

EL CROWDLENDING COMO ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO DE MIPYMES EN COLOMBIA: UNA REVISIÓN DE LITERATURA

Maritza Adriana Maldonado Vásquez

Filiación institucional: Universidad Santiago de Cali.

✉ adriana.ml686@gmail.com;

© <https://orcid.org/0000-0002-3727-6217>

José Londoño-Cardozo

Filiación institucional: Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Rectoría Suroccidente Centro Universitario Cali.

✉ jodlondonoca@unal.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191>

Edwar Eli Loba Ortega

Filiación institucional: Universidad de San Buenaventura.

✉ edwlob@hotmail.com

© <https://orcid.org/0000-0002-9887-6910>

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia adolecen de falta de financiamiento para ser más competitivas. El acceso a créditos en el sector tradicional se les dificulta por las condiciones institucionales y los altos costos. En este contexto, la búsqueda de otras fuentes de financiamiento es clave para el mejoramiento del tejido empresarial del país. Por lo tanto, en este documento se presenta

Cita este capítulo

Maldonado Vásquez, A.M; Londoño-Cardozo, J; Loba Ortega, E.E. (2023). El crowdlending como estrategia de financiamiento de mipymes en Colombia: Una revisión de literatura. En: *La investigación en administración: enfoques y redes de cooperación científica*. Londoño-Cardozo, J; Ortega, L.A. (Editores científicos) (pp. 103-140). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali; 2023.

una revisión sistémica de literatura acerca del crowdfunding dado su uso para el financiamiento de distintas campañas de financiamiento de proyectos y causas. En los resultados de este ejercicio se identificó que el Crowdfunding es la principal expresión de las finanzas colaborativas que a su vez son un subsector de una nueva institución económica llamada Economía colaborativa. Adicionalmente, se identificó la posibilidad de uso de crowdfunding por parte de las organizaciones para la búsqueda de financiamiento a través de una de sus expresiones reconocidas internacionalmente. Se trata del *crowdlending* o prestamos de microfinanciamiento. Sin embargo, es determinante que las mipymes tengan unas características mínimas para poder alcanzar este propósito.

Palabras clave: crowdfunding, economía colaborativa, microfinanciamiento, Plataformas sociales.

Códigos JEL: D23, E44, G23, L25, M14.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas, en adelante, mipymes, son un gran apoyo para el desarrollo de la economía en países latinoamericanos debido a la capacidad de generar empleo y a su aporte al PIB. De acuerdo con la declaración de la ministra del Trabajo de Colombia en el periodo 2018-2020, Alicia Arango Olmos, este tipo de organizaciones genera el 35% del PIB y el 80% del empleo de Colombia (Ministerio del Trabajo de Colombia, 2019).

Actualmente las mipymes están distribuidas en diferentes sectores industriales y de acuerdo con Taborda Ocampo et al. “estas desempeñan un papel especial en el proceso de cambio de un país, son fuente de innovación, productividad y tecnología, desempeñándose como agentes de cambio en una economía globalizada” (2018, p. 2). Igualmente, para Ardic et al. (2011) las pymes son de vital importancia para

sostener el crecimiento económico de un país en el largo plazo, convirtiéndose en la columna vertebral de las economías actuales.

Esto hace que las pymes sean una palanca de crecimiento y desarrollo potencial que brinda grandes beneficios al entorno económico en general. Además, estos entes sociales se convierten en las principales generadoras de empleo en sectores socialmente vulnerables. La importancia que esta categoría de organizaciones tiene para las economías nacionales hace que, en países como Colombia, aun con todos los programas y herramientas que ofrece para financiamiento de mipymes, diferentes grupos de interés busquen alternativas que les permitan encontrar nuevas formas de financiamiento adecuado y oportuno que a su vez impulsen iniciativas de nuevos proyectos y generen innovación.

De acuerdo con el reporte realizado por la consultora de emprendimientos digitales *First Site Guide*, el 29% de las empresas fracasan por falta de financiación, ya que ésta ayuda a soportar el capital de trabajo para la toma de decisiones a corto plazo, permite obtener liquidez, obtener oportunidades de negociación, crecimiento y expansión (Minaev, 2020).

La falta de financiamiento puede interferir en los procesos de inversión para ampliar la capacidad de producción o la innovación en los productos; en algunos casos, incluso puede implicar el fracaso y cierre de la empresa. El escaso desarrollo del capital de riesgo o de mecanismos de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas reduce la tasa de nacimiento de dichas empresas y, con ello, la posibilidad de creación de nuevos empleos formales. (Reyes Camarillo, 2020, p. 11)

Las mipymes en Colombia cuentan con diferentes fuentes de financiación, desde el crédito que les otorgan los proveedores, el crédito de libre consumo o libre inversión, crédito comercial, crédito hipotecario, entre otros que brinda el Sistema Financiero Colombiano. Sin

embargo, las mipymes presentan dificultades para acceder a estas opciones pues presentan brechas financieras por falta de garantías que permitan respaldar los créditos que solicitan.

Esto les hace receptores de crédito riesgosos por el insuficiente valor de sus activos que limitan su capacidad para obtener préstamos, lo que las lleva a acceder a un limitado portafolio de servicios financieros de alto costo y con plazos muy cortos de pago. Verbigracia, microcréditos o tarjetas de crédito.

Un acceso reducido al financiamiento termina obstaculizando el crecimiento económico general y creando una brecha financiera más grande si se comparan las pequeñas y medianas empresas las cuales representan más del 99% del sector productivo respecto a las grandes empresas (Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF], 2021) pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

Conforme a los resultados de la extensa encuesta sobre microempresas llevada a cabo en el año 2020, se destaca que las fuentes de financiación utilizadas por este segmento empresarial comprenden, en promedio, un 38%, siendo los familiares, amigos y prestamistas elementos preponderantes en este panorama (Observatorio Pyme, 2020).

Al examinar con mayor detenimiento las razones subyacentes a la reticencia de estas empresas para recurrir a préstamos provenientes del sistema financiero convencional, se identifica como motivo preeminente el exceso de trámites. A este respecto, se subrayan factores adicionales como los costos financieros elevados, la renuencia a incurrir en endeudamiento, la ausencia de un proyecto de inversión concreto, y, de manera complementaria, se manifiestan argumentos relacionados con la falta de confianza en el sistema financiero.

En adición, de acuerdo con los resultados de la destacada encuesta Pyme GEP II-2020 realizada por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF, 2020), aquellos que requerían financiamiento

optaron mayormente por utilizar recursos propios, alcanzando un 20,1% en promedio, o bien recurrieron a sus proveedores, representando un 24%. Contrariamente, solo un 5% optó por reinvertir utilidades. Las razones que subyacen a estas cifras revelan que la consideración del sector financiero se ve limitada debido al exceso de trámites, procesos prolongados y, finalmente, a costos notablemente elevados.

Ambas encuestas revelan que las mipymes presentan una baja educación financiera, lo que limita su capacidad para llevar a cabo una planificación financiera adecuada y tomar decisiones informadas y responsables en relación con sus características, necesidades y contextos (Banca de las oportunidades, 2019, p. 11).

En este contexto, las empresas necesitan un plan financiero que les permita plasmar su estrategia para alcanzar objetivos a corto y largo plazo. Este proceso implica analizar las directrices para que un proyecto sea rentable, identificando la estabilidad económica y la necesidad de financiación. Los desafíos para las mipymes, como la informalidad, la falta de garantías, la limitada experiencia financiera, el alto riesgo y la baja confianza en la banca tradicional, obstaculizan su acceso a recursos financieros.

Por ende, resulta clave utilizar instrumentos financieros adaptados a las necesidades de las y su entorno. Esto no solo fomenta un mayor acceso, uso y competencia en los mercados financieros, sino que también contribuye a la inclusión financiera, reduciendo la dependencia de fuentes informales, como familiares, amigos o prestamistas, como fuentes de financiación.

En este contexto el crowdfunding se podría consolidar como una alternativa de financiación pertinente y de gran ventaja para las debido a que;

La financiación colectiva o alternativa se ha catalogado como un fenómeno tecnológico, social y de emprendimiento, de muy rápido crecimiento

en el sector de los servicios financieros y se proyecta como una alternativa a los servicios bancarios ofrecidos por la banca tradicional. (Pesca Gómez, 2017, p. 47)

A pesar de contar con varios aportes académicos internacionales sobre crowdfunding y sus distintos tipos, se observa una carencia en términos de investigación y discusión en esta área. No obstante, al abordar su estudio desde el concepto y sus ventajas, el *crowdfunding* se vislumbra como una posible fuente de financiamiento adecuada para las mipymes en Colombia, particularmente en la modalidad de *crowdfunding* financiero, que incluye el *equity crowdfunding* y el *crowdlending*.

En este contexto, los inversionistas participan en este financiamiento colectivo con el propósito de obtener parte del capital social, ya sea a través de la adquisición de acciones o mediante la búsqueda de rentabilidad a través de préstamos. Por otro lado, las mipymes buscan liquidez, nuevas inversiones y cambios en su estructura de capital, entre otros objetivos, a costos más accesibles y con menos requisitos, fundamentados en la confianza de los inversionistas en la organización y sus proyectos, según lo señalado por Pesca Gómez

El *crowdlending* y *equity crowdfunding* pueden desempeñar un papel relevante como una eficaz alternativa a las fuentes tradicionales de financiación, sobre todo para empresas en sus comienzos (*start-ups*) y para proyectos de emprendimiento que no encuentran acceso a recursos en el sistema financiero tradicional debido a la aversión al riesgo por razones del riesgo legal, de liquidez o de mercado. (2017, p. 68)

En el marco de la presente investigación, se exponen los resultados derivados de una exhaustiva discusión académica que se fundamenta en una síntesis cualitativa acerca del crowdfunding y sus beneficios como plataforma de financiamiento para las Micro y Pequeñas Empresas (mipymes) en Colombia. Para abordar este tema, el primer paso con-

sistió en llevar a cabo una revisión sistemática de la literatura, permitiendo así la identificación de los referentes teóricos y los antecedentes de investigación pertinentes. Posteriormente, se procedió al análisis de la información recopilada, dando lugar a la formulación del marco de análisis, denominado en este documento como marco lógico para el análisis de la influencia del crowdfunding en las mipymes.

La aplicación de esta técnica se revela como una herramienta valiosa, ya que facilita la integración y análisis de datos cualitativos provenientes de diversos estudios. Esta metodología posibilita a los investigadores comprender y sintetizar los resultados, identificar patrones y temas comunes, y ofrecer una visión general de los hallazgos en un área específica de investigación. Además, resulta idónea para señalar lagunas en la investigación y destacar áreas propicias para futuras investigaciones (Bearman y Dawson, 2013; Seers, 2012; Thomas y Harden, 2008).

En consonancia con los resultados obtenidos, se destaca que el principal desafío que enfrentan las mipymes en Colombia reside en la esfera del financiamiento. La búsqueda de oportunidades financieras se posiciona como imperativa para su supervivencia, y en este contexto, se desarrolló un marco lógico para analizar la viabilidad del crowdfunding como fuente de financiamiento organizacional. Al cruzar las características favorables del crowdfunding con las problemáticas específicas de las mipymes, surge la interrogante central cuya respuesta permite inferir la utilidad de esta modalidad.

En este contexto, se plantea que la ventaja de costos más bajos y el financiamiento sin restricciones de propósitos específicos, en contraste con los canales tradicionales, se erigen como beneficios significativos para estas organizaciones empresariales. Es esencial, sin embargo, abordar factores característicos de las mipymes que demandan intervención, como la falta de una estructura organizacional adecuada y la carencia de personal con conocimientos en administración financiera y metodologías de planificación de proyectos.

La adecuación de una estructura organizacional, una estrategia clara y una eficiente administración financiera se tornan imprescindibles para que estas organizaciones sean prospectos beneficiarios de plataformas de crowdlending.

Asimismo, es imperativo que las mipymes desarrollen el factor comunidad inherente a la economía colaborativa. Estas organizaciones deben establecer vínculos con sus grupos de interés, especialmente clientes, y emplear diversos canales para consolidar su presencia en la conciencia de estos.

La participación activa en comunidades, tanto en acciones como en ámbitos específicos, resulta crucial al emprender campañas de financiamiento colaborativo, ya que el reconocimiento es determinante para alcanzar los objetivos. Además, el posicionamiento en plataformas sociales y páginas web no solo respalda a los inversionistas al demostrar el compromiso de la organización, sino que también constituye una estrategia de mercadeo digital beneficioso.

En este contexto, se consolida la viabilidad del crowdfunding, especialmente el crowdlending, como una opción eficiente para el financiamiento de las . No obstante, se subraya la necesidad de que estas organizaciones superen el paradigma que las percibe como actores marginales, fomentando una planificación más adecuada. La mejora de capacidades y la modificación de perspectivas son esenciales para acceder a estos financiamientos, destacando la importancia de profundizar en el estudio y las estrategias necesarias para alcanzar los estándares mínimos requeridos.

En relación con el crowdlending, se posiciona como una forma colaborativa de financiamiento que permite a los prestamistas invertir en préstamos a través de plataformas en línea, ofreciendo tasas de interés atractivas y menos requisitos que los bancos tradicionales.

No obstante, se resalta que la falta de una cultura organizacional clara y una estrategia adecuada pueden afectar la percepción de los

inversionistas sobre las mipymes. La mala planificación y la indeterminación de los fondos necesarios también se erigen como obstáculos superables, sugiriendo la necesidad de investigaciones sectoriales para determinar acciones específicas de intervención.

Con el marco de análisis establecido, el análisis de los resultados y su discusión condujeron a conclusiones fundamentales. En este contexto, se consideró que la viabilidad del crowdfunding, especialmente el crowdlending, como opción eficiente para el financiamiento de las mipymes, se sustenta en la adaptación de estas organizaciones a las características y requisitos de estas plataformas colaborativas.

La superación de paradigmas, el fortalecimiento de capacidades organizacionales y una estrategia clara se presentan como elementos clave para maximizar el acceso a estos recursos financieros. La investigación sectorial y la determinación de variables fundamentales son aspectos por profundizar para facilitar la participación exitosa de las mipymes en este contexto de financiamiento alternativo.

Crowdfunding como una expresión de la economía colaborativa

La Economía Colaborativa (EC) puede ser considerada una nueva institución económica (Acosta et al., 2022). Debido a su relevancia, su abordaje académico desde diversas perspectivas se ha vuelto cada vez más frecuente en la actualidad y ha dado lugar a discusiones y nuevas temáticas que enriquecen el concepto (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

Algunas de estas discusiones incluyen: a) la historia del concepto y su definición, b) la discusión acerca del nombre adecuado para referirse a esta economía, c) los límites conceptuales de los modelos de transacción económica que la componen y de los sectores involucrados, y d) las diferencias entre los modelos de la EC y otros tipos de

economía, como la Economía Creativa o la Economía de Conciertos (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

El concepto de EC se ha enriquecido con diferentes aportes. En un principio, se originó a partir de la aparición de formas de consumo que permitían minimizar los costos de transacción de algunas actividades. Posteriormente, se amplió con la incorporación de nuevas tecnologías de la información, en especial con la aparición de los teléfonos inteligentes y sus posibilidades de comunicación. A partir de este punto, se comenzaron a generar conceptos alrededor de la EC, como compartir y comunidad (Acosta et al., 2022; Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

Según algunos autores, los orígenes de la EC se remontan a principios del siglo XX, aunque su popularidad como se conoce hoy en día solo se produjo con la aparición de la Web 2.0 (Gerhard et al., 2019). La EC surge como respuesta a las prácticas propias del funcionalismo económico, especialmente el “individualismo puro” (Gerhard et al., 2019, p. 796) y la división del trabajo (Gerhard et al., 2019).

Sin embargo, compartir no es el único principio que rige la EC. Belk identifica varios principios que diferencian las prácticas de la EC de las de la economía tradicional y otros modelos emergentes, incluyendo la cooperación, la posibilidad de obtener ganancias no financieras y la alteridad, aunque el principio rector sigue siendo el compartir (Belk, 2010, 2014b). Todo esto se basa en el reconocimiento y la relevancia de cada sujeto en las relaciones económicas (Acosta et al., 2020).

Aunque la EC está influenciada por el utilitarismo, que implica la maximización individual de ganancias y el egoísmo individualista, se considera que el compartir también puede conducir a la cooperación y la sostenibilidad, lo que no coincide con las normas de las posturas individualistas de la economía tradicional (Acosta et al., 2020; Belk, 2014b; Ertz et al., 2016; Hamari et al., 2016).

Por su parte, la economía tradicional se enmarca dentro de las bases del sistema económico capitalista, y se basa en el cálculo, la precisión contable, el egoísmo, el control de los factores de producción y la acumulación de riqueza (Acosta et al., 2020; Belk, 2014b; Ertz et al., 2016; Hamari et al., 2016; Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). En la economía tradicional, se busca “la mercantilización de todo” (Belk, 2010, p. 716).

Además, se pueden identificar acciones que se encuadran en la EC incluso antes de la llegada de las TIC a los asuntos económicos y sociales. Algunos ejemplos incluyen las mingas indígenas, los movimientos ecologistas como Greenpeace y SeaSheppers, la plataforma Comedog o el sistema de refugios de algunos países europeos.

La aparición de Internet dinamizó y popularizó el concepto y permitió la aparición de otras formas colaborativas, especialmente relacionadas con la producción de dispositivos electrónicos, códigos de programación informática y software. (Acosta et al., 2020; Gerhard et al., 2019).

La digitalización y las nuevas expresiones de la EC

La entrada de la tecnología en los contextos económicos y sociales es un tema polémico y objeto de discusión en diversos ámbitos, como el académico, político y social. Mientras que algunos consideran que la tecnología es una carga negativa para las transacciones económicas, otros ven la flexibilidad y reducción de costos que brinda como algo positivo.

Sin embargo, en algunos países se presentan desafíos, especialmente a nivel legal, que deben ser abordados (Londoño-Cardozo y Pérez de Paz, 2021; Pérez de Paz et al., 2023). En cualquier caso, la tecnología cambió la forma en que las personas interactúan y ahora permite la creación de comunidades que facilitan el intercambio. En este sentido, la EC se enriqueció con este fenómeno (Londoño-Cardozo, 2020).

La animadversión que genera la EC se debe a la participación de una nueva estrategia en las organizaciones, la “transformación digital” (Coto y Miranda Falces, 2017, p. 6). Con la introducción de nuevas tecnologías, ha cambiado la forma en que las personas y las organizaciones interactúan y consumen (Acosta, 2020; Pérez de Paz y Londoño-Cardozo, 2021).

La conectividad, los teléfonos móviles y las plataformas digitales que estos soportan, el Internet de las cosas o los dispositivos conectados (Cama-Pinto et al., 2012; de Reuver et al., 2018; Evans, 2011; Fundación Telefónica, 2011), junto con las nuevas tendencias de consumo que generan, dan lugar a nuevas formas de intercambio que afectan todos los aspectos de las personas, incluyendo las transacciones económicas y la forma de comunicación.

En este contexto, la EC aparece como un ecosistema que utiliza tecnologías de la información para interconectar a las partes interesadas con el fin de generar valor, al mismo tiempo que se comparten las capacidades de sus productos y servicios (Laamanen et al., 2016). En este ecosistema, el compartir no es un estado común sino la acción dominante (Belk, 2010), que va más allá del intercambio de regalos o productos (Belk, 2014a) y se transforma en un concepto que supera el racionalismo tradicional (Belk, 2010). De ahí que la economía tradicional pierda relevancia. Emerge entonces el sentido de comunidad.

El concepto de comunidad en la EC ha sido objeto de debate por varios autores. Botsman (2015) apoya la idea de que la EC debe construirse en mercados distribuidos o redes descentralizadas que creen un sentido de pertenencia, responsabilidad colectiva y beneficio mutuo a través de la comunidad que construyen.

Según ella, la EC está en una posición única para reflejar el deseo humano de conectarse directamente y sentirse parte de una comunidad más grande que el yo individual, que cumple un propósito mucho más alto que simplemente intercambiar cosas, espacio y talentos.

Los defensores de la creación de una comunidad alrededor de las actividades de compartir argumentan la necesidad de crear un factor de confianza entre los sujetos (Acosta, 2020; Botsman y Rogers, 2009; Cañigüeral, 2015; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022; Zarifis et al., 2019). La EC se entiende como un fenómeno que engloba prácticas de intercambio que han tenido lugar a lo largo de toda la vida en contextos de confianza restringidos (Coto y Miranda Falces, 2017).

En contraste, otros autores como Bru Laín (2017) encontraron limitado reducir la EC a la compartición entre una comunidad o a la creación de esta. Laín afirmó que la preeminencia de la comunidad como institución económica básica y del igualitarismo como patrón conductual preeminente en toda relación económica, aparece como un segundo problema en la concepción emancipadora de la economía colaborativa (Laín, 2017).

Esto se debe a que se considera que la EC aparece como una respuesta a las premisas capitalistas, pero se aprovecha de ellas (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). Sin embargo, los autores que se analizaron en el trabajo de Laín criticaron la idea de la comunidad, ya que sería imposible sostener la EC sin incurrir en algunas prácticas propias de la economía tradicional.

Para ellos, la creación solo se da a partir de la racionalidad instrumental y maximizadora de recursos del *homo economicus* y solo sería plausible si se encontrara inserta de antemano en un mercado óptimamente competitivo donde el coste de la información fuera cero (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). El ideal emancipador de la EC incurriría en el mismo error: la existencia del sujeto perfectamente colaborativo solo sería plausible si este se encontrara de entrada en un entorno verdaderamente colaborativo donde el coste de dicha colaboración fuera cero o cercano a cero.

A pesar de esto, la postura de Laín es poco aceptada entre los expertos internacionales de la EC. La mayoría de los académicos que trabajan

la EC concuerdan con Armitai Etzioni y su tratado sobre el comunitarismo lanzado en el Reino Unido en 1993. Para él, “nuestra sociedad sufre un caso severo de deficiencia de la riqueza y solo los valores de las comunidades y su voz moral pueden defender y restaurar adecuadamente lo que nuestras condiciones actuales requieren para subsistir” (Etzioni, 1993, p. 23).

En este contexto, la “comunidad es un medio para un fin” (Crawford, 1996, p. 249) en el que los valores morales, es decir, el sentido de satisfacción comunitario es alcanzable debido a las presiones sociales que afectan a sus miembros (Etzioni, 1993).

A partir de lo anterior, se puede definir a la EC como un sistema socioeconómico, también entendido como una nueva institución económica, basado en la utilización de la tecnología para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre particulares, de manera que se pueda compartir el acceso a recursos subutilizados, o que no se utilizan plenamente, de tal forma que se puedan satisfacer necesidades de forma comunitaria (Acosta et al., 2022). Como todo sistema económico, la EC cuenta con subsectores que agrupan las distintas modalidades o expresiones en que puede presentarse.

Según lo indicado por Botsman (2013) la EC está compuesta por cuatro subsectores. El primero de ellos es el consumo colaborativo, seguido por la producción colaborativa, el conocimiento abierto y compartido, y las finanzas compartidas, (Lain, 2017; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). El uso intensivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es fundamental para el desarrollo y soporte de la EC en su conjunto (Acquier et al., 2019; Agarwal y Steinmetz, 2019; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

El subsector de consumo colaborativo es el de mayor uso y reconocimiento (Coto y Miranda Falces, 2017; Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). La implementación de este subsector se puede considerar casi una industria, y se divide en tres

prácticas principales: recirculación de bienes, optimización e intercambio recíproco, paritario y multilateral (Lain, 2017).

En el primer caso, el acceso y uso de internet reduce los costos de transacción y acerca a los usuarios a través de un sistema de confianza en las partes involucradas (Acosta, 2020). En el segundo caso, se permite el acceso a recursos y se generan pequeñas rentas para las partes, algunas de ellas representadas en dinero y otras en intangibles como el reconocimiento o el establecimiento de una marca (Acosta et al., 2022; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

Finalmente, la tercera práctica se representa como una especie de voluntariado, en el cual las personas se congregan alrededor de una misma labor, normalmente sin intención de recibir emolumentos en dinero, para solventar algún problema en común de alguno de los miembros o de la sociedad (Acosta et al., 2020).

La producción colaborativa en el contexto de la EC ha sido objeto de escasa atención en la literatura académica. Aunque se han realizado algunas referencias a los beneficios de compartir información entre los miembros de una cadena de suministro (Huang et al., 2003), en general, la práctica de compartir información en la producción se lleva a cabo a través de plataformas digitales.

No obstante, para que esta práctica se considere dentro del marco de la EC, debe estar dirigida a la generación de productos o servicios que se integren en toda la cadena, que aborden necesidades específicas, reduzcan los costos de transacción o cumplan con los principios de la EC previamente expuestos (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022). Un ejemplo destacado de producción colaborativa es el software libre.

El software de licencia libre es un programa de computadora que busca resolver problemas, generalmente en contextos de informática, desarrollado de manera voluntaria por una o más personas con

conocimientos, para ser utilizado y explotado por todas las personas. Los proyectos de software libre más destacados a nivel mundial son las distribuciones del sistema operativo para dispositivos electrónicos Linux y la herramienta ofimática Libreoffice (Acosta et al., 2020; Ospina Díaz et al., 2019).

La literatura académica ofrece una visión amplia sobre la educación compartida o colaborativa, aunque parece que los investigadores en este campo no lo reconocen como un componente importante (Zalavra y Papanikolaou, 2022). Se han identificado dos tendencias principales en este ámbito: la primera se refiere al desarrollo de metodologías para la enseñanza compartida en las escuelas, mientras que la segunda se enfoca en la creación de plataformas virtuales para la educación colaborativa (Botsman, 2013; Gallagher et al., 2010; Loes, 2022).

En cuanto a la primera tendencia, se busca fomentar el trabajo conjunto entre escuelas mediante la integración de sus currículos, lo cual es muy aceptado en el Reino Unido (Gallagher et al., 2010; Zalavra y Papanikolaou, 2022). Por otro lado, la segunda tendencia se enfoca en la creación de plataformas virtuales para compartir conocimientos y servicios educativos de forma desescolarizada (Bani-Salameh et al., 2017). Este tipo de plataformas, como la investigación colaborativa y la integración de redes de conocimiento abierto, son ejemplos concretos de esta tendencia (Lara, 2014; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022; Makel et al., 2019).

Las finanzas compartidas y el consumo colaborativo son las expresiones más populares de la EC. Dentro de las finanzas compartidas, el Crowdfunding es considerado su abanderado (Jovanović, 2019), ya que permite que personas se unan para generar un ahorro que será utilizado en una causa común, como financiar la creación de un prototipo de un invento, reunir víveres para una comunidad en condiciones de vulnerabilidad o salvar un noticiero independiente (Londoño-Cardozo, 2020; Londoño-Cardozo y Tello Castrillón, 2022).

Estas finanzas compartidas se basan en plataformas digitales que permiten la comunicación peer to peer, es decir, entre pares, sin la intervención de los grandes bancos, reduciendo costos y trámites (Botsman, 2013; Nakamoto, 2008; Selloni, 2017). Es importante destacar que muchos de los modelos de Banca 4.0 pueden ser aplicados en este subsector de la EC (Londoño-Cardozo, 2020).

El crowdfunding es una expresión de la economía colaborativa porque permite a las personas unir sus recursos para alcanzar un objetivo en común. Los participantes del crowdfunding no solo contribuyen financieramente, sino que también pueden compartir información sobre el proyecto en sus redes sociales y comunidades en línea, lo que ayuda a aumentar la visibilidad y el alcance del proyecto.

Además, el crowdfunding permite a los emprendedores y creadores obtener financiamiento sin tener que recurrir a las fuentes de financiamiento tradicionales, como bancos y capitalistas de riesgo. Esto les da la libertad de perseguir sus proyectos sin tener que ceder parte de la propiedad o control a terceros.

Crowdfunding como plataforma

El recaudo de fondos en este contexto es, de acuerdo con Rodríguez de las Heras Ballell, “una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos” (2013, p. 1), la cual emplea la tecnología como un medio de interacción e intermediación, siendo esta una herramienta que brinda apoyo económico a personas u organizaciones para la creación o fortalecimiento de nuevos negocios y proyectos, en otras palabras un novedoso instrumento de financiación en donde las plataformas permiten realizar y servir de intermediarios en un contexto en donde la financiación proviene de una multitud de participantes.

Con el surgimiento del crowdfunding, ha surgido una nueva fuente de financiación de la innovación en rápida expansión que permite a los empresarios renunciar a los financistas tradicionales como los capitalistas de riesgo y, en cambio, dirigirse a una “multitud”

geográficamente dispersa de consumidores, prestamistas y pequeños inversores. (Junge et al., 2022)

Las plataformas de crowdfunding se erigen como espacios en línea propicios para la gestión de diversas operaciones, especialmente como fuentes de financiación. Este atributo confiere a dichas plataformas un notable potencial para agilizar el logro de objetivos con costos reducidos, accesibilidad facilitada y una elevada participación por parte de los inversionistas. La Figura 3-1 presenta las características de las plataformas de Crowdfunding según Cuesta et al. (2014).

Figura 3-1. Características de las plataformas de Crowdfunding.



Adaptado de “Crowdfunding en 360°: Alternativa de financiación en la era digital” (2014, p. 6), por J. Londoño-Cardozo, M. A. Maldonado, E. E. Loba, 2024.

Considerando lo expuesto anteriormente, se puede discernir que el crowdfunding no solo habilita una diversidad de esquemas de financiación colectiva abarcando distintas categorías, como proyectos políticos, sociales, empresariales, entre otros, sino que también, a través de sus diversas modalidades, posibilita la creación de valor con impacto tanto social como económico.

Tipos de Crowdfunding

Cuando se habla de los tipos de crowdfunding es posible clasificar cuatro tipos, ver Figura 3-2, los cuales dependen de aspectos como el

tipo de inversión o de proyecto, la manera de recompensar a los usuarios por sus aportes y las técnicas usadas para encontrar el financiamiento. Esta clasificación es aceptada por la Asociación Española de Crowdfunding (Estellés, 2014).

La forma como se opera en cada uno de los tipos tiene diferentes procedimientos, costos y legislación. Pero por su finalidad en este artículo se agrupan en dos tipos, en el primer tipo, los de Donación y recompensa, son muy utilizados para fines sociales y/o artísticos, donde la motivación mayor por parte de los financiadores es su participación para que el proyecto se pueda llevar a cabo, mientras que en los de tipo Préstamo o Inversión, la motivación principal de los inversionistas es obtener algún beneficio económico por la financiación del proyecto permitiendo a su vez apoyar las pymes, convirtiéndose en una plataforma que incentiva el desarrollo económico de un país.

Figura 3-2. Tipos de Crowdfunding.



Adaptado de “Fórmulas y modelos de crowdfunding” (2015) y “Crowdequity y crowdlending: ¿fuentes de financiación con futuro?” (2014) por J. Londoño-Cardozo, M. A. Maldonado, E. E. Lobo, 2024.

Crowdlending

El crowdlending es una forma de financiamiento colaborativo en la que los préstamos son financiados por una gran cantidad de personas, en lugar de una sola entidad financiera tradicional (Ziegler y Shneor, 2020). El crowdlending también se conoce como préstamos entre pares (P2P lending) y se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años (de Torres, 2014; Dietrich et al., 2019).

Adicionalmente, mencionaron Dietrich et al., “se acuñó un tercer término, “marketplace lending”, para captar mejor la idea de un mercado de crédito digital” (2019, p. 6). Sin embargo, mencionan los autores, crowdlzaxsending es término de mayor aceptación en Europa, excepto Reino Unido, y Estados Unidos (Dietrich et al., 2019).

En el crowdlending, los prestamistas pueden prestar pequeñas cantidades de dinero a prestatarios individuales o empresas a través de una plataforma en línea que actúa como intermediario (Schweizer et al., 2017). El prestamista recibe intereses sobre el préstamo, mientras que el prestatario paga una tasa de interés más baja que la que ofrecen los bancos tradicionales (Adhami et al., 2023).

La plataforma de crowdlending generalmente cobra una tarifa por sus servicios y se encarga de verificar la identidad del prestatario y su capacidad de pago, así como de administrar el préstamo. Los prestamistas pueden elegir prestar su dinero a diferentes prestatarios, lo que les permite diversificar su riesgo (Adhami et al., 2023).

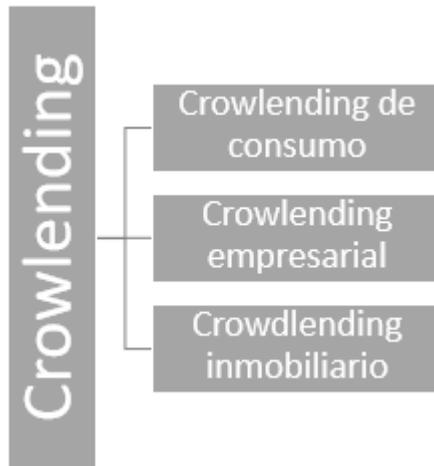
El crowdlending se ha utilizado para financiar una amplia variedad de proyectos, desde pequeñas empresas (Maier, 2016) hasta préstamos personales para pagar deudas o gastos inesperados (de Torres, 2014). A diferencia de los bancos tradicionales, los prestatarios pueden obtener préstamos con menos requisitos y en tiempos más cortos (Adhami et al., 2023). Sin embargo, al igual que cualquier otra forma de inversión, el crowdlending también tiene riesgos. Es posible que

los prestatarios no puedan pagar los préstamos, lo que puede resultar en pérdidas para los prestamistas (Adhami et al., 2023). Por lo tanto, es importante investigar cuidadosamente a los prestatarios y diversificar su inversión en varios préstamos para minimizar el riesgo.

Segmentos de Crowdlending

En el estudio suizo para identificar la propagación del crowdlending en el mercado se encontraron tres segmentos básicos, ver Figura 33, que corresponden con las formas en que pueden expresarse las transacciones económicas de Crowdlending (Dietrich et al., 2019).

Figura 3-3. Tres segmentos de crowdlending.



Reproducido de “Crowdlending survey 2019” (2019, p. 24), por J. Londoño-Cardozo, M. A. Maldonado, E. E. Lobo, 2024.

En general, el crowdlending de consumo abarca los préstamos particulares (Dietrich et al., 2019). Según Ziegler et al. (2019) y Ziegler y Shneur (2020), la comisión europea considera que este segmento de crowdlending es el de mayor relevancia en el mercado de crowdfun-

ding con “1.300 millones de euros en Europa continental y, por lo tanto, al 41% de todo el mercado Fintech, mientras que solo 466 millones de euros (14 %) se negociaron con empresas” (Ebers y Quarch, 2021, p. 7). La categoría de crowdlending empresarial hace referencia a préstamos a organizaciones empresariales, generalmente mipymes (Dietrich et al., 2019).

Para Ziegler y Shneor en Europa, las mipymes recurren cada vez en mayor medida a este tipo de financiamiento dados sus bajos costos y, en la mayoría de los casos, alta facilidad y efectividad en la consecución del financiamiento (2020). Cada día, la mirada organizacional se volva con mayor fuerza hacia este segmento. Se estima que en los años próximos desplazará al crowdlending de consumo como el de mayor representación en el crowdfunding.

El tercer segmento es el de crowdlending inmobiliario (Dietrich et al., 2019). En este tipo de financiamiento los promotores inmobiliarios pueden publicar sus proyectos y los inversores pueden invertir en ellos o entregar inmuebles en contraprestación (Salomon, 2019). Los proyectos inmobiliarios financiados a través de esta modalidad pueden incluir la construcción de nuevos edificios, la renovación de propiedades existentes, la compra de propiedades con potencial de revalorización, entre otros (Vasilescu y Tudor, 2018).

Las plataformas de crowdlending inmobiliario suelen actuar como intermediarios entre ambas partes, asegurando que se cumplan los términos y condiciones del préstamo, los tiempos pactados y la rentabilidad prometida (Ziegler y Shneor, 2020).

Creación del marco lógico de la relación entre el Crowdfunding y las mipymes

Este documento da cuenta de una síntesis cualitativa. Esta es una metodología de investigación se utiliza, generalmente, para integrar y analizar los datos cualitativos de múltiples estudios en una revisión

sistemática (Bearman y Dawson, 2013; Thomas y Harden, 2008). Esta metodología tiene un enfoque interpretativo lo que le permite comprender los datos cualitativos a partir de procesos hermenéuticos (Seers, 2012).

Los investigadores utilizan técnicas de análisis temático y hermenéutico para identificar patrones, temas y relaciones en los datos cualitativos, y luego los agrupan en categorías que luego se utilizan para desarrollar una síntesis general de los resultados de los estudios incluidos en la revisión (Seers, 2012; Thomas y Harden, 2008).

Para poder llevar a cabo esta síntesis cualitativa se llevaron a cabo varios pasos. El primero de ellos fue una revisión sistémica de literatura al respecto de la microfinanciación. En el segundo paso se tomaron como referentes los trabajos de investigación, desarrollados o en curso, de los autores del trabajo. Se trata de los trabajos de Loba Ortega (2020a, 2020b) y Londoño-Cardozo (2020). El tercer paso consistió en la identificación y creación de lo que se llamó un marco lógico para relacionar el crowdfunding como mecanismo de financiación de micro, pequeñas y medianas empresas. A continuación, se describen los pasos 1 y 3 con mayor profundidad.

Revisión sistémica de literatura

El primer paso metodológico fue una revisión sistémica de literatura para actualizar la información de las dos investigaciones previas sobre el tema llevadas a cabo por los autores. En general, se hizo una búsqueda exploratoria con criterios como *Crowdfunding*, *Crowdfunding categories*, *crowdlending segments*, *Crowdlending and pymes*, entre otros que sirvieron para el ajuste de las ecuaciones de búsqueda y la obtención de los documentos correspondientes. Posteriormente se hizo una búsqueda a profundidad en WoS y Google Académico para ubicar los documentos más relevantes a partir de criterios como año de publicación (2020-2023), relevancia en las herramientas de WoS a partir de citas y co-citas.

Estos documentos se analizaron en matrices de lectura y se identificaron los principales aportes teóricos, metodológicos y empíricos. En este paso se tuvieron en cuenta artículos científicos, capítulos de libros de resultados de investigación, informes de investigación e informes sectoriales. Todo ello en consonancia con las instrucciones de autores expertos en revisiones sistémicas de literatura (Chicaíza-Becerra et al., 2017; García Molina y Chicaíza Becerra, 2011; Tranfield et al., 2003; Webster y Kontkanen, 2021).

A esta revisión sistémica se le agregó un paso adicional. Se contrastó la información encontrada con los trabajos empleados como base y sus propias revisiones de literatura. Esto permitió ampliar la información correspondiente a mecanismos de financiamiento y afianzar el conocimiento sobre Crowdfunding como el principal exponente de la economía colaborativa, sus usos y aplicaciones.

Con toda esta información se construyó el marco teórico que soporta la investigación. Adicionalmente, se buscó información acerca de las mipymes y sus principales problemáticas de tal forma que se pudieran identificar criterios de cruce con el crowdfunding.

Marco lógico de la relación entre el Crowdfunding y las mipymes

Una vez se identificaron teóricamente los principales elementos para la discusión se procedió con el cruce de variables cualitativas propio de la síntesis cualitativa. En la Tabla 3-1 se presenta la relación entre las categorías del identificadas para crowdfunding y ubicadas en las columnas y las categorías de análisis de problemas de las mipymes ubicadas en las filas. En el proceso de análisis se planteó un cruce entre filas y columnas que dio como resultado el planteamiento de tres preguntas. La respuesta a estos planteamientos corresponde con los resultados de este documento y se presenta en el apartado de discusión.

Tabla 3-1. Matriz del marco lógico para el análisis de la relación entre el crowdfunding y las mipymes.

Categorías de mipymes	Categorías de Crowdfunding			
	Financiamiento colaborativo acorde con las necesidades del receptor		índice de confianza para el respaldo de proyectos	Interacción en redes sociales y visibilidad
	Costos del dinero más bajo que en sistema tradicional	Financiamiento multipropósito		Creación de comunidad
Nivel de apropiación tecnológica	¿Cómo se fortalecen las pymes a partir del financiamiento colaborativo y acorde a sus necesidades que ofrece el Crowdfunding?		¿las mipymes tienen la capacidad de estructurar proyectos y presentar información financiera para generar confianza en los inversores colaborativos?	¿La comunidad es un factor relevante para la supervivencia de las mipymes?
Cultura de la desconfianza				
Capacidad de estructuración de proyectos				
Acceso al financiamiento				
Planificación financiera				

Resultados y Discusión

Como se evidencia, el principal problema de las mipymes en Colombia es el financiamiento. En este sentido, la búsqueda de oportunidades financieras es fundamental para su supervivencia. En la Tabla 3-1 se desarrolló un marco lógico para el análisis de la favorabilidad del Crowdfunding en el financiamiento organizacional. Al cruzar las características ventajosas de esta modalidad de financiamiento colaborativa al respecto de las características problemáticas de las mipymes se plantea una pregunta de cuya respuesta se pueden inferir dicha utilidad.

En este sentido se plantea que los costos más bajo del dinero y el financiamiento no condicionado a propósitos específicos que imponen los canales tradicionales son un beneficio para estas organizaciones empresariales. En este punto, es importante analizar cuáles de los factores característicos de las mipymes deben intervenir para facilitarlos.

Debido a la misma estructura y forma como se crean las mipymes muchas de estas no cuentan con un esquema organizacional adecuado, ni tienen el personal pertinente con conocimientos de administración financiera o metodológicos de planeación, formulación y evaluación de proyectos. Estos factores son importantes en el crowdfunding, el cual se alinea con la estructura y planificación de un proyecto basado en proyecciones financieras para lograr atracción y confianza en los inversionistas.

Por lo que se hace necesario plantearse una estructura organizacional y una estrategia, con una clara cultura organizacional y una eficiente administración financiera para poder ser prospectos beneficiarios de plataformas de crowdlending.

De igual forma, el factor comunidad propio de la economía colaborativa debe desarrollarse en las mipymes. Estas organizaciones deben relacionarse con sus grupos de interés, especialmente con sus clientes y emplear todo tipo de canales para posicionarse en el pensamiento de estos. La participación de la organización en diferentes acciones y ámbitos de las comunidades es necesario a la hora de emprender una campaña de financiamiento colaborativo. Ello dado que el reconocimiento es clave para lograr los objetivos en este tipo de campañas.

Además, el posicionamiento se da en plataformas sociales y páginas de internet que pueden ser un respaldo para los inversionistas al verificar que la organización se preocupa por mantener una visibilidad y un papel protagónico en el quehacer de sus grupos de interés. Esto

es también una estrategia de mercadeo digital que beneficia reiteradamente a la organización.

Por todo lo anterior, se consolida el crowdfunding, específicamente el crowdlending, como una opción plausible y eficiente para el financiamiento de las mipymes. Sin embargo, es necesario que estas organizaciones salgan de ese paradigma que le hace pensar como actores poco importantes, de subsistencia y que por lo tanto suelen tener una planeación poco adecuada.

De igual forma, es entendible que, dados los aspectos presupuestales, muchas de estas organizaciones desistan de su participación en plataformas sociales, de mercadeo digital, de la interacción con el entorno. El mejoramiento de estas capacidades, el cambio de estas visiones es clave para el acceso a estos financiamientos y por lo tanto ahondar en su estudio y en las formas de alcanzar los mínimos esperados para ello es pertinente.

Conclusiones

El crowdlending es una forma de financiamiento colaborativo que permite a los prestamistas invertir en préstamos a prestatarios individuales u organizaciones a través de una plataforma en línea. Aunque tiene riesgos, también puede ofrecer oportunidades de inversión con tasas de interés atractivas y menos requisitos que los bancos tradicionales, un modelo innovador que permite financiarse directamente por una comunidad.

Muchas micro, pequeñas y medianas organizaciones ignoran el impacto que tiene una clara cultura organizacional y una estrategia para un posible inversionista a través de este tipo de plataformas. La mala planeación de las mipymes y la no determinación de los fondos necesarios para operar el proyecto es una de las principales razones por las cuales podrían no ser atractivas para los inversionistas en el crowdlending. Sin embargo, esta es una situación remediable. La de-

terminación de las variables que deben tenerse en cuenta, y de las características que estas organizaciones deben fortalecer en mayor medida es objeto de otras investigaciones que en muchos casos se debe realizar por sectores o de forma individual para poder determinar acciones de intervención.

Referencias

Acosta, L. S. (2020). *Consumo colaborativo: Introducción, institucionalización y relación con la Responsabilidad Social Organizacional* [Tesis pregrado en Administración de empresas, Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77678>

Acosta, L. S., Londoño-Cardozo, J., y Gaitán Vera, B. (2020). La economía colaborativa como instrumento que transforma al hombre en un ser socialmente responsable. En C. Tello-Castrillón, E. F. Pineda-Henao, y J. Londoño-Cardozo (Eds.), *La construcción organizacional de la Responsabilidad Social: Fundamentos teóricos y casos de estudio* (pp. 143-167). Universidad Nacional de Colombia.

Acosta, L. S., Londoño-Cardozo, J., Tello Castrillón, C., y Rengifo Pasiminio, L. F. (2022). Sharing Economy: The new economic institution. *Nova Economia*, 32(1), 205-230. <https://doi.org/10.1590/0103-6351/6508>

Acquier, A., Carbone, V., y Massé, D. (2019). How to Create Value(s) in the Sharing Economy: Business Models, Scalability, and Sustainability. *Technology Innovation Management Review*, 9(2), 5-24. <https://doi.org/10.22215/timreview/1215>

Adhami, S., Gianfrate, G., y Johan, S. (2023). Risks and returns in crowdlending. *Eurasian Business Review*. <https://doi.org/10.1007/s40821-022-00236-x>

Agarwal, N., y Steinmetz, R. (2019). Sharing Economy: A Systematic

Literature Review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(06), 17. <https://doi.org/10.1142/S0219877019300027>

Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF]. (2020). *Gran Encuesta Pyme Nacional* [Informe de resultados Segundo Semestre 2020]. Banco de la República de Colombia, BANCOLDEX, Fondo Nacional de Garantías, Banco Mundial. <https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/>

Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF].. (2021, diciembre 9). *Retos y oportunidades de las Pymes*. <https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>

Ardic, O. P., Mylenko, N., y Saltane, V. (2011). *Small and Medium Enterprises: A Cross-Country Analysis with a New Data Set* (SSRN Scholarly Paper 1747441). <https://papers.ssrn.com/abstract=1747441>

Banca de las oportunidades. (2019). *Financiamiento de las mipymes en Colombia* (p. 11). Banca de las oportunidades. https://www.bancade-lasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2019-02/Financiamiento%20mipymes.Vf_.pdf

Bani-Salameh, H., Al-Gharaibeh, J., Jeffery, C., y Al-Sharif, Z. A. (2017). Collaborative education in a virtual learning environment. *International Journal of Business Information Systems*, 25(4), 474-489. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2017.085172>

Bearman, M., y Dawson, P. (2013). Qualitative synthesis and systematic review in health professions education. *Medical Education*, 47(3), 252-260. <https://doi.org/10.1111/medu.12092>

Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715-734. <https://doi.org/10.1086/612649>

Belk, R. (2014a). Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7-23. <https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891518>

Belk, R. (2014b). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>

Botsman, R. (2013, noviembre 21). *The Sharing Economy Lacks A Shared Definition*. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>

Botsman, R. (2015, mayo 27). *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption–And What Isn't?* Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>

Botsman, R., y Rogers, R. (2009). *O que é meu é seu: Como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo (Primeira)*. Bookman Editora.

Cama-Pinto, A., De la Hoz, E., y Cama-Pinto, D. (2012). Las redes de sensores inalámbricos y el Internet de las cosas. *Revista INGE CUC*, 8(1), 163-172.

Cañigual, A. (2015). El futuro nunca estuvo tan presente. *Leaners Magazine*, 18-22.

Chicaíza-Becerra, L. A., Riaño Casallas, M. I., Rojas-Berrio, S. P., y Garzón Santos, C. (2017). *Revisión sistemática de literatura en Administración (3011931)*. Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3011931>

Coto, M. A., y Miranda Falces, A. (2017). *La empresa colaborativa. La nueva revolución económica (Segunda ed.)*. Pearson Educación, S.A.

Crawford, A. (1996). *Review of The Spirit of Community: Rights, Res-*

possibilities, and the Communitarian Agenda [Review of Review of *The Spirit of Community: Rights, Responsibilities, and the Communitarian Agenda*, por A. Etzioni]. *Journal of Law and Society*, 23(2), 247-262. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/1410419>

Cuesta, C., Fernández de Lis, S., Roibas, I., Rubio, A., Ruesta, M., Tuesta, D., y Urbiola, P. (2014). *Crowdfunding en 360º: Alternativa de financiación en la era digital* (p. 27). Observatorio Economía Digital. BBVA. <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/10/Observatorio-crowdfunding-vf.pdf>

De Reuver, M., Sørensen, C., y Basole, R. C. (2018). The Digital Platform: A Research Agenda. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124-135. <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>

De Torres, P. (2014). *Crowdequity y crowdlending: ¿fuentes de financiación con futuro?* (Informe Técnico 17). Observatorio de Divulgación Financiera. https://www.iefweb.org/wp-content/uploads/2019/01/crowdequity_crowdlending.pdf

Dietrich, A., Amrein, S., von der Heyde, F., Heuermann, A., y Rüdüsühli, M. (2019). *Crowdlending survey 2019* (p. 24) [Informe Técnico]. Lucerne University of applied sciences and arts. https://lendingassociation.ch/wp-content/uploads/2019/05/Crowdlending-Survey-2019_EN_web-1.pdf

Ebers, M., y Quarch, B. M. (2021). *EU Consumer Law and the Boundaries of the Crowdfunding Regulation* (SSRN Scholarly Paper 3822692). <https://papers.ssrn.com/abstract=3822692>

Ertz, M., Durif, F., y Arcand, M. (2016). Collaborative consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19(2), 1-23. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2799884>

Estellés, E. (2014, marzo 20). Crowdfunding: Qué es y qué tipos existen. *My crowdsourcing blog*. <http://www.crowdsourcing-blog.org/crowdfunding-que-es-y-que-tipos-existen/>

Etzioni, A. (1993). *The Spirit of Community: Rights, Responsibilities, and the Communitarian Agenda* (First Edition). Crown Publishers, Inc.

Evans, D. (2011). *Internet de las cosas* (pp. 4-11) [Informe Técnico]. CISCO. <https://genunpal.page.link/4cs5>

Fundación Telefónica. (2011). *Smart Cities: Un primer paso hacia la internet de las cosas* (Primera ed., Vol. 16). Editorial Ariel S.A.

Gallagher, T., Stewart, A., Walker, R., Baker, M., y Lockhart, J. (2010). Sharing education through schools working together. *Shared Space*, 10, 65-74.

García Molina, M., y Chicaíza Becerra, L. (2011). *Guía de fuentes para la investigación en Ciencias Económicas*. Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Investigaciones para el Desarrollo - CID. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1766062>

Gerhard, F., Silva Júnior, J. T., y Câmara, S. F. (2019). Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso. *Organizações y Sociedade*, 26(91), 795-814. <https://doi.org/10.1590/1984-9260919>

Hamari, J., Sjöklint, M., y Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.

Hernández Jiménez, R. (2015). *Fórmulas y modelos de crowdfunding* [Trabajo de grado en Marketing e investigación de mercados, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/15762/TFG-E-163.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huang, G. Q., Lau, J. S. K., y Mak, K. L. (2003). The impacts of sharing production information on supply chain dynamics: A review of the literature. *International Journal of Production Research*, 41(7), 1483-1517. <https://doi.org/10.1080/0020754031000069625>

Jovanović, T. (2019). Crowdfunding: What Do We Know So Far? *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(01), 1950009. <https://doi.org/10.1142/S0219877019500093>

Junge, L. B., Laursen, I. C., y Nielsen, K. R. (2022). Choosing crowdfunding: Why do entrepreneurs choose to engage in crowdfunding? *Technovation*, 111, 102385. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102385>

Laamanen, T., Pfeffer, J., Rong, K., y Van de Ven, A. (2016). Business models, ecosystems, and society in the sharing economy. *Academy of Management Discoveries*, 2(2), 218-221. <https://doi.org/10.5465/amd.2016.0037>

Lain, B. (2017). Algunas limitaciones en la comprensión de la economía colaborativa en sentido emancipador. *Revista Española de Sociología*, 26(1), 109-114. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2017.6>

Lara, T. (2014). Crowdsourcing: Cultura compartida. *Anuario de Acción Cultural Española de Cultura Digital. Focus 2014: uso de las nuevas tecnologías*, 20-29.

Loba Ortega, E. E. (2020a). El crédito comercial, las políticas financieras y las ventas en el desarrollo empresarial. *Dictamen Libre*, 26, Article 26. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.26.6192>

Loba Ortega, E. E. (2020b). El crédito comercial, las políticas financieras y las ventas: *En el desarrollo empresarial* (Primera ed.). Editorial Academica Española.

Loes, C. N. (2022). The Effect of Collaborative Learning on Academic Motivation. *Teaching y Learning Inquiry*, 10. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1340445>

Londoño-Cardozo, J. (2020). *Propuesta de caracterización de la responsabilidad digital organizacional de la economía colaborativa* [Trabajo de grado de pregrado para optar al título en Administración, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/85338>

Londoño-Cardozo, J., y Pérez de Paz, M. (2021). Corporate Digital Responsibility: Foundations and considerations for its development. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMD210088>

Londoño-Cardozo, J., y Tello Castrillón, C. (2022). La Economía Colaborativa: Propuesta de bases conceptuales para su estudio. *Entramado*, 18(2), e-7872. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.7872>

Maier, E. (2016). Supply and demand on crowdlending platforms: Connecting small and medium-sized enterprise borrowers and consumer investors. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 143-153. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.08.004>

Makel, M. C., Smith, K. N., McBee, M., Peters, S. J., y Miller, E. M. (2019). Open Science 2.0: Large-Scale Collaborative Education Research. *PsyArXiv Preprints*, 39. <https://doi.org/10.31234/osf.io/ypmjg>

Minaev, A. (2020, diciembre 6). *Startup Statistics (2023): 35 Important Facts and Trends*. FirstSiteGuide. <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

Ministerio del Trabajo de Colombia. (2019, septiembre 26). *mipymes representan más de 90 del sector productivo nacional y generan el 80 del empleo en Colombia* ministra Alicia Arango. <https://www.mintraba->

jo.gov.co/web/guest/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango

Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. cryptovest.co.uk.

Observatorio Pyme. (2020). *Gran Encuesta a las Microempresas* [Informe de resultados 2020]. ANIF. <https://www.anif.com.co/publicaciones/observatorio-pyme/gran-encuesta-las-microempresas>

Ospina Díaz, L. P., Cifuentes Leiton, D. M., Gaitán Vera, B., y Londoño-Cardozo, J. (2019). La RSO y la Economía Colaborativa: Principios de análisis. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 5(1), 73-80.

Pérez de Paz, M., y Londoño-Cardozo, J. (2021). La implementación de los robots y la inteligencia artificial en las organizaciones: Una paradoja para la Responsabilidad Social. En J. Londoño-Cardozo y O. I. Vásquez (Eds.), *La investigación en Administración: Tendencias, enfoques y discusiones* (Primera ed., pp. 185-219). Editorial Universidad Santiago de Cali.

Pérez de Paz, M., Londoño-Cardozo, J., y Tello Castrillón, C. (2023). Tecnologías agenciativas y la Responsabilidad Digital Organizacional: Conflictos, retos y soluciones. En N. Gorrochategui, V. Martins de Oliveira, L. Galán, y E. de Giusti (Eds.), *Responsabilidad Social de las Organizaciones-RSO: América Latina arma los objetivos de desarrollo sostenible* (pp. 513-540). Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

Pesca Gómez, H. A. (2017). Crowdfunding y el financiamiento de PYME en Colombia. *Revista Civilizar de empresa y economía*, 7(12), 47-70. <https://doi.org/10.22518/2462909X.628>

Reyes Camarillo, J. M. (2020). La falta de conocimientos administrativos y acceso a financiamiento: Causas principales del fracaso de las

pymes. *Vestigium. Apuntes universitarios. Revista de la Universidad Emiliano Zapata*, 0(0), 9-12.

Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2013). El crowdfunding: Una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Revista Pensar en Derecho*, 3(2), 101-123.

Salomon, V. (2019). Evolving crowdfunding models. En H. Landström, A. Parhankangas, y C. Mason (Eds.), *Handbook of Research on Crowdfunding* (Firts ed., pp. 357-384). Published by Edward Elgar Publishing Limited.

Schweizer, A., Schlatt, V., Urbach, N., y Fridgen, G. (2017, diciembre 10). Unchaining Social Businesses – Blockchain as the Basic Technology of a Crowdlending Platform. *ICIS 2017 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/icis2017/TransformingSociety/Presentations/8>

Seers, K. (2012). What is a qualitative synthesis? *Evidence-Based Nursing*, 15(4), 101-101. <https://doi.org/10.1136/ebnurs-2012-100977>

Selloni, D. (2017). New Forms of Economies: Sharing Economy, Collaborative Consumption, Peer-to-Peer Economy. En D. Selloni (Ed.), *CoDesign for Public-Interest Services* (1 ed., pp. 15-26). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-53243-1_2

Taborda Ocampo, M. A., Nova, L. D., y Bohórquez Sanabria, I. V. (2018). Importancia de las pymes para el desarrollo económico de Chile en el siglo XXI. *Punto de vista*, 9(2 (14)), Article 2 (14). <https://doi.org/10.15765/pdv.v9i14.1179>

Thomas, J., y Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>

Tranfield, D., Denyer, D., y Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Vasilescu, L., y Tudor, S. (2018). Crowdfunding–Forms, Facts And Implications. *Annals-Economy Series*, 137-143.

Webster, N. A., y Kontkanen, Y. (2021). Space and place in immigrant entrepreneurship literature in the Nordic countries: A systematic literature review. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 75(4), 221-236. <https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1949746>

Zalavra, E., y Papanikolaou, K. (2022). A wiki-based framework for collaborative learning design in teacher education. *Education and Information Technologies*, 27(5), 6407-6435. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10874-9>

Zarifis, A., Cheng, X., y Kroenung, J. (2019). Collaborative consumption for low and high trust requiring business models: From fare sharing to supporting the elderly and people with disability. *International Journal of Electronic Business*, 15(1), 1-20. <https://doi.org/10.1504/IJEB.2019.099059>

Ziegler, T., y Shneor, R. (2020). Lending Crowdfunding: Principles and Market Development. En R. Shneor, L. Zhao, y B.-T. Flåten (Eds.), *Advances in Crowdfunding Research and Practice* (First ed., pp. 63-92). Palgrave Macmillan.

Ziegler, T., Shneor, R., Wenzlaff, K., Odorović, A., Johanson, D., Hao, R., y Ryll, L. (2019). *Shifting paradigms* (p. 147) [The 4th european alternative finance benchmarking report]. Cambridge Centre for Alternative Finance.

El crowdlending como estrategia de financiamiento de mipymes en Colombia:
Una revisión de literatura

<https://lending-times.com/wp-content/uploads/2019/04/CCAF-4th-european-alternative-finance-benchmarking-industry-report-shifting-paradigms-April-2019.pdf>