microfinanzas - Encuesta a microempresarios/as urbanos realizada por DGEEC 2009

**Tabla 20: Lugar de desarrollo de la actividad comercial**

Lugar	Hombre	Mujer	Total
Misma vivienda o terreno donde vive	27,8	68	45,7
Fuera de la vivienda o terreno donde vive	24,6	11,8	18,9
En vehículo, carrito, moto, bicicleta	11,1	2,0	7,0
A domicilio	26,5	9,8	19,0
A pie	8,4	8,4	8,4
Otro	1,6	0,0	0,9

\*Valores expresados en porcentajes

**Ilustración 24**

Fuente: (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)

**Tabla 26**

Monto de crédito Solicitado			
Rangos en U\$D	Hombre %	Mujer %	Total %
150	10.5	23.2	16.7
de 150 a 300	24.4	25.6	25.0
de 300 a 450	11.6	8.5	10.1
de 450 a 750	14.0	15.9	14.9
de 750 a 1500	19.8	11	15.5
mas de 1500	19.8	15.9	17.9

Fuente: adaptado de (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010).  
Valores en guaraníes transformados a dólares americanos.**Tabla 27: Plazo de financiación solicitado**

En meses	Hombre	Mujer	Total
hasta 6 meses	14,0	13,4	13,7
de 6 a 12 meses	39,5	48,8	44,0
de 12 a 18 meses	12,8	13,4	13,1
de 18 a 24 meses	19,8	15,9	17,9
de 24 a 36 meses	8,1	6,1	7,1
de 36 a 48 meses	3,5	1,2	2,4
más de 48 meses	2,3	1,2	1,8

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 28: Créditos solicitados por Institución**

Instituciones	Hombre	Mujer	Total
Cooperativa	65,1	74,4	69,6
Crédito Agrícola de Habilidadación	1,2	0,0	0,6
Banco comercial	9,3	4,9	7,1
Financiera	16,3	13,4	14,9
Usurero	3,5	3,7	3,6
Otro	4,7	3,7	4,2

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 30: Destino del crédito solicitado**

Tipo de inversión	Hombre	Mujer	Total
Compra de maquinarias y herramientas	23,3	11,0	17,3
Compra de materia prima, mercaderías	24,4	50,0	36,9
Compra, reparación/ ampliación del local	7,0	4,9	6,0
Compra de animales	3,5	0,0	1,8
Pagar deudas	9,3	11,0	10,1
Reparar o ampliar su vivienda	16,3	7,3	11,9
Otro	16,3	15,9	16,1

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 40: Destino del Crédito**

Grupo de Ingresos	Compra de maquinarias y herramientas	Compra de materia prima, mercaderías	Compra, reparación o ampliación del local	Compra de animales	Pagar deudas	Reparar o ampliar su vivienda	Otro
20% más pobre	10	23	10	0	29	0	15
20% siguiente	17	15	20	33	24	15	22
20% siguiente	24	24	10	67	35	15	11
20% siguiente	24	24	20	0	0	20	30
20% más rico	24	15	40	0	12	50	22

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 31: Necesidad actual e intención futura de solicitar crédito**

Futura	Hombre	Mujer	Total	Actual	Hombre	Mujer	Total
Sí	76,5	75,6	76,0	Sí	47,8	47,8	47,8
Probablemente	14,1	14,6	14,4	No	24,3	25,6	24,9
No	9,4	9,8	9,6	No sabe	27,8	26,6	27,3

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 33: Razón por la cual no solicitaría crédito**

	Hombre	Mujer	Total
Prefiere sus propios recursos	27,8	35,5	31,3
No lo necesita	13,3	23,7	18,1
Considera que no es sujeto de crédito	16,7	11,8	14,5
Ha tenido mala experiencia	2,2	0,0	1,2
Tiene crédito actualmente	6,7	3,9	5,4
Piden muchos requisitos	14,4	3,9	9,6
Los intereses son muy altos	2,2	2,6	2,4
Otra razón	16,7	18,4	17,5

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 34: Tipos de garantía con los que acceden a créditos**

	Hombre	Mujer	Total
Codeudor	18,4	18,4	18,4
Hipotecario	6,6	1,3	3,9
A sola firma	72,4	77,6	75,0
Prendario	1,3	1,3	1,3
Otro	1,3	1,3	1,3

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 35: Servicios adicionales que utilizan**

	Hombre	Mujer	Total
Sí, tarjetas de créditos	22,4	13,2	17,8
Sí, ahorros	6,6	1,3	3,9
Sí, seguros	2,6	2,6	2,6
Otros	1,3	0,0	0,7
No tiene	67,1	82,9	75,0

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 36: Fuente principal del ingreso en el hogar**

Total	100,0
La ocupación de los demás miembros	59,3
Otra empresa o negocio propio	22,4
Su salario por otros trabajos	12,4
Aporte de familiares	5,4
Otra fuente	0,4

\*Valores expresados en porcentajes

**Tabla 39**

Nivel de ingresos mensuales de microempresarios	
Grupo (quintiles)	Rangos en U\$D
20% mas pobre	hasta 70
20% siguiente	de 71 a 150
20% siguiente	de 151 a 300
20% siguiente	de 301 a 600
20% mas rico	mayor a 600

**Fuente: adaptado de (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010).**  
Valores en guaraníes transformados a dólares americanos.

**Tabla 21: Actividad Secundaria**

Posee Alguna	Total
Total	100,0
Sí	22,6
No	77,4

\*Valores expresados en porcentajes

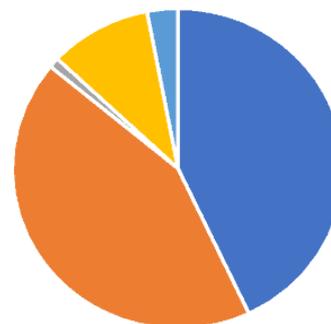
Fuente: Encuesta a microempresario/as – DGEEC

Es decir, el 22,6% de los microempresarios encuestados tiene una actividad secundaria, además de la principal relacionada con su microemprendimiento.

**Tabla 41: Capacidad de Ahorro de los microempresarios**

De sus ganancias	Hombre	Mujer	Total
Sí	14,0	9,0	12,0
No	86,0	91,0	88,0

\*Valores expresados en porcentajes

**Ilustración 25**

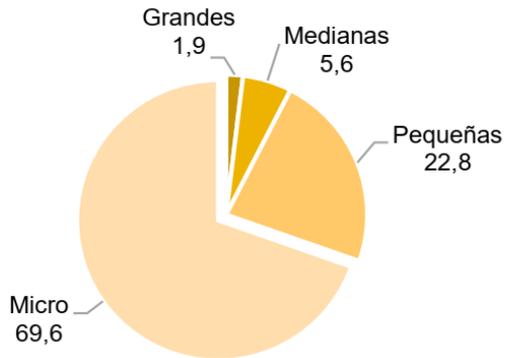
Fuente: (PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)

## Apéndice 2.a – Demanda MiPyME en ARGENTINA

Los gráficos y tablas han sido seleccionados de diferentes estudios e investigaciones que se detallan a continuación:

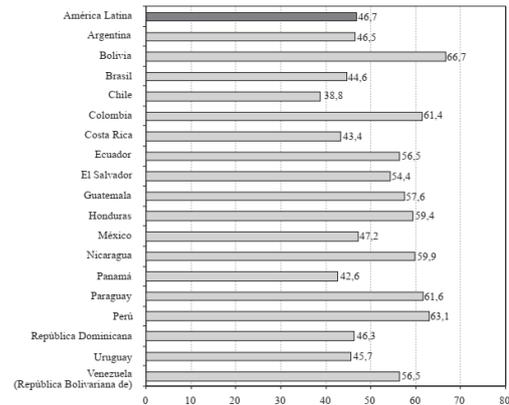
- Inclusión financiera de la pequeña y mediana empresa (Woyecheszen, 2017)
- Informe Especial: Financiamiento, desempeño PyME y desarrollo productivo (Fundación Observatorio PyME, junio 2019)
- Eliminando Barreras: El financiamiento a las Pymes en América Latina (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011)

### Empresas según tamaño, 2014 (En porcentajes)



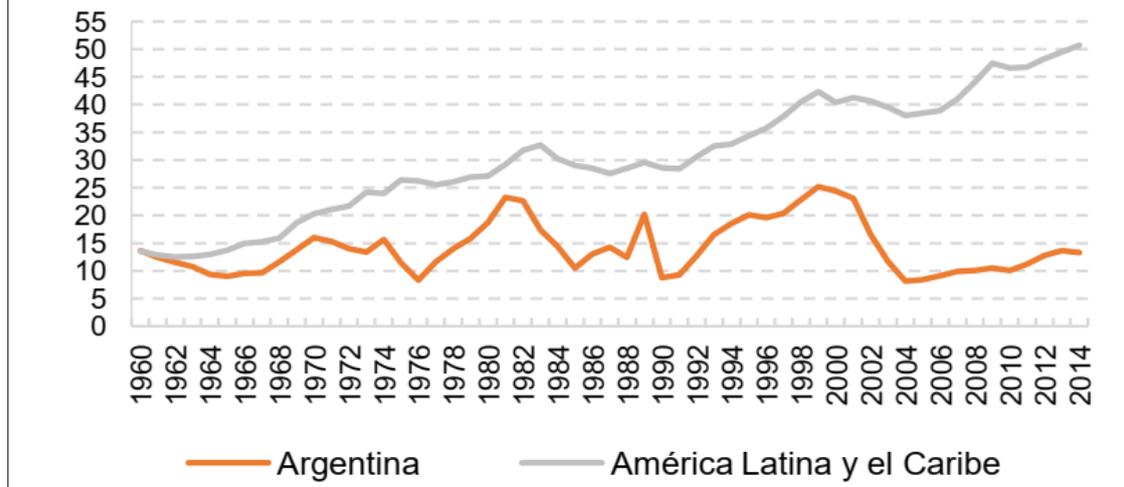
(Woyecheszen, 2017) adaptado de FOP 2014.

América Latina: La persistencia de la informalidad en los mercados laborales urbanos, 2003  
(Población urbana empleada en el sector informal como porcentaje de la población urbana empleada)



Fuente: (Cimoli, Primi, & Pugno, 2006) Un Modelo de bajo crecimiento: La informalidad como restricción estructural.

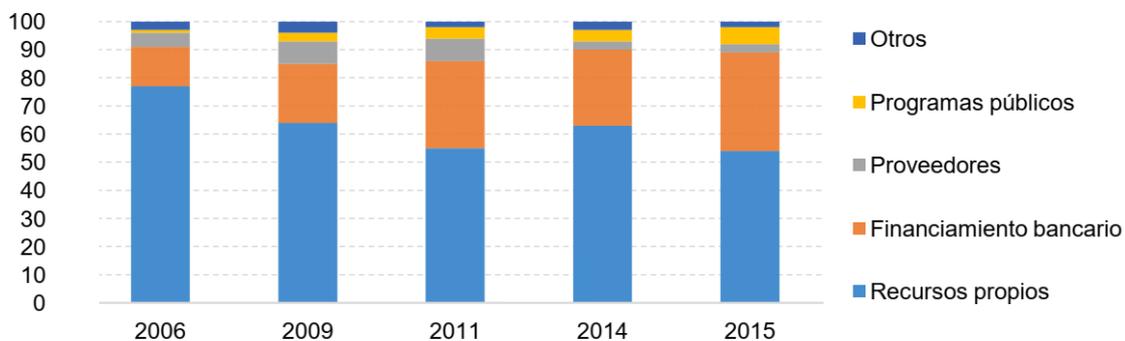
### Préstamos otorgados por el sistema financiero Crédito al sector privado de todo el sistema sobre el PBI (En porcentajes del PBI)



Fuente: CEPAL tomado de (Woyecheszen, 2017)

**Gráfico 7 del documento original**

**Fuente de financiamiento de las PyMIs inversoras**  
(En porcentajes)



Fuente: (Woyecheszen, 2017) adaptado de FOP 2015.

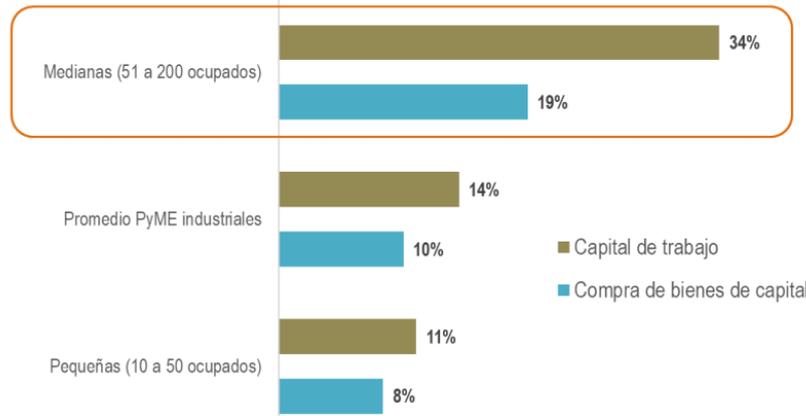
**Destino de crédito**  
(En porcentajes)



Fuente: (Woyecheszen, 2017) adaptado de FOP 2015.

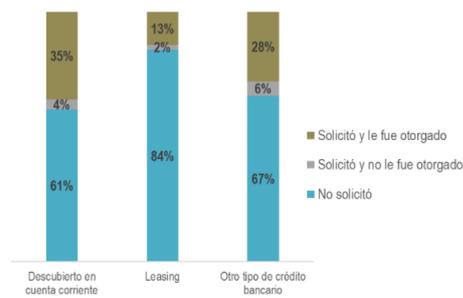
**Gráfico 3 del documento original**

**Intención de solicitar financiamiento en los próximos meses (% de pymes manufactureras por sector)**



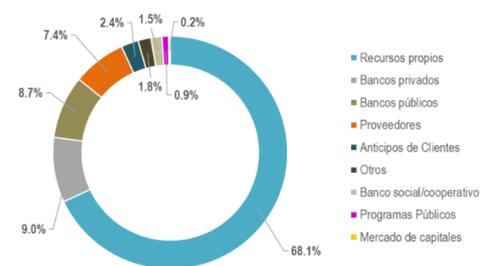
**Fuente: Fundación Observatorio Pyme (Junio 2019). Destacan las empresas medianas con una demanda cercana a un tercio.**

**Gráfico 4 del documento original: Acceso al financiamiento bancario**



**Fuente: Fundación Observatorio Pyme (Junio 2019)**

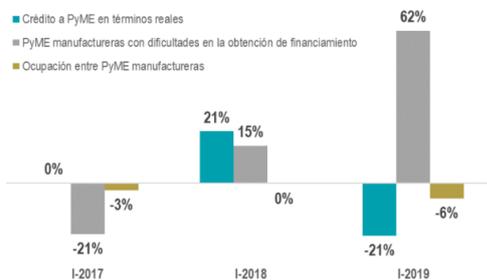
**Gráfico 5 del documento original: Estructura de financiamiento de las PyMES manufactureras**



**Fuente: Fundación Observatorio Pyme (Junio 2019)**

**Gráfico 1 del documento original**

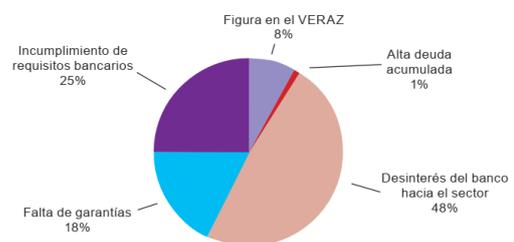
**Crédito Pyme en términos reales, dificultades de financiamiento y empleo**



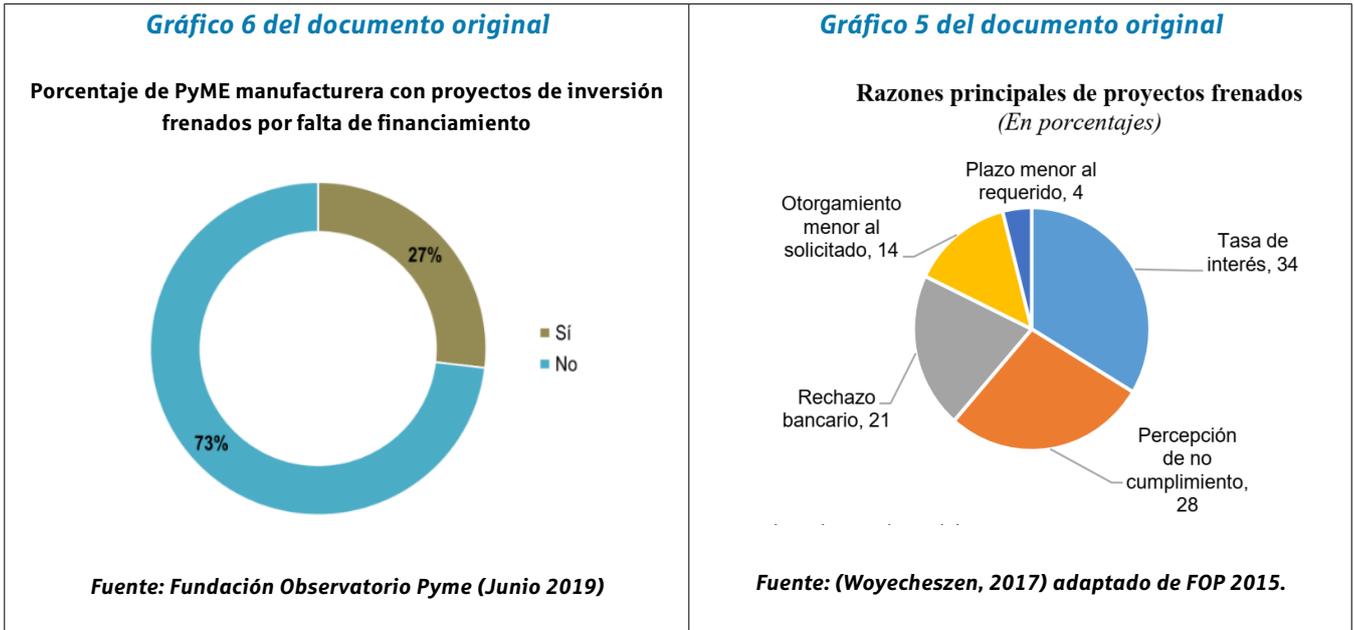
**Fuente: Fundación Observatorio Pyme (junio 2019).**

**Gráfico 5 del documento original**

**Principales razones del rechazo de solicitud de crédito bancario (En porcentajes)**

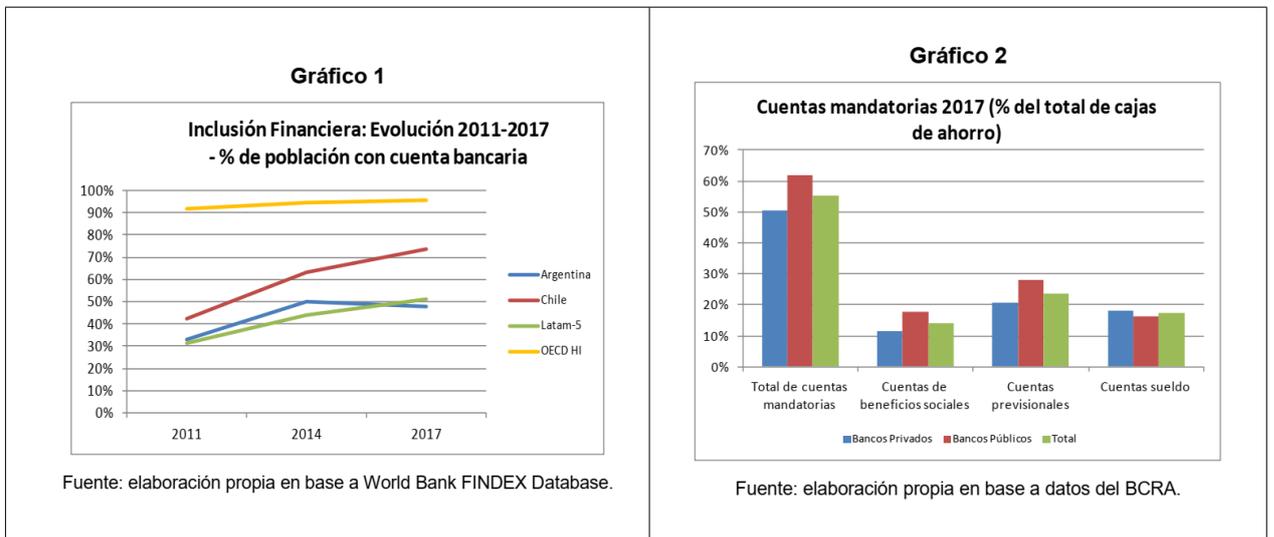


**Fuente: Goldstein (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011), original de Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPYME)**

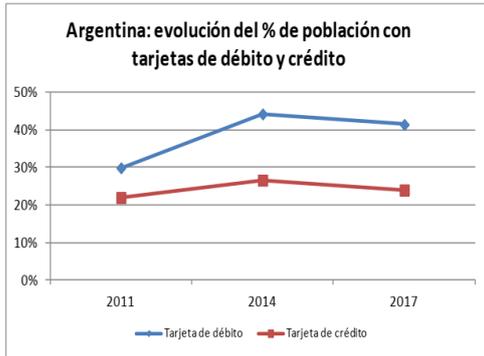


## Apéndice 2.b – Demanda MICRO en ARGENTINA

Principales tablas e ilustraciones sobre la demanda de productos financieros del estudio “Inclusión Financiera en la Argentina” (FIEL, 2019) y “Microcréditos Argentina” (Foncap - 2015)

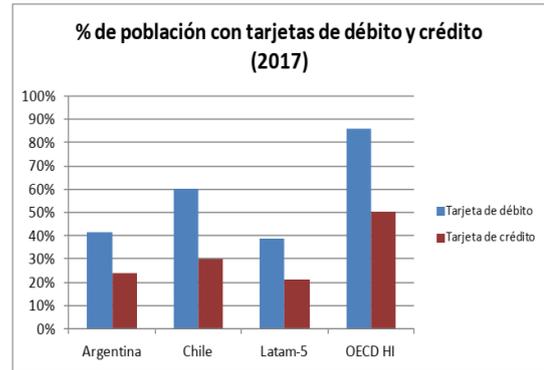


**Gráfico 3**



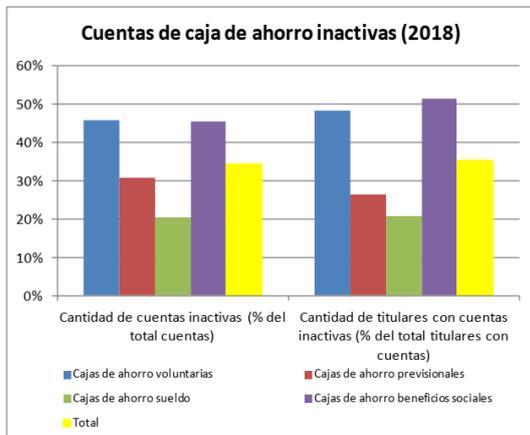
Fuente: elaboración propia en base a World Bank FINDEX Database.

**Gráfico 4**



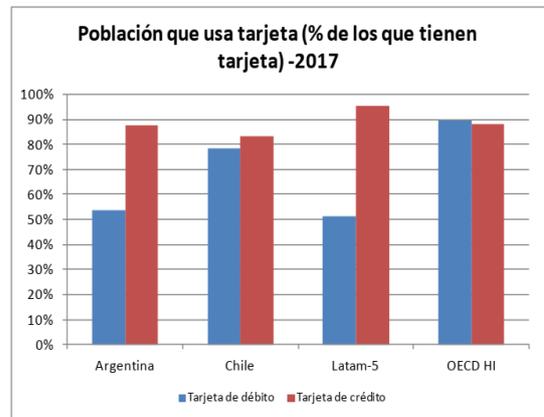
Fuente: elaboración propia en base a World Bank FINDEX Database

**Gráfico 5**



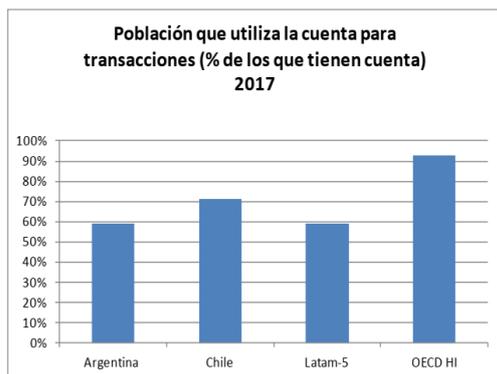
Fuente: elaboración propia en base a encuesta FIEL a bancos.

**Gráfico 6**



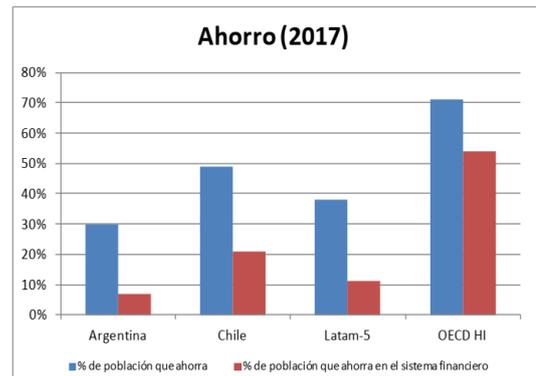
Fuente: elaboración propia en base a World Bank FINDEX Database.

**Gráfico 8**



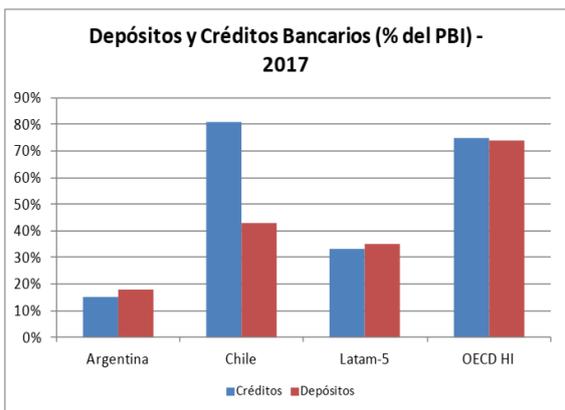
Fuente: elaboración propia en base a World Bank FINDEX Database.

**Gráfico 10**



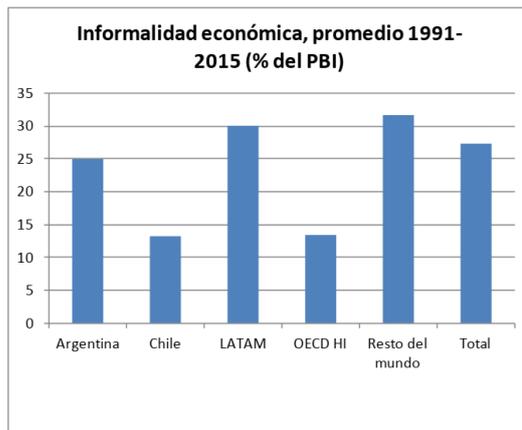
Fuente: elaboración propia en base a World Bank FINDEX Database.

**Gráfico 13**



Fuente: elaboración propia en base a FAS Database.

**Gráfico 16**



Fuente: Medina and Schneider (2018)

**Tabla 3. Argentina: Barreras al acceso autopercibidas**

Fondos insuficientes	62.0%
Costos	44.4%
No necesita cuenta	38.5%
Documentación	29.0%
Falta de confianza	28.5%
Alguien más en la familia	22.3%
Lejanía	10.5%
Religión	2.5%

Fuente: FIEL en base a Findex 2017.

**Son las razones percibidas por las que los individuos no abren una cuenta bancaria.**

**Tabla N° 2: Datos de empresas y origen de fondos**

	Argentina	Brasil *	Paraguay	Uruguay
% de empresas con cuenta de ahorros	96.2	99.0	89.7	90.8
% de empresas con un préstamo bancario / línea de crédito	49.3	59.2	60.2	48.6
% de empresas que no necesitan un préstamo	17.1	41.3	30.6	44.7
% de empresas que usan los bancos para financiar inversiones	30.3	43.7	30.1	13.7
% inversiones financiadas internamente	63.2	55.3	60.4	69.6
% de las inversiones financiadas por los bancos	13.9	32.3	20.8	9.1
% de las inversiones financiadas por el crédito de proveedores	14.9	9.1	8.8	6.6
% de empresas que identifican el acceso a la financiación es una restricción importante	43.5	45.2	19.5	16.0

**Nota:** Resumen de datos presentados por la *Enterprise Survey* del Banco Mundial, correspondientes al año 2010; \*2009.

(Martinez, Guercio, Corso, & Vigier, 2017)

**Ranking de participación del desarrollo del sistema financiero argentino en indicadores del Foro Económico Mundial para un conjunto de 148 países**

Indicadores	Ranking
8vo pilar - desarrollo mercado financiero	132
Disponibilidad de los servicios financieros	132
Asequibilidad de los servicios financieros	137
Facilidad para obtener financiación a través de mercado de valores local	125
Facilidad de acceso a préstamos bancarios para empresas (sin necesidad de aportar garantías)	132
Disponibilidad de capital de riesgo	126
Solidez de las entidades bancarias nacionales	87
Índice de protección legal de prestamistas y prestatarios (0=baja, 10=alta)	106

Fuente: elaboración propia en base a datos del Foro Económico Mundial (acceso enero 2017).

(Woyecheszen, 2017)

**TABLA A – ESTUDIO FONCAP - EXPERIENCIA CREDITICIA CUENTAPROPISTA**

Del 25% de cuentapropista que evaluó sacar un crédito pero no lo hizo, dio como razones:

Motivos por los que no sacó un crédito aunque lo evaluó como posibilidad	% de menciones
Me pedían requisitos o garantías que no podía cumplir	59.20%
La tasa de interés era demasiada alta	28.20%
Temí endeudarme, no poder pagar, no poder cumplir con lo pactado	22.80%
No podía pagar las cuotas mensuales	10.50%
No dan créditos para gente como yo, hay que tener algun contacto	9.00%
No me gusto el sistema de garantía solidaria / crédito grupal	2.00%
El plazo de pago era muy largo (muchas cuotas)	1.70%
El plazo era muy corto (pocas cuotas)	0.80%
Otras	4.10%
No sabe / No contesta	5.80%

Fuente: Microcréditos Argentina (Foncap - 2015)

## Apéndice 3.a – Resumen comparativo de ambos países MiPyME

### Tabla 1 - Resumen comparativo de ambos países MiPyME

	Paraguay	Fuente Paraguay	Argentina	Fuente Argentina	
MiPyME	<b>INFORMALIDAD LABORAL</b> • 61,6% de informalidad laboral	Cimoli, et al., 2006, CEPAL	<b>INFORMALIDAD LABORAL</b> • 46,5% de informalidad laboral	Cimoli, et al., 2006, CEPAL	
	<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b> • El 65% de los establecimientos MiPes no están registrados y el 75% tiene personal no remunerado • El 12% de las empresas medianas no están registradas y el 21% tiene personal no remunerado	(Baruj, et al., 2017).	• El 80% de la informalidad laboral se concentra en microempresas con menos de 10 empleados • El 50% de la informalidad laboral se concentra en empresas con mas de 40 empleados	Woyecheszen, 2017	
			<b>INFORMALIDAD FISCAL y REGULATORIA</b> • 25 % del PBI es informal, tomado como promedio desde 1991 hasta 2015 • El 30% de la población ahorra, pero solo un 7% lo realiza en el sistema financiero • Casi el 40% de la población tiene un préstamo, pero menos del 10% con el sistema financiero	FIEL, 2019	
			<b>CUMPLIMIENTOS REGULATORIOS E INSTITUCIONALIDAD</b> Según el World Justice Project, Argentina se encuentra en el puesto 46 de 113 países que informan sobre: • cumplimiento regulatorio • aplicación efectiva de regulaciones • aplicación de regulaciones sin retrasos injustificados • respeto al debido proceso • no expropiación sin compensación adecuada	World Justice Project - FIEL, 2019	
	• 70% de las MiPyMES son informales	<a href="https://www.lana-cion.com.py/negocios/2020/04/11/">https://www.lana-cion.com.py/negocios/2020/04/11/</a>	<b>MICRO 1</b> • el 78% de los microempresarios no cuenta con ningún tipo de registro	FONCAP 2015	
			<b>MICRO 2</b> Del 100% de demanda potencial de microcréditos cuentapropistas, el 78% es informal Del 100% de demanda potencial de microcréditos de asalariados solo el 23% es informal	Carballo, et al., 2016, tomado de la encuesta EDSA 2011	
	<b>Establecimientos con cuentas</b>	• El 7% de los establecimientos MiPes tienen cuenta • El 48% de las empresas medianas tienen cuenta bancaria	(Baruj, et al., 2017).	• El 96,2% de las PyMEs tienen una CUENTA DE AHO-RRO	Enterprise Survey del Banco Mundial (2010) - García & Vite, 2014
	<b>Acceso al financiamiento</b>	• El 27% de las micro tienen acceso formal al crédito • El 30% de las PyMES han tomado crédito	Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Gobierno de Paraguay, 2014)	De las empresas con <b>personería jurídica</b> utilizan financiamiento • el 39% de las micro • el 63% de las pequeñas • el 70% de las medianas	ENIF -Argentina (Ministerio de Hacienda Argentina 2019)
		• El 27% de los establecimientos MiPes accedieron a crédito • El 45% de las empresas medianas accedieron a crédito	(Baruj, et al., 2017).	• El 68,1% de las PyMES no acceden al crédito • El 60% de MiPyMES se autofinancian la adquisición de capital de trabajo • El 66% de las MiPyMES se autofinancia la compra de activo fijo el mas alto de la región	FOP 2019
• El 60,2% de las PyMES tienen un prestamos bancario		Enterprise Survey del Banco Mundial (2010) - García & Vite, 2014	• El 49,3% de las PyMEs tiene un crédito bancario	Enterprise Survey del Banco Mundial (2010) - García & Vite, 2014	
Consideran acceso al crédito como un restricción importante • 19,5%		Martinez, et al., 2017, datos del Enterprise Survey del Banco Mundial	Consideran acceso al crédito como un restricción importante • 43,5%	Martinez, et al., 2017, datos del Enterprise Survey del Banco Mundial	

Tabla 2 - Resumen comparativo de ambos países MiPyME

	Paraguay	Fuente Paraguay	Argentina	Fuente Argentina	
MiPyME	Demanda de crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 17,1% de las PyMES no necesitan préstamos, es decir, el <b>82,9% si necesita crédito</b></li> </ul>	(2010) - García & Vite, 2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 30.6% de las PyMES no necesitan préstamos, es decir solo el <b>69,4% si necesita crédito</b></li> </ul>	(2010) - García & Vite, 2014
	<b>DEMANDA URBANA</b> CREDITO PROMEDIO <ul style="list-style-type: none"> <li>micro USD 1.400</li> <li>pequeña USD 30.000</li> <li>mediana USD 150.000</li> </ul> CANTIDAD DE EMPRESAS DEMANDA MEDIA <ul style="list-style-type: none"> <li>micro 468.000</li> <li>pequeña 2.200</li> <li>mediana 1.800</li> </ul> DEMANDA ESTIMADA --> USD 814 MILLONES	"Oferta y demanda de microfinanzas con alcance rural en el Paraguay" (Red de Microfinanzas Paraguay, 2013)	Según Bebczuk la escasez no refleja un problema de oferta sino también de baja demanda. Los motivos pueden ser diversos pero seguramente la volatilidad macroeconómica no ayuda a incrementar riesgos tomando deuda. La proporción de gasto privado que se financia con nuevo crédito bancario alcanzaba en el 2007 un 2,2%, implicando que el 97,8% restante se financia con capital propio	Bebczuk 2010	
	<b>DEMANDA RURAL</b> CREDITO PROMEDIO <ul style="list-style-type: none"> <li>micro USD 2.100</li> <li>pequeña USD 45.000</li> <li>mediana USD 225.000</li> </ul> CANTIDAD DE EMPRESAS DEMANDA MEDIA <ul style="list-style-type: none"> <li>micro 90.000</li> <li>pequeña 11.000</li> <li>mediana 4.000</li> </ul> DEMANDA ESTIMADA --> USD 1.353 MILLONES				INTENCIÓN DE SOLICITAR FINANCIAMIENTO EN LOS PRÓXIMOS MESES DE LAS PYMES <ul style="list-style-type: none"> <li>14% para capital de trabajo</li> <li>10% para bienes de capital.</li> </ul>
	Principales causas del no acceso al crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 54% de las MiPyMES no la ha necesitado.</li> <li>El 22% de las MiPyMES no cumple con los requisitos</li> <li>El 18% de las MiPyMES considera los intereses muy altos</li> <li>El 3% no confía en los bancos</li> <li>El 2% desconoce el procedimiento de solicitud.</li> <li>El 1% sí lo ha solicitado pero fue rechazado</li> <li>el 8% manifiesta otras causas</li> </ul>	(Baruj, et al., 2017).	CAUSAS DE RECHAZOS DE SOLICITUDES <ul style="list-style-type: none"> <li>El 48% por desinterés del banco</li> <li>El 25% por incumplimiento de requisitos bancarios</li> <li>El 18% por falta de garantías</li> <li>El 8% figura en el Büro de crédito</li> <li>El 1% alta deuda</li> </ul>	Goldstein (Ferraro, et al., 2011), original de Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPYME)
Principales fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 60,4% de las PyMES se financia internamente.</li> </ul> El 73% de las MiPes y el 54% de las Medianas se financió con <b>recursos propios</b> . De la MiPyMES que tomaron deudas el financiamiento se realizó de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> <li>El 48% --&gt; COOPERATIVAS</li> <li>El 24% --&gt; BANCOS PRIVADOS</li> <li>El 17% --&gt; FINANCIERAS</li> <li>El 12% --&gt; PRESTAMISTAS</li> <li>El 6% --&gt; PROVEEDORES</li> <li>El 1% --&gt; PROGRAMAS DEL GOBIERNO</li> <li>El 4% --&gt; otros</li> </ul>	Enterprise Survey del Banco Mundial (Baruj, et al., 2017).	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 63,2% de las PyMES se financia internamente</li> </ul> Fuentes de financiamiento de las PyMES <ul style="list-style-type: none"> <li>El 68.1% --&gt; <b>recurso propios</b></li> <li>El 9% --&gt; BANCOS PRIVADOS</li> <li>Un 8,7% --&gt; BANCOS PÚBLICOS</li> <li>Un 7,4% PROVEEDORES</li> <li>El 2,4% --&gt; ANTICIPO DE CLIENTES</li> <li>1,5% --&gt; otros</li> <li>El 1,5% --&gt; BANCO SOCIAL COOPERATIVO</li> <li>El 0,9% --&gt; PROGRAMAS PUBLICOS</li> <li>El 0,2% --&gt; MERCADO DE CAPITAL</li> </ul>	Enterprise Survey del Banco Mundial FOP 2019	
Principales destinos de los créditos	Destino del crédito MiPYME <ul style="list-style-type: none"> <li>El 78% --&gt; insumos</li> <li>El 22% --&gt; equipamiento</li> <li>El 5% --&gt; pago de deudas</li> <li>El 5% --&gt; apertura de negocios</li> </ul>	(Baruj, et al., 2017).	Destino del crédito PYME <ul style="list-style-type: none"> <li>El 39% --&gt; insumos / capital de trabajo</li> <li>El 33% --&gt; equipamiento</li> <li>El 10% --&gt; bienes muebles</li> <li>El 8% --&gt; otros</li> <li>El 5% --&gt; cancelación o refinanciamiento de pasivos</li> <li>El 4% --&gt; bienes inmuebles</li> <li>El 10% --&gt; prefinanciación de exportaciones</li> </ul>	(Woyecheszen, 2017) adaptado de FOP 2015.	

## Apéndice 3.b – Resumen comparativo de ambos países - Micro

### Tabla 1 - Resumen comparativo de ambos países Micro

	Paraguay	Fuente Paraguay	Argentina	Fuente Argentina	
Acceso al financiamiento	El 34% de los adultos paraguayos reporta haber tomado algún tipo de préstamo en el último año (2014) Solo el 27% de las Microempresas del país tiene acceso a un crédito formal	Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Gobierno de Paraguay, 2014)	El 39.6% de las micro <b>con personería jurídica</b> utiliza algún tipo de financiamiento. <ul style="list-style-type: none"> <li>El 50% de los adultos son deudores</li> <li>El 32% de los adultos tiene deudas con tarjetas de crédito</li> <li>El 22% tiene deudas por créditos personales</li> <li>El 4% tiene deudas por adelantes de cta. cte.</li> <li>El 1,6% tiene créditos prendarios</li> <li>El 0,8% tiene créditos hipotecarios</li> </ul>	ENIF -Argentina (Ministerio de Hacienda Argentina 2019)	
MICRO Demanda de crédito	<b>URBANA --&gt; CREDITO PROMEDIO USD 1.400</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>375.000 microemp. --&gt; conservador</li> <li>567.000 microempresas --&gt; optimista</li> <li>ESTIMACIÓN DEMANDA USD 524 MILLONES</li> </ul> <b>RURAL --&gt; CREDITO PROMEDIO USD 2.100</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>85.000 microemp. --&gt; conservador</li> <li>108.000 microemp. --&gt; optimista</li> <li>ESTIMACIÓN DEMANDA USD 151 MILLONES</li> </ul>	“Oferta y demanda de microfinanzas con alcance rural en el Paraguay” (Red de Microfinanzas Paraguay, 2013)	De los que tuvieron algún crédito en el pasado el 71% manifestó estar satisfecho y estar dispuesto a solicitar nuevamente un crédito. DEMANDA POTENCIAL MEDIA, entre conservadora y optimista <ul style="list-style-type: none"> <li>Conservadora --&gt; 700 mil potenciales prestatarios a USD 1.000 el crédito promedio, representa unos USD 700 millones</li> <li>Solo el 10% estaría cubierto, considerando los datos del mapeo de instituciones 2019, que informa una cartera de USD 56 millones</li> </ul>	FONCAP 2015 MAPEO Instituciones de Microfinanzas 2019 - CONAMI, FONCAP- RADIM  <a href="https://www.forbesargentina.com/negocios/microfinanzas-lupa-n651">https://www.forbesargentina.com/negocios/microfinanzas-lupa-n651</a>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Más del 90% manifestaron la necesidad actual de solicitar un crédito</li> <li>más del 70% manifestaron la necesidad futura de solicitar un crédito</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	A nivel nacional existen 2.080.187 individuos demandarían un crédito en los próximos 12 meses, de los cuales <ul style="list-style-type: none"> <li>10% son desempleados</li> <li>45% empleados informales</li> <li>45% empleados formales</li> </ul> Solo el 40% de la población bancarizada (tiene cuenta de ahorro y tarjeta de crédito o solo cta. de ahorro) demandaría un crédito	Carballo, et al., 2016, tomado de la encuesta EDSA 2011	
	Vivienda propia	<ul style="list-style-type: none"> <li>81% de los microempresarios cuenta con vivienda propia</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	De los potenciales demandantes de microcrédito: <ul style="list-style-type: none"> <li>el 21% son propietarios de vivienda</li> <li>el 57% son inquilinos</li> <li>el 22% tienen tenencia irregular de vivienda</li> </ul>	Carballo, et al., 2016 Encuesta de la Deuda Social de la Pontificia Universidad Católica Argentina
				De los encuestados según perfil definido por FONCAP <ul style="list-style-type: none"> <li>59% es propietario</li> <li>24% es inquilino</li> <li>15% vive en una propiedad prestada o cedida</li> <li>2% no responde</li> </ul>	FONCAP 2015
Diversificación de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>22% de los microempresarios tiene una actividad secundaria</li> <li>el 60% de los ingresos provienen de otros miembros de la familia</li> <li>12% de otros trabajos</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>63% de los cuentapropistas que llevan una actividad de manera individual consideran el ingreso de carácter complementario</li> <li>69% de los cuentapropistas que llevan adelante la actividad con otras personas consideran el ingreso como principal</li> </ul>	FONCAP 2015	
			Grado de importancia que tienen otros ingresos en la escala del 1 (min) al 5 (max): <ul style="list-style-type: none"> <li>2.64 --&gt; Sueldos de miembros del hogar</li> <li>1.69 --&gt; Aportes de familia o amigos</li> <li>1.47 --&gt; Ingresos de otra microempresa</li> <li>1.40 --&gt; Alquileres</li> <li>1.38 --&gt; Ingresos de agricultura</li> <li>1.24 --&gt; Ayudas del gobierno</li> </ul>	Estrategias para le desarrollo de la microempresa en América Latina FAEDPYME 2016	
Montos solicitados	<ul style="list-style-type: none"> <li>El monto promedio es aprox. UDS 400</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>mínimo USD 200</li> <li>promedio USD 1400</li> <li>máximo USD 1500</li> </ul>	FONCAP 2015 <a href="http://www.ieralpyme.org/">http://www.ieralpyme.org/</a>	

**Tabla 1 - Resumen comparativo de ambos países Micro (continuación)**

	Plazos	• Los plazos son varían entre 6 y 12 meses	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	• Los plazos varían de 1 a 24 meses con una media en 12 meses, con un 88% de pagos mensuales y 25% de pagos semanales	FONCAP 2015
	Instituciones donde solicita el crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 70% en cooperativas</li> <li>• el 15% en financieras</li> <li>• el 7% bancos</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 44% obtuvo crédito en bancos</li> <li>• 34% obtuvo créditos en financieras INSTITUCIONES MICROCRÉDITO</li> <li>• 3 son Sociedades Anónimas - Financieras</li> <li>• 2 Banca Pública</li> <li>• 45 ONGs</li> </ul>	FONCAP 2015 Mapeo Instituciones de Microcrédito Argentina. Fundación Andares y Radim
	Destino del crédito	<p>RESPUESTA NO EXCLUYENTES (MAS DE 1 OPCION)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el 37% en mercaderías</li> <li>• el 17% en bienes de capital (equipamiento, vivienda, bs. duraderos, etc.)</li> <li>• el 18% para compra, reparación o ampliación de local o vivienda</li> <li>• el 10% para pago de deudas</li> <li>• el 2% para compra de animales</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<p>RESPUESTA NO EXCLUYENTES (MAS DE 1 OPCION)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 76% capital de trabajo</li> <li>• 33% Maquinaria o equipos</li> <li>• 14 % Ampliar, construir, arreglar local</li> <li>• 4% financiamiento costos operativos</li> </ul>	FONCAP 2015
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• 47% demandaría crédito para vivienda</li> <li>• 32% para consumo personal</li> <li>• 21% para emprendimiento productivo</li> </ul>	Carballo, et al., 2016, tomado de la encuesta EDSA 2010

**Tabla 2 - Resumen comparativo de ambos países Micro**

		Paraguay	Fuente Paraguay	Argentina	Fuente Argentina
MICRO	Motivos por los que no solicitaría un crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 31% Autofinanciamiento</li> <li>• 18,1% No lo necesitan</li> <li>• 14,5% Suponen no ser sujeto de crédito</li> <li>• 9,6% No cumplen requisitos</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<p><b>¿POR QUÉ NO SACÓ UN CRÉDITO AUNQUE LO EVALUÓ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 59% Demasiados requisitos o garantías</li> <li>• 28% tasa de interés elevada</li> <li>• 23% miedo de no poder repagar el crédito</li> <li>• 10% no podría pagar la cuota</li> <li>• 9% Supone no ser sujeto de crédito</li> <li>• 2% no le gusto el sistema de garantía solidaria</li> </ul> <p><b>¿POR QUÉ MOTIVO NO OPERA CON UN BANCO?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 42% No cumple con requisitos</li> <li>• 27% Nunca intentó (no se supone sujeto de crédito)</li> <li>• 19% Desinterés / no le hace falta</li> <li>• 10% Altas tasas y comisiones</li> <li>• 9% Temor, no quiere tener problemas</li> <li>• 2% Falta de tiempo</li> <li>• 2% Tiene afectada la firma / deudas</li> </ul>	FONCAP 2015
	Tipo de garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% a sola firma</li> <li>• 18,4% con codeudores</li> <li>• 4% hipotecario</li> <li>• 1,3% prendario</li> </ul>	(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27% sin garantía</li> <li>• 29% con garante</li> <li>• 44,3% garantía grupal</li> </ul>	FONCAP 2015
	Cobertura de salud en el hogar	El 70,9% de la población no tiene ningún tipo de cobertura de salud	OIT 2017: Paraguay, protección social en salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5% prepaga privada</li> <li>• 38% obra social</li> <li>• 57% sin cobertura</li> </ul>	FONCAP 2015

Tabla 2 - Resumen comparativo de ambos países Micro (continuación)

Servicios financieros adicionales	<p>Solo un 7% de los paraguayos tiene tarjeta de crédito.</p> <p>El 28% de los adultos utiliza el dinero móvil para enviar y recibir dinero a través de celulares.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• solo un 18% usa tarjeta de crédito</li> <li>• el 2,6% tiene algún seguro</li> </ul>	<p>•<a href="https://infonegocios.com.py/nota-principal/por-que-en-paraguay-solo-el-7-de-la-poblacion-tiene-tarjeta-de-credito">https://infonegocios.com.py/nota-principal/por-que-en-paraguay-solo-el-7-de-la-poblacion-tiene-tarjeta-de-credito</a> - ABRIL 2019</p> <p>(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 60% de la población utiliza cuenta para transacciones</li> <li>• El 40% de la población tiene tarjeta de débito de los cuales solo la mitad la usa</li> <li>• Casi el 25% de la población tiene tarjeta de crédito, de las cuales el 85% la usa</li> </ul>	FIEL, 2019, tomado de World Bank FINDEX Database
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 1.38% de participación de primas sobre el PBI</li> </ul>	ENIF -Paraguay (Ministerio de Hacienda PARaguay 2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 3% de participación de primas sobre el PBI, comparado con brasil el, 3,23%</li> </ul>	FONCAP 2015
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el 29 % de los adultos tiene una cuenta en una entidad financiera formal</li> <li>• el 19% tiene cuenta en una cooperativa y el 10% en bancos.</li> <li>• Para el 71% de los adultos paraguayos aproximadamente 3,2 millones de personas que no tienen una cuenta formal, las principales barreras de acceso son la falta de capacidad de ahorro (51%) y documentación (24%).</li> </ul>	Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Gobierno de Paraguay, 2014)	<p>El 80% de la población adulta tiene acceso a cuentas bancarias y una tarjeta de crédito asociada</p> <p><b>ACCESO POR QUINTIL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 41% mas pobre tiene cuentas (1er quintil)</li> <li>• 34% del segundo quintil tiene cuentas</li> <li>• 46% del tercer quintil tiene cuentas</li> <li>• 54% del cuarto quintil tiene cuentas</li> <li>• 65% del quintil mas rico (5to quintil)</li> </ul>	ENIF -Argentina (Ministerio de Hacienda Argentina 2019)
Acceso a cuentas	<p><b>Adultos con cuentas según el tipo de entidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el 3% en una financiera</li> <li>• el 32.2 % en una cooperativa</li> <li>• el 34,6% en un banco</li> </ul> <p>TOTAL casi un 67% tiene cuenta</p>	Reporte nacional de inclusión financiera (Ministerio de Hacienda 2017)		FIEL, 2019, tomado de World Bank FINDEX Database
	El 48,65% tiene cuentas de ahorro	<a href="https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/countrybook/Paraguay.pdf">Global Findex 2018 https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/countrybook/Paraguay.pdf</a>		
	<p>Solo un 12% tiene capacidad de ahorro. De este 12%,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el 43% ahorra en cooperativas, el 10% en bancos y el 3% en financieras</li> <li>• un 43% indicar el rubro “otros”</li> </ul> <p>• el 24% de todos los adultos ahorra en su hogar. La falta de confianza el el motivo que se aduce</p> <p>• El 39% de los adultos ahorra, pero solo el 14% reportan haber ahorrado en una institución financiera</p>	<p>(PNUD; Cooperazione Italiana, 2010)</p> <p>Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Gobierno de Paraguay, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 30% de la población ahorra</li> <li>• El 8% de la población ahorra en el sistema financiero</li> <li>• El 35% de las cuentas de ahorro están inactivas</li> </ul>	FIEL, 2019, tomado de World Bank FINDEX Database
Barreras auto percibidas para acceder a una cuenta			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 62% --&gt; Fondos insuficientes</li> <li>• El 44,4% --&gt; costos</li> <li>• El 38,5% --&gt; no necesita cuenta</li> <li>• El 29% --&gt; documentación</li> <li>• El 28% --&gt; falta de confianza</li> <li>• el 22% --&gt; tiene a alguien con cuenta en la familia</li> <li>• El 10,5% lejanía</li> </ul>	FIEL, 2019, tomado de World Bank FINDEX Database

## Referencias

1. Almeida, E., Bastos, F., Quijada, A., & Acevedo, M. C. (2018). Paraguay: rutas para el desarrollo . Banco Interamericano de Desarrollo e Invest.
2. Awaworyi, S. (2014). Impact of Microfinance Interventions: A Meta-analysis. Monash University, Department of economics, ISSN 1441-5429.
3. Banco Central de la República Argentina (BCRA). (2019). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Buenos Aires: BCRA.
4. Banco Central de la República Argentina. (2020). Banco Central de la República Argentina. Recuperado el 2020, de <http://www.bcra.gov.ar/Noticias/Coronavirus-BCRA-tasas-excesivas-fintechs-prestamos.asp>
5. Banco Central de la República Argentina. (01 de diciembre de 2020). Banco Central de la República Argentina. Obtenido de <http://www.bcra.gov.ar/Noticias/Transferencias-3-0.asp>
6. Banco Central del Paraguay. (2020). Banco Central del Paraguay. Obtenido de [http://www.mic.gov.py/mic/w/mic/pdf/BCP%20Resol\\_N\\_6\\_Acta%20N\\_25\\_Fecha\\_16\\_04\\_2020%20Medios%20de%20pagos%20electr%C3%B3nicos.pdf](http://www.mic.gov.py/mic/w/mic/pdf/BCP%20Resol_N_6_Acta%20N_25_Fecha_16_04_2020%20Medios%20de%20pagos%20electr%C3%B3nicos.pdf)
7. Baruj, G., Jara, J., Ventura, J., & Vera, C. (2017). La Micro y Pequeña Empresa en Paraguay. Banco Interamericano de Desarrollo.
8. Bebczuck, R. (2010). Acceso al financiamiento de las pymes Argentinas: estado de situación y propuesta de política. Naciones Unidas.
9. Bebczuk, R. (2007). Access to credit in Argentina. GTZ.
10. BID Fomin. (2017). El caso Tigo Money y el Proyecto Última Milla en Paraguay. BID Fomin.
11. Cámara Argentina de Fintech. (7 de agosto de 2020). Cámara Argentina de Fintech. Recuperado el noviembre de 2020, de <https://camarafintech.com.ar/>
12. Carballo, I., Grandes, M., & Molouny, L. (2016). Determinantes de la demanda potencial de microcrédito en Argentina. Cuad. admon.ser.organ. Bogotá (Colombia), 29 (52): 199-228, .
13. Cimoli, M., Primi, A., & Pugno, M. (2006). Un Modelo de bajo crecimiento: la informalidad como restricción estructural. CEPAL.
14. Claus, I., & Grimes, A. (2003). Asymmetric information, Financial Intermediation and the Monetary Transmission Mechanism: A critical Review. New Zealand Treasury Working Paper, No. 03/19, New Zealand Government, The Treasury, Wellington.
15. CONAMI, F. R. (s.f.). Obtenido de [http://www.reddemicrocredito.org/images/Mapeo\\_de\\_Instituciones\\_de\\_Microfinanzas\\_de\\_Argentina\\_Septiembre\\_2019\\_l.pdf](http://www.reddemicrocredito.org/images/Mapeo_de_Instituciones_de_Microfinanzas_de_Argentina_Septiembre_2019_l.pdf)
16. Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: an assessment and Review. The Academy of Management Review, Vol 14, No 1, 57-74.
17. ENIF. (29 de noviembre de 2020). Recuperado el 29 de noviembre de 2020, de <https://enif.paraguay.gov.py/>
18. FAEDPYME. (2016). Estrategia para el desarrollo de la microempresa en América Latina. FAEDPYME.
19. Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L., & Garrido, C. (2011). Eliminando barreras: el financiamiento a las Pymes en América Latina. CEPAL, Naciones Unidas, AECID.
20. FIEL. (2019). Inclusión financiera en la Argentina: diagnóstico y propuesta de política. FIEL.
21. Foncap. (2015). Microcréditos en la Argentina: una herramienta clave para la inclusión financiera. FONCAP.
22. FOP. (2013). Informe Especial: acceso al crédito y crecimiento económico. Fundación Observatorio Pyme - FOP.
23. FOP. (2017). Informe Especial: Necesidades y fuentes de financiamiento en PyME industriales. Fundación Observatorio Pyme - FOP.
24. FOP. (2019). Informe Especial: Financiamiento, desempeño Pyme y desarrollo productivo. Fundación Observatorio Pyme.
25. Fundación Observatorio PyME. (Junio 2019). Informe Especial: Financiamiento, desempeño PyME y desarrollo productivo. Fundación Observatorio PyME.
26. Garcia, M. S., & Vite, E. L. (2014). Alternativas de financiamiento para la Mipyme Latinoamericana. Asamblea General de Alacef.
27. Gobierno de Paraguay. (2014). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2014 - 2018. Gobierno de Paraguay.
28. GSMA. (2015). GSMA. Obtenido de [https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/11/2015\\_GSMA\\_Regulacion-y-Politicas-para-el-Dinero-Movil-en-Paraguay.pdf](https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/11/2015_GSMA_Regulacion-y-Politicas-para-el-Dinero-Movil-en-Paraguay.pdf)
29. IFC. (2009). Guía informativa de la Banca Pyme. IFC - World Bank.
30. IFC. (2011). Customer Management in SME. IFC - World Bank.
31. IFC. (2017). MSME Finance GAP. IFC - Banco Mundial.
32. IFC ii. (2017). Análisis de Datos y Servicios Financieros Digitales. IFC - WB.

33. INCOOP. (2017). Sector Cooperativo - Ejercicio 2017. INCOOP.
34. Kulfas, M. (2009). Los sistemas de garantías como herramienta para el acceso al financiamiento de las Pymes. Iniciativa para la transparencia financiera.
35. Kulfas, M. (2018). Banca de Desarrollo e inclusión financiera de la Pymes. CEPAL.
36. Larreta, H. R., Vidal, M., & Lúpica, C. (2003). Programa nacional de apoyo a la microempresa urbana. Grupo Sophia.
37. Martinez, L., Guercio, M., Corso, L., & Vigier, H. (2017). Determinantes del financiamiento externo de las Pymes del Mercosur. Revista Venezolana de Gerencia.
38. McGough, P. E. (2010). Are microloans Bad for Growth? IZA Discussion Papers, No. 5249, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn.
39. McKinsey&Company. (2012). Banking practice: Micro- Small, and Medium-sized enterprises in emerging markets. McKinsey.
40. Ministerio de Hacienda. (2019). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Gobierno de Argentina - Ministerio de Hacienda.
41. Ministerio de Hacienda Paraguay. (2017). Reporte Nacional de inclusión financiera Paraguay 2017. Gobierno de Paraguay.
42. Mitnick, B. (2019). Origin of the Theory of Agency: An Account By One of the Theory's Originators. SSRN.
43. Nghiem, S., Coelli, T., & Rao, P. (2012). Assessing the Welfare Effects of Microfinance in Vietnam: Empirical Results from a Quasi-experimental Survey. *Journal of Development Studies*, 48, 619-632.
44. Orueta, I. (2017). La financiación de las MiPyMES a través de mercados de capitales en Iberoamérica. Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores.
45. PNUD. (2005). Microfinanzas en la Argentina. PNU.
46. PNUD; Cooperazione Italiana. (2010). Microfinanzas en Paraguay: Análisis de la oferta y la demanda. PNUD.
47. Rabago, C., Rábago, P., & Ribero, A. (2010). El perfil de las microempresas y microempresarios de una ciudad intermedia. UNCPBA.
48. Red de Microfinanzas Paraguay. (2013). Oferta y demanda de microfinanzas con Alcance rural en Paraguay. Red de Microfinanzas Paraguay.
49. Roa, M. (2013). Inclusión Financiera en America Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net).
50. S&P Global Ratings. (2020). America Latina: Panorama bancario por país julio 2020. S&P Global.
51. Santander, H. (2017). Paraguay: Situación actual de las mipymes y las políticas de formalización. Organización Internacional del trabajo.
52. Seiler, C. R., & Fernandez, V. R. (2017). Políticas Pyme y estructuras estatales en Argentina (2003-2015). CLAD Reforma y Democracia, N° 68.
53. Sparkassenstiftung für internationale Kooperation. (2020). Iniciativas de Educación Financiera Empresarial y Metodologías Exitosas de Fortalecimiento para impulsar a la MiPyme. Sparkassenstiftung für internationale Kooperation.
54. The Economist Intelligent Unit. (2020). EL Microscopio Global 2020 - El papel de la inclusión financiera en respuesta hacia al COVID-19. The Economist Intelligent Unit.
55. World Bank Group. (2019). Disruptive Technologies in the Credit Information Sharing Industry: Developments and Implications. World Bank Group.
56. Woyecheszen, S. (2017). Inclusión Financiera de la Pequeña y Mediana Empresa. CEPAL y Naciones Unidas.
57. Ycaza, D. M., & Sanchez-Riofrio, A. (2017). Obstáculos para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en America Latina. *Revista Pyme, Innovación y Desarrollo*, Vol.1 4, N°2, pp. 21-36.



implementada por:



La Sparkassenstiftung Alemania es una organización sin fines lucro para la cooperación internacional que busca impulsar el sector financiero local de países en vías de desarrollo. Mediante el diseño y la implementación de proyectos sostenibles con aliados estratégicos, adaptando las mejores prácticas del sistema alemán de cajas de ahorro (Sparkassen) a las necesidades y el contexto local, para promover el fortalecimiento institucional y la inclusión financiera, contribuyendo a la reducción de la pobreza. Desde diciembre de 2020 se tiene representación en el Paraguay para llevar a cabo el proyecto de “Fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Paraguay y Argentina.”



### “Pensar globalmente, actuar localmente, cooperar internacionalmente“

Hace más de 200 años que las primeras Sparkassen se fundaron en Alemania como instituciones microfinancieras para personas de bajos ingresos. Desde ese entonces, las Sparkassen alemanas se han desarrollado para formar uno de los grupos financieros más grandes del mundo, combinando con éxito un alto nivel de profesionalidad con un fuerte mandato social. La Sparkassenstiftung Alemania Latinoamérica y El Caribe tiene el fin de facilitar el acceso a esas experiencias en los países en desarrollo y transformación.

