

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**“EL CROWDFUNDING COMO MECANISMO DE FINANCIAMIENTO PARA
EMPRENEDORES”**

Trabajo de Graduación presentado por:

GARCÍA GALLARDO, CLAUDIA RACHELL
RUGAMAS, DANIEL ANTONIO

PARA OPTAR AL GRADO DE:
MAESTRO (A) EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

FEBRERO 2017

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : MSc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIA GENERAL INTERINA : DRA. ANA LETICIA ZA VALETA DE AMAYA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ

VICEDECANO : MSc. MARIO WILFREDO CRESPÍN ELÍAS

SECRETARIA : LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO

ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LIC. EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ

TRIBUNAL EXAMINADOR : MSc. JUAN VICENTE ALVARADO RODRÍGUEZ

: MAF. JONNY FRANCISCO MERCADO CARRILLO

: MSc. VICTOR RENÉ OSORIO AMAYA

FEBRERO 2017

CIUDAD UNIVERSITARIA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

RESUMEN

La presente investigación, trata sobre la financiación colectiva, en adelante “*crowdfunding*”, como mecanismo de financiamiento para emprendedores que realizan una idea de negocio o proyecto innovador. En El Salvador existe dificultad para obtener financiamiento cuando un emprendedor desea realizar un proyecto empresarial, debido a que no cuenta con garantías y condiciones crediticias que exigen los bancos para ser sujeto de financiamiento a través de la banca formal. Estas dificultades conllevan a la investigación de una alternativa útil, que puede ser tomada en cuenta por los emprendedores cuando exista una necesidad de obtener fondos y concretizar la idea del proyecto.

En el marco teórico se presentan las definiciones, antecedentes, tipos y modelos de *crowdfunding*, así como también su proceso de implementación. Se mencionan las ventajas que conllevan la utilización e implementación de esta alternativa de financiamiento.

Se establece la metodología de la investigación que será utilizada, detallando la población a entrevistar para obtener la información necesaria y realizar el respectivo análisis.

Finalmente se conoció la perspectiva de los representantes de las instituciones privadas y del Estado que tienen relación con los emprendedores; concluyendo que una de las limitantes más grandes para la implementación es el aspecto cultural de la población en general y la falta de promoción de las entidades competentes.

Contenido

INTRODUCCIÓN	i
Capítulo 1: Planteamiento del Problema	1
1.1. Antecedentes	1
1.2 Definición del problema	2
1.3 Preguntas de investigación e hipótesis de trabajo	3
1.3.1 Preguntas de investigación	3
1.3.2 Hipótesis de trabajo	3
1.4 Objetivos generales y específicos	4
1.4.1 Objetivo general:	4
1.4.2 Objetivos específicos:	4
1.5 Justificación	4
1.6 Beneficios obtenidos	5
1.7 Delimitaciones y limitantes de la investigación	6
1.7.1 Delimitación en aspectos teóricos	6
1.7.2 Delimitación espacial	6
1.7.3 Delimitación temporal	7
1.7.4 Limitantes para realizar la investigación	7
Capítulo 2: Marco Teórico	8

2.1. Definiciones de términos y Generalidades	8
2.1.1. Definiciones de términos	8
2.1.2 Generalidades	10
2.2 Antecedentes	12
2.3 Experiencias internacionales del <i>crowdfunding</i>	14
2.4 Tipos de <i>crowdfunding</i>	15
2.5 Modelos de <i>crowdfunding</i>	16
2.6 Principales plataformas existentes del <i>crowdfunding</i>	20
2.6.1 Plataformas en España	21
2.6.2 Plataformas en Argentina	22
2.6.3 Plataformas en México	23
2.7 Ventajas del <i>crowdfunding</i>	24
2.7.1 Ventajas para el que necesita el financiamiento	24
2.7.2 Ventajas del <i>crowdfunding</i> para el financiador	25
2.8 Desventajas del <i>crowdfunding</i>	25
2.8.1 Desventajas para el que necesita el financiamiento	25
2.8.2 Desventajas del <i>crowdfunding</i> para el financiador	26
2.9 Proceso de implementación del <i>crowdfunding</i>	27

2.9.1 Actores principales involucrados en el proceso de implementación del <i>crowdfunding</i>	27
2.9.2 Fases para la implementación de una estrategia de <i>crowdfunding</i>	28
2.10 Aspectos a considerar para la implementación del <i>crowdfunding</i> en El Salvador	31
2.10.1 Entidades que deben apoyar la implementación del <i>crowdfunding</i>	33
2.10.2 Regulación del marco legal que debe existir	33
2.10.3 Apoyo de las instituciones	35
2.10.4 Iniciativas privadas	36
Capítulo 3: Metodología	42
3.1 Método de investigación	42
3.2. Población	43
3.3. Participantes o Unidades de Análisis	44
3.4. Instrumentos	45
3.5. Procedimiento de investigación	46
3.6. Planificación	47
3.7. Estrategia de análisis de datos	48
Capítulo 4: Representación de los resultados	49
4.1 Resultados de datos de análisis de las entrevistas	49
4.1.1 Apoyo del Estado para motivar el emprendimiento	49

4.1.2 Situación actual de los emprendedores para obtención de fuentes de financiamiento	51
4.1.3 Componentes que debe poseer un emprendedor para que la idea de negocio sea exitosa	53
4.1.4 <i>Crowdfunding</i> como mecanismo de financiamiento para los emprendedores	54
4.1.5 Aspectos culturales como limitante para la implementación del <i>crowdfunding</i> en el tiempo	57
4.2 Prueba de Hipótesis	58
4.3 Principales hallazgos	59
Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones	61
5.1 Conclusiones	61
5.2 Recomendaciones	63
REFERENCIAS	65
ANEXO A: MODELO DE ENTREVISTA	68

Contenido de tablas y figuras

Tabla 1 Variable de Hipótesis	3
Tabla 2 Fase de preparación	29
Tabla 3 Fase de implementación	30
Tabla 4 Fase de seguimiento	31
Tabla 5 Operaciones reguladas en la Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos y de la Ley contra la Usura	35
Tabla 6 Tabla de opciones de mayor incidencia para el desarrollo de un proyecto	54
Tabla 7 Tabla de barreras que limitan el desarrollo de <i>crowdfunding</i> en El Salvador	55
Tabla 8 Tabla de elementos que permitirían el desarrollo de <i>crowdfunding</i> en El Salvador	56
Tabla 9 Tabla de tiempo estimado para implementación con éxito del <i>crowdfunding</i> en El Salvador	57
Figura 1 Fases para la implementación de <i>crowdfunding</i>	28
Figura 2 Aportes recibidos en <i>crowdfunding</i> del grupo <i>Vox Cordis</i>	38
Figura 3 Detalle de campaña en <i>crowdfunding</i> del grupo <i>Vox Cordis</i>	39
Figura 4 Aportes recibidos en <i>crowdfunding</i> de <i>Cadejo Brewing Company</i> .	40
Figura 5 Detalle de campaña en <i>crowdfunding</i> de <i>Cadejo Brewing Company</i> .	41

INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene los elementos que componen la investigación desarrollada, los cuales serán expuestos detalladamente en los cinco capítulos del presente informe.

En el primer capítulo se aborda una breve reseña histórica de cómo ha venido evolucionando el problema; se efectúa una explicación sobre lo que se quiere indagar, resaltando los aspectos positivos y negativos en torno a la deficiencia encontrada; y la formulación del problema el cual está plasmado en una interrogante a investigar. La justificación se enfoca a enfatizar lo novedoso de la investigación, el beneficio social que proporcionará a los profesionales en el campo laboral, en el sector docente, a la población estudiantil y a la sociedad en general.

También se establecen los objetivos que se pretenden alcanzar, para lo cual se formula un objetivo general y tres objetivos específicos que sirven de base para la investigación.

La delimitación incluye tres aspectos importantes, el teórico, temporal y el espacial. En el teórico se especifican los elementos y variables de la situación estudiada, en el temporal se determina el período durante el cual se fundamenta la investigación, y el límite espacial, que consiste en las áreas en las que se desarrolla la investigación.

El segundo capítulo se refiere a la revisión del marco teórico, donde se presentan los conceptos generales sobre el *crowdfunding*, los tipos, las ventajas y desventajas, el

proceso de implementación y la incorporación de las experiencias internacionales relacionadas al funcionamiento.

El tercer capítulo es un respaldo del proceso de investigación, se realiza el diseño metodológico, el cual detalla el tipo de estudio, la unidad de análisis y población, así como el instrumento para el procesamiento de la información que se utiliza en el desarrollo de la temática.

En el cuarto capítulo se detallan los resultados logrados, los cuales son expuestos a través de un análisis de las diferentes variables, contrastándolas con la hipótesis del trabajo y con el marco teórico. Se incorpora además un resumen de las principales variables cualitativas obtenidas mediante las respuestas de los entrevistados.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones producto de la investigación, los hallazgos de la investigación, aspectos técnicos, legales, económicos y sociales de implementar un mecanismo de financiamiento como el *crowdfunding*.

Finalmente, se presentan las fuentes y referencias bibliográficas, además los anexos relacionado con los instrumentos para la recolección de información.

Capítulo 1: Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

En El Salvador existe una dificultad para obtener financiamiento cuando un emprendedor desea realizar un proyecto empresarial, debido a que no cuenta con garantías y condiciones crediticias que exigen los bancos para ser sujeto de financiamiento.

En países como México, el crecimiento de emprendedores ha convertido el *crowdfunding* en un financiamiento exitoso debido al aprovechamiento del internet y el apoyo del sector público que juega un papel fundamental en la configuración del ecosistema que permite que las plataformas, los negocios, los donantes y los inversionistas participen en un *crowdfunding* en línea.

En el país no existen normativas especiales que regulen e incentiven el financiamiento para los emprendedores y que además cree una herramienta innovadora como el *crowdfunding*, el cual consiste en obtener fondos de forma colectiva para la formación de capital donde las necesidades de financiación se comunica a través de una convocatoria abierta a un grupo grande de personas.

En El Salvador el *crowdfunding* inicialmente ha sido expuesto de forma magistral en congresos realizados por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL), en el año 2015, dicha Cámara anunció que realizaría un encuentro de jóvenes enfocado en métodos para financiar los proyectos de emprendimiento, donde se ilustró la idea del *crowdfunding* como una buena herramienta para que los jóvenes den a

conocer sus ideas novedosas de negocios y obtengan los fondos necesarios para implementarlas. (CAMARASAL, 2015).

El comité de jóvenes empresarios y profesionales de la cámara organizó este evento con el propósito de proporcionar a los jóvenes empresarios y emprendedores conocimientos sobre mecanismos innovadores de financiamiento que les permitan ejecutar sus ideas y modelos de negocio.

1.2 Definición del problema

Una de las problemáticas que enfrentan los emprendedores para iniciar un proyecto empresarial, es la falta de fuentes de financiamiento, en el caso específico de los emprendedores se suma otra serie de factores para obtener fondos que obstaculizan la creación de nuevos proyectos empresariales, entre estos se pueden mencionar las estrictas políticas de la banca, la restricción de créditos debido a que no tienen historial crediticio ni garantía para responder a las obligaciones financieras y el incipiente apoyo que existe del Estado para el desarrollo del emprendedor. En la actualidad existen organizaciones enfocadas en apoyar el emprendurismo en asistencia técnica individual, grupal y asociativa en áreas de administración, producción y comercialización.

1.3 Preguntas de investigación e hipótesis de trabajo

1.3.1 Preguntas de investigación

¿Cuáles son las barreras que limitan las fuentes de financiamiento del *crowdfunding*?

1.3.2 Hipótesis de trabajo

La hipótesis que se aborda en este trabajo es la siguiente:

“En El Salvador existen limitantes para implementar el *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento para los emprendedores.”

Tabla 1 Variable de Hipótesis

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES
Financiamiento	Recursos monetarios que son destinados para el desarrollo de un proyecto, siendo el más habitual la apertura de una nueva microempresa.	Perfil del emprendedor Historial crediticio Garantías ofrecidas para el crédito.
Situación Financiera	Es la capacidad que poseen las personas, empresas o sociedad de poder hacer frente a las deudas que tienen o, lo que es lo mismo, de la liquidez de la que disponen para poder pagar sus deudas.	Nivel de Endeudamiento Nivel de Liquidez Composición de la Estructura de Capital
Emprendedores	Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un nivel de ventas brutas anuales de hasta \$100,000; y hasta 10 trabajadores remunerados. (Fuente CONAMYPE)	Nivel de Ventas anuales Número de Trabajadores Tipo de microempresa
Préstamos Familiares	Dinero que se solicita prestado a los miembros de la familia del microempresario.	Líquides de Familiares.

Fuente: Elaboración propia

1.4 Objetivos generales y específicos

1.4.1 Objetivo general:

- ✓ Investigar los elementos que permitan el desarrollo del *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento innovador para emprendedores.

1.4.2 Objetivos específicos:

- ✓ Efectuar un marco teórico que detalle los tipos de *crowdfunding* que pueden ser aplicados para obtener acceso a financiamiento.
- ✓ Definir los pasos para financiarse por medio del *crowdfunding*.
- ✓ Realizar entrevistas para obtener los elementos que inciden en la implementación del *crowdfunding* en El Salvador.
- ✓ Establecer un análisis de las variables que inciden para la implementación del *crowdfunding*.

1.5 Justificación

En la actualidad la banca formal no posee créditos para los emprendedores con una idea de negocio que desean crear una microempresa. Esta falta de oportunidades dificulta que nuevos emprendedores se desarrollen debido a que no encuentran el apoyo requerido en la banca formal. En El Salvador el incipiente apoyo de instituciones involucradas en el emprendedurismo, genera un bajo crecimiento de la economía del

país, ya que muchas ideas de negocios no llegan a materializarse (Mojica 2015, recuperado de: <http://www.elsalvador.com/articulo/editoriales/emprendedurismo-salvador>).

El trabajo está enfocado en investigar los elementos que existen para el desarrollo del *crowdfunding* como fuente innovadora de financiamiento para emprendedores, así como también definir los pasos para financiarse por medio de esta herramienta innovadora y efectuar un marco teórico que detalle los tipos de *crowdfunding* que pueden ser aplicados para obtener acceso a financiamiento.

La información que fue proporcionada en la respuesta de las organizaciones enfocadas en el desarrollo del emprendimiento servirá como antecedente de estudio en El Salvador, ya que a la fecha no existe ninguna documentación investigativa sobre el tema del *crowdfunding*.

1.6 Beneficios obtenidos

Este estudio proporcionó elementos necesarios para los entes interesados en la implementación de una fuente innovadora de financiamientos para emprendedores como el *crowdfunding*, considerando los antecedentes históricos, legislaciones competentes y aspectos técnicos, financieros y sociales, entre los cuales podemos mencionar: La realización de publicidad por parte de instituciones estatales y privadas para que exista mayor cantidad de personas con conocimientos acerca de éste mecanismo.

La efectiva implementación del *crowdfunding* por parte de las entidades interesadas, permitirá conseguir el capital necesario de los emprendedores para iniciar y desarrollar su proyecto por medio de aportaciones de muchos pequeños inversionistas. El mecanismo también da la ventaja de dar publicidad al negocio mientras se consiguen cooperantes e inversionistas.

1.7 Delimitaciones y limitantes de la investigación

1.7.1 Delimitación en aspectos teóricos

Se hizo una investigación sobre la información histórica que se encuentra en informes técnicos elaborados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el Fondo Multilateral de Inversiones, sitios webs y documentos formales de diferentes países entre los que se pueden mencionar investigaciones elaboradas en países como México y Ecuador.

1.7.2 Delimitación espacial

La investigación representa un aporte a los emprendedores del área metropolitana de San Salvador y Soyapango, los cuales obtienen apoyo de instituciones como Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Banca de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL), fundaciones, entre otros, que tengan incidencia con el *crowdfunding*.

1.7.3 Delimitación temporal

Para la investigación se recopiló información en un intervalo de los últimos diez años, a considerarse 2006-2016.

1.7.4 Limitantes para realizar la investigación

Debido a la limitada información que existe en el país sobre la temática, existiendo pocos documentos relacionados, por lo que ésta se limita a historiales y experiencias de implementación recolectadas de otros países que utilizan el *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento, otra limitante es la falta de una plataforma local para que éste funcione en El Salvador.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1. Definiciones de términos y Generalidades

2.1.1. Definiciones de términos

Para iniciar los elementos del marco teórico, es necesario incluir un breve apartado con algunas definiciones importantes que pueden ayudar a comprender todo el documento.

Según (FMI, 2013, p. 8-; Ross, Westerfield y Jaffe, 2012; Sánchez, 2015, p.38-). Los conceptos básicos a utilizar son:

Crowdfunder. Un donante o inversionista que provee capital a una campaña de *crowdfunding*.

Crowdfunding: Un modelo de formación de capital y participación de mercado en donde las necesidades y los propósitos de financiación se dan a conocer ampliamente a través de una convocatoria abierta, por lo general, mediante internet, y obtienen el apoyo de contribuciones colectivas de diversos donantes o inversionistas independientes.

Deuda: Son obligaciones de la empresa que requieren un desembolso de efectivo dentro de un periodo estipulado. Muchas obligaciones contractuales de pago de una cantidad e interés estipulados en un periodo.

Donación: Cantidad de dinero entregada sin esperar recibir beneficios tangibles.

Emprendedor: Se aplica para designar a las personas que solamente con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

Emprendimiento: Básicamente se puede definir como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo.

Emprendimiento por necesidad: Responde a una combinación de factores, en el entorno económico donde no hay suficiente creación de empleos o donde persiste un grupo de la población sin acceso al empleo remunerado, la ausencia de oportunidades de negocio o de capacidades para emprender que lleva a que los emprendimientos sean hechos con el mero propósito de subsistir.

Emprendimiento por oportunidad: Identifica a los emprendedores motivados por una oportunidad de negocio con potencial de crecimiento y que, además, buscan mejorar su nivel de ingresos. En adelante cuando se utilice el termino emprendimiento, se referirá a emprendimiento por oportunidad.

Financiamiento: Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Inversionista: Persona física o jurídica que utiliza sus disponibilidades para adquirir acciones o títulos negociables.

Plataforma: Un sitio web que comercializa las ofertas/campañas específicas, recibe contribuciones individuales de financiación de donantes/inversionistas, mantiene fondos en garantía (en caso de que aplique al modelo de *crowdfunding*), distribuye los fondos a los propietarios de las campañas, recoge el reembolso de los emisores y canaliza el reembolso a los *crowdfunders* (en caso de ser aplicable).

Préstamo: Consiste en la transferencia temporal de recursos entre agentes económicos, donde el prestatario se compromete a restituir dichos recursos a su prestamista, además de pagar un interés.

Recompensa: La contribución de dinero se entrega a cambio de un producto promocional o en concepto de preorden de un producto a desarrollar.

Remuneración: Retribución monetaria que se da en pago por un servicio prestado o actividad desarrollada.

Rendimiento: Es el producto o utilidad que se obtiene de una inversión.

2.1.2 Generalidades

El *crowdfunding* se refiere a cualquier formación de capital donde las necesidades de financiamiento se comunican a través de una convocatoria abierta a un grupo grande de personas. Las personas pueden evaluar los méritos de estas necesidades financieras y los fines para los que se usarán los fondos, ellos pueden decidir si contribuyen a un proyecto de emprendimiento de una organización o un individuo que se efectuará a través de una

convocatoria abierta, lo que haría que se destine el capital común de toda una multitud de personas al desarrollo de un proyecto específico. A la persona u organización que promueve o gestiona la campaña abierta o convocatoria se le conoce como el “propietario de la campaña” (FMI, 2013, p. 26).

Las plataformas de *crowdfunding* son portales en línea que permiten acceder a la información de la campaña y enfocar la atención a las oportunidades de inversión social o económica

Estas proporcionan un foro digital donde los *crowdfunders* pueden hacer comentarios sobre las campañas, solicitar información y seguir el progreso de la recaudación de fondos para el *crowdfunding*, lo que permite que el grupo de personas supervise y examine las campañas de manera independiente. Además de su utilidad, el *crowdfunding* en línea ahora está adquiriendo relevancia alrededor del mundo como modelo para desarrollar capital emprendedor que brinda oportunidades para los pequeños inversionistas que generalmente se excluyen de los mecanismos de inversión tradicionales (FMI, 2013, p 27).

Las innovaciones en las tecnologías en línea y banca móvil permiten que estas plataformas canalicen los fondos de las personas a las campañas que desean apoyar o en las que quieren invertir.

2.2 Antecedentes

En el pasado el *crowdfunding* se limitaba en su mayoría a las campañas personales; las personas donaban cuando iban a la iglesia los domingos, cuando caminaban enfrente de una mesa de campaña en el mercado o cuando el propietario de esta tocaba a su puerta para solicitar contribuciones. (FMI, 2013, p. 26-).

En el año 1885 un joven periodista llamado Joseph Pulitzer del diario *New York World*, se le ocurrió la idea de pedir donaciones de 1 dólar a los ciudadanos que desearan, para financiar la base de la estatua de la Libertad de *New York*, logró reunir contribuciones de alrededor de 125,000 dólares. Este fue el referente de financiamiento de muchas personas (colectivo) más grande para esta época, por el logro que implicaba la recolección de dinero de personas desconocidas que veían un fin común (Núñez, 2015, recuperado de: <http://www.applaus.com/la-estatua-de-la-libertad>).

En el año de 1997 el término *crowdfunding*, comenzó a usarse para referirse a la cooperación colectiva como alternativa para la obtención de recursos para un proyecto. Para este mismo año, el primer proyecto se produjo, cuando la banda de rock británica, *Marillion*, financió su gira por Estados Unidos a través de donaciones online, lograron reunir donaciones por alrededor de 60,000 dólares (Sarah, 2013, recuperado de <http://laflecha.net/historia-del-crowdfunding>).

Para el año 2000, inspirados en este novedoso método de financiación, se crea la empresa *Artistshare*, quien impulsa e implementa en internet la primera plataforma

dedicada exclusivamente al *crowdfunding*, luego amplía sus operaciones a sello discográfico lo cual permite desarrollar un modelo de negocios para los diferentes artistas, que ven la oportunidad de que el público en general pueda financiar directamente sus proyectos (Brian, 2000, recuperado de <https://www.artistshare.com/v4/>)

Para el año 2005 a través de *Kiva*, una organización sin ánimo de lucro, nace la plataforma de microcréditos y préstamos *Peer to-peer* (P2P), que se lanza como la primera plataforma en internet que permite a los empresarios a través de sus donaciones prestar dinero al desarrollo de áreas en todo el mundo. Los préstamos de *Kiva* van desde los 25 dólares, esto parecería no relevante, pero en zonas del mundo donde abunda la pobreza esta cantidad ayuda a crear una oportunidad. La gran mayoría de estos préstamos van a personas que no tienen acceso a los sistemas bancarios tradicionales.

Ya en el 2006 el término *crowdfunding* es utilizado oficialmente para describir el concepto de pequeñas donaciones *online* para financiar grandes proyectos (Mairead, 2006, recuperado de: <http://kivablog.kiva.org/kivablog/2006/10/18/kivaorg-invited-to-present-at-the-global-microcredit-summit>).

A inicios del 2012, las nuevas tecnologías han revolucionado la naturaleza de las convocatorias abiertas. La llegada de internet ahora permite que un propietario de una campaña presente una sola propuesta que al instante puede difundirse y a la cual usuarios de todo el mundo pueden tener acceso. El flujo de la información en internet

hace posible que se pueda llegar a un número considerablemente mayor de posibles donantes e inversionistas a través de las plataformas de *crowdfunding* (FMI, 2013, p. 26).

2.3 Experiencias internacionales del *crowdfunding*

En México se está estudiando el *crowdfunding* para convertirlo en una estrategia de financiamiento para promover el emprendurismo, las personas están renuentes a participar activamente en el *crowdfunding* por sí mismas, para esto se debe establecer una confianza en el entorno para facilitar eficazmente la equivalencia entre la oferta y el capital, así como también la demanda de financiación. Es importante el destacado apoyo de entidades relacionadas al fomentar la participación de diversos actores y proporcionar un mejor entendimiento de los usos e impactos de los mecanismos del *crowdfunding* para emprendedores, negocios, donantes e inversionistas (FMI, 2013, p.83).

En Ecuador, el caso más relevante del *crowdfunding* es el que tuvo lugar en la ciudad de Quito, este fue efectuado por una banda musical denominada Guardarraya (grupo con más de 15 años de trayectoria musical), quienes elaboraron un proyecto musical con once temas, para lo cual recurrieron al *crowdfunding* a través #Ayudano a parir, solicitaron el apoyo para recaudar 10,000 dólares, cantidad que se requería para financiación de su proyecto en un lapso de 70 días. En esta campaña las aportaciones iban de 10 a 1,000 dólares. En este caso el proyecto fue un éxito ya que logro recaudar

10,705 dólares de 108 aportantes logrando obtener el 107% superando el objetivo básico requerido de 10,000 dólares (Velásquez, 2015, p. 71).

2.4 Tipos de *crowdfunding*

Para (FMI, 2013). Existen dos tipos de *crowdfunding*, los cuales se definen por la relación entre la persona que provee el recurso financiero (*crowdfunder*) y el receptor (el propietario de la campaña). Estos son el *crowdfunding* no financiero y el *crowdfunding* financiero. El primero es un tipo de *crowdfunding* en el que los contribuyentes o donantes no esperan ningún rendimiento financiero de su participación, pese a que es probable que reciban una recompensa específica que corresponde a una cantidad de la contribución determinada y el segundo es un término usado para hacer referencia al *crowdfunding* basado en préstamos y en acciones de manera colectiva.

El *crowdfunding* no financiero y el *crowdfunding* financiero difieren principalmente en la asociación de las contribuciones de las personas con las expectativas del rendimiento financiero en algún punto en el futuro. Cada tipo de *crowdfunding* tiene implicaciones distintas para la promoción de la campaña, participación con inversionistas o donantes, así como las instituciones y la infraestructura necesarias para apoyarlas (P.26).

Mientras el *crowdfunding* no financiero se refiere a la financiación sin expectativa de un rendimiento financiero, el *crowdfunding* financiero tiene el propósito de brindar oportunidades para que los inversionistas obtengan una remuneración financiera a

cambio de su apoyo. Los modelos de *crowdfunding* financiero se basan en la contribución de capital de un inversionista a una persona, negocio o emprendedor, mismo que ofrece a cambio un rendimiento financiero determinado en un tiempo específico. En el *crowdfunding* financiero, existen dos modelos primarios que han obtenido el reconocimiento como mecanismos de financiación e inversión que proveen alternativas viables a las fuentes tradicionales (comerciales) de financiamiento como son el *crowdfunding* basado en deudas y en acciones. La inclusión de expectativas para proporcionar rendimientos financieros a inversionistas en estos modelos contribuye de manera eficaz a la venta de los mismos (p. 27).

2.5 Modelos de *crowdfunding*

Según (FMI, 2013). Existen cuatro modelos de *Crowdfunding* que están incluidos en los dos tipos mencionados, los cuales se detallan a continuación:

Crowdfunding no Financiero

- a) *Crowdfunding* de Donación
- b) *Crowdfunding* de Recompensa

Crowdfunding Financiero

- c) *Crowdfunding* de Deuda
- d) *Crowdfunding* de Acciones

a) *Crowdfunding* de Donación

El *crowdfunding* tiene sus orígenes en las convocatorias abiertas para causas benéficas donde se dona sin esperar un rendimiento financiero. Por lo general, los propietarios de las campañas de *crowdfunding* no financiero solicitan fondos para iniciativas o proyectos individuales que atraen a otras personas con intereses similares. Por ejemplo, una ONG puede iniciar una campaña para construir un hospital en zonas rurales. Siempre que no se espere o exista una obligación legal de recibir un rendimiento por el dinero proporcionado, la transferencia se considera una donación o un obsequio y, por consiguiente, se le denomina como *crowdfunding* basado en donaciones (p.28).

b) *Crowdfunding* de Recompensa

En una campaña basada en recompensas, los *crowdfunders* dan capital para apoyar una campaña a cambio de algún tipo de beneficio o recompensa. Por ejemplo, un grupo musical que quiere grabar un álbum puede solicitar financiación para costear el estudio de grabación y, a su vez, ofrece una copia anticipada y autografiada del álbum a las personas que contribuyan a la campaña. Una estrategia que se emplea a menudo para el *crowdfunding* basado en recompensas es ofrecer mejores recompensas a quienes den una mayor contribución; una contribución de 25 dólares se podría recompensar con una copia anticipada de la grabación, pero una contribución de 250 dólares puede retribuir un par de boletos de concierto para ver tocar a la banda en un lugar local (p.28).

Los negocios también pueden recurrir al *Crowdfunding* basado en recompensas como una herramienta para medir la demanda de nuevos productos y servicios en el mercado, antes de ordenar la producción en masa. Al lanzar una campaña de financiación para un nuevo producto, los emprendedores pueden producir un conjunto limitado de productos y recompensar a los inversionistas con el modelo inicial. Al mismo tiempo, esto permite que los negocios recopilen opiniones sobre el diseño, la funcionalidad y la calidad total del producto. También pueden tener una mejor idea de los precios óptimos y evitar problemas graves antes de iniciar la producción a mayor escala. Tener un mejor entendimiento de la demanda del mercado puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y la rentabilidad, a la vez que se anticipa a los daños que se puedan causar a la reputación por lanzar al mercado un producto defectuoso (p.28)

c) *Crowdfunding* de Deuda

Se da cuando un emprendedor tiene un proyecto y necesita cierta cantidad de fondos para su financiamiento y debe remitir toda la información del proyecto a una plataforma basada en *crowdfunding*, este recibe un análisis de riesgo del tipo de negocio y le asigna cierto nivel de riesgo, aquí es donde entra el prestamista en escena y le dice cuanto es el tipo de interés por el préstamo del dinero. Suele darse cuando se financia cierto tipo de productos que no se ha comenzado a producir (p.29)

En el *crowdfunding* basado en deudas, los inversionistas reciben un instrumento de deuda que especifica los términos del futuro reembolso. Esto básicamente obliga al

propietario de la campaña a reembolsar los fondos proporcionados por el inversionista, los cuales consisten en el capital más una tasa de interés por lo general fija. Los intereses no siempre se incluyen en los contratos de *crowdfunding* basado en préstamos, lo que da lugar a que los inversionistas de impacto apoyen a los emprendedores y negocios en que requieren de capital flexible y de bajo costo para iniciar (p. 29).

d) *Crowdfunding* de Acciones

Provee a los inversionistas un instrumento accionario que otorga una participación de propiedad o una participación de las futuras ganancias. En este modelo, los rendimientos de los *crowdfunders* dependen del futuro éxito del negocio en el que inviertan. Por consiguiente, el *crowdfunding* basado en acciones presenta la posibilidad de obtener recompensas mayores conforme el valor de su acción incremente por el éxito del negocio. Sin embargo, esto también representa un riesgo mayor para los tenedores de la acción si el proyecto falla. A partir del 2010 están surgiendo leyes en los Estados Unidos y otros mercados desarrollados con el fin de brindar este tipo de apoyo al mercado del *crowdfunding* basado en acciones (p. 29)

Los contratos de inversión en capital (acciones) requieren de términos específicos que definan las posibles estrategias de salida para los inversionistas. Conforme crece el negocio, se mueve a lo largo de un continuo de financiación y es probable que requiera del financiamiento de otros inversionistas, como los fondos de capital del emprendedor o los bancos comerciales. Para facilitar esta transición sin debilitar el valor de la

participación de acciones inicial de los *crowdfunders*, los inversionistas del *crowdfunding* deben tener opciones bien definidas para poder salir de una relación contractual. Estos términos variarán para los diferentes negocios y darán margen para que los modelos innovadores atraigan la inversión a las ofertas de *crowdfunding* (p.29).

A medida que el mercado avanza, también se están explorando otras estructuras de valores para su venta, a través de plataformas de *crowdfunding* en línea. El *crowdfunding* basado en regalías, por ejemplo, es de esos medios de inversión que le ofrece a un *crowdfunder* una participación en un fondo de inversión, el cual le paga al inversionista un porcentaje de una fuente de ingresos específica. Por lo general, esto se relaciona con una participación de regalías en la propiedad intelectual de una sociedad y los ingresos que genera. Las ganancias aquí son potencialmente conmensurables a la tasa de interés establecida, pero las empresas pueden dejar de operar con la propiedad intelectual que se financió originalmente o pueden venderla a una empresa competidora o compradora. Esto hace que de alguna manera el modelo basado en regalías sea más complejo y menos común; no obstante, es un buen ejemplo de innovaciones emergentes en el mercado de *crowdfunding* (p. 29)

2.6 Principales plataformas existentes del *crowdfunding*

Según (Velásquez, 2015) las principales plataformas de *crowdfunding* son: *KICKSTARTER*, plataforma de un sitio web fundado en el 2008 por *Perry Chen, Yancey Strickler* y *Charles Adler*, sitio de financiación en masa de proyectos creativos que van

desde música, videos juegos, películas independientes, entre otros. En el año 2010 la revistas *The New York Times* lo nombro uno de los mejores inventos y en el año 2011 Mejor Sitio *Web*. Desde su fundación hasta el 2014 casi 9 millones de personas han contribuido con 1.8 millones de dólares para financiar 87,000 proyectos creativos (p.29).

Goteo.org, plataforma es un poco distinta, el tipo de recompensa es el retorno liberado de ese conocimiento con toda la sociedad, un ejemplo seria la descarga libre de tu obra o dar a conocer tu plan de negocios para que sirva a otros. Tiene el llamado Capital Riesgo que es una bolsa común – social de aportantes individuales, así como de instituciones públicas y privadas. Se realiza una convocatoria a determinados proyectos y por cada dólar aportado los integrantes de la bolsa común de capital riesgo aportan un dólar más óseo que las aportaciones son dobladas (p.31).

2.6.1 Plataformas en España

En España la plataforma Indiegogo, crea el proyecto *Watio* (Eficiencia energética para el mundo), se trata de un Proyecto que ha dado un salto a la financiación colectiva internacional y no solo como solución tecnológica a la eficiencia energética. *Watio* no es otra cosa que un conjunto de dispositivos que transforman su vivienda es *SmartHouse*. Los dispositivos tienen la finalidad de recoger datos y gestionar con la finalidad de optimizar el ahorro de energía, la seguridad y el confort no solo en el hogar sino también en la oficina. Se trata de producto tecnológico que se ha hecho viable en el mercado a partir de una campaña de *crowdfunding*.

Change.org, con el objeto de una edición conmemorativa de *Heroquest*, 25 aniversario de la creación de un juego de tablero de los años ochenta, siendo el proyecto que más dinero ha recaudado en la historia del *crowdfunding* en España

Es.cosmonautexperience, plataforma para del proyecto de una película realizada por más de 5,000 personas, película que lleva el mismo nombre de la plataforma *Cosmonuata*, se trata del primer proyecto financiado a través de *crowdfunding* (Velásquez, 2015, p. 39).

2.6.2 Plataformas en Argentina

Bananacash.com.ar fue la primera iniciativa en plataforma web de esta índole, asociada a crowdsourcing.org, en ella se desarrollaron y apoyaron iniciativas de proyectos fílmicos y obras de teatro.

La plataforma o compañía web obtiene un rédito que se traduce en una comisión del 6% del monto recaudado, además se debe tener en cuenta el cobro de la comisión de PayPal si se realiza el pago por este medio y esta dependerá en ocasiones del país de donde se realiza, así también hay que considerar las comisiones que pudieran cobrar las tarjetas de crédito.

idea.me, plataforma dedicada entre otras al cine, libros, cortometrajes, terminación de disco musical y proyectos sociales como los de un argentino perteneciente a la comunidad *Wich*, quien recibió una beca de estudios internacional y no tenía el dinero

suficiente para los pasajes aéreos y logro recaudar lo suficiente para poder viajar (Velásquez, 2015, p. 45).

2.6.3 Plataformas en México

CROWDFUNDER, plataforma internacional ahora establecida en suelo mexicano, se ha dedicado a financiar diversidad de proyectos como el de ropa usada, productos de limpieza con insumos orgánicos, lubricantes especializados y a financiar compañías nacientes dedicadas a las tecnologías.

Fondeadora, se concibió como una asociación que ofrece la vinculación entre los innovadores de proyectos y las personas que deseen apoyar, todo esto se realizará a través de la plataforma de fondeo colectivo.

Micochinito.com, llega al mercado mexicano por el año 2009, como una plataforma de financiamiento colectivo, con la finalidad de innovar el proceso de acceso, búsqueda y selección de emprendimientos. Comenzó con un grupo estudiantil, liderados por ciertos estudiantes de 22 años, quienes descubrieron que existía talento en su localidad, había emprendimientos, pero las constantes de no encontrar apoyo financiero para el desarrollo de sus ideas los condujeron a plantearse que el financiamiento colectivo podría ser una alternativa.

Prestadero, es una plataforma de internet de préstamos, la compañía actúa como un filtro en donde se analiza el perfil, historial del cliente en potencia, su riesgo crediticio y

la compañía cobra una comisión por ello. Prestadero tiene sus tasas de interés que oscila entre 8.9% y 28.9%, cuando el promedio de la banca en tarjetas de crédito supera 60%. La comisión que cobra se ubica entre 3% y 5% respecto al crédito otorgado, cuyo monto va desde 10,000 hasta 250,000 dólares (p.47).

2.7 Ventajas del *crowdfunding*

Según (Velásquez, 2015). menciona las siguientes ventajas para el que necesita el financiamiento a través de *crowdfunding* y para el financiador:

2.7.1 Ventajas para el que necesita el financiamiento

1. No es necesario la aportación de una sola persona, debido a que se puede ir acumulando cantidades de dinero de diferentes y variados financiadores.
2. Puede permitir obtener los recursos para el financiamiento de los proyectos de una forma factible y diligente.
3. Si un inversionista muestra interés en destinar recursos es porque creen en el producto o proyecto que se va a desarrollar.
4. Se obtienen potenciales clientes en el periodo de dar a conocer el proyecto y publicidad gratuita.
5. Se evitan las gestiones bancarias y se libran de las obligaciones con estos.
6. Este diseño financiero conduce a plasmar los proyectos que en otras ocasiones serian ignorados (p.17).

2.7.2 Ventajas del *crowdfunding* para el financiador

1. Ser identificado como inversionista.
2. Posibilidad de tener participación societaria en futuras empresas o proyectos que se constituyan.
3. Se puede aportar a proyectos de índole social.
4. El *crowdfunding* es un procedimiento de evitar el intermediario financiero y que los fondos o recaudaciones vayan a quienes estén desarrollando o guiando la idea innovadora.
5. Permite ampliar o diferenciar las inversiones, es decir se busca reducir el riesgo y proyectar las inversiones en convenio a las prioridades del prestamista o inversor (p.18)

2.8 Desventajas del *crowdfunding*

Según (Velásquez, 2015). Así como se ha mencionado ventajas para el que necesita el financiamiento a través de *crowdfunding* y para el financiador, también existen desventajas:

2.8.1 Desventajas para el que necesita el financiamiento

1. La plataforma o página *WEB* donde se sube el proyecto o se da a conocer a la comunidad internauta generalmente percibe una prima o comisión por la cantidad a recaudarse.

2. El proyecto o idea que no llegue a la meta de aportaciones en el tiempo definido deberá devolver o reembolsar lo recaudado a los aportantes.
3. Los proyectos originales o innovadores urgen de sus creadores a publicarlos a través de estas plataformas, lo que los deja expuestos a la copia de las mismas por parte de instituciones o personas con recursos.
4. Si el *crowdfunding* es empleado por una empresa naciente para atraer nuevos futuros inversionistas le ira bien. Caso contrario de no cumplir lo prometido se verá afectado por una mala reputación y le será muy difícil que la comunidad vuelva a creer en ellos (p.19).

2.8.2 Desventajas del *crowdfunding* para el financiador

1. En determinados casos las personas o instituciones que piden financiamiento no cumplen con parte del convenio.
2. Esta forma de financiamiento no está sujeto a controles exhaustivos debido a que recién se están elaborando leyes en diferentes países.
3. Los inversionistas que destinan sus recursos en apoyar iniciativas no conocen cuanto seria la estimación presupuestaria para la viabilidad del proyecto.
4. No hay garantía de que el dinero ofrecido sea usado adecuadamente en lo que se ha dicho (p.21).

2.9 Proceso de implementación del *crowdfunding*

2.9.1 Actores principales involucrados en el proceso de implementación del *crowdfunding*

En el proceso de implementación del *crowdfunding*, según El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2015) existen tres actores principales involucrados en cualquier modelo de *crowdfunding*, los cuales se detallan a continuación:

1. Plataforma: facilitador neutral para la presentación de proyectos, recolección y administración de los fondos movilizados, que funciona como un intermediario entre el donante/inversionista, el emprendedor y proveedores de servicios financieros. Normalmente cobran una comisión entre el 5% y 10%. Dependiendo del nivel de complejidad pueden ofrecer otro tipo de servicios entre los que se incluye la asesoría, acuerdos con proveedores de micropagos, búsqueda de co-inversionistas, filtros y selección de proyectos, administración de fondos de contrapartida, campañas de comunicación, entre otros.
2. Donante/Patrocinador/Prestamista/Cliente/Inversionista: dependiendo de la modalidad de *crowdfunding*, que se adelante el actor que entrega recursos para el desarrollo del proyecto, a cambio de una recompensa tangible o intangible, se denomina donante en el caso de *crowdfunding* de donación, patrocinador en el de patrocinio, prestamista en el de préstamos, cliente en el de pre-ventas o pre-orden, e inversionista en el de capital o regalía.

3. Emprendedor o creador: actor que propone un proyecto y busca recursos alternativos de financiación de la masa.

2.9.2 Fases para la implementación de una estrategia de *crowdfunding*

En el proceso de implementación del *crowdfunding*, según Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2015) existen tres fases, las cuales se desarrollan de la siguiente manera:

Figura 1 Fases para la implementación de *crowdfunding*



Fuente: Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD. (2015).

Fase 1: Preparación. La fase de preparación implica contar con las condiciones apropiadas para el proceso de implementación de una estrategia de *crowdfunding*. A continuación, se detallan los pasos y actividades a desarrollarse.

Tabla 2 Fase de preparación

Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
Definición de roles y aportes de los socios. Antes de iniciar con el proceso de capacitación, es importante realizar un proceso de socialización de la estrategia con los principales socios y aliados nacionales y locales. Para ello será útil realizar un primer ejercicio de mapeo de actores para el desarrollo de la iniciativa. El propósito de este paso será establecer cuáles socios se vincularán, los roles, responsabilidades y aportes financieros y no financieros.	Capacitación al equipo local. La programación de la capacitación se concertará conjuntamente con los socios o entidades que apoyen la implementación del <i>crowdfunding</i> . En este paso se realiza un mapeo para identificar a los potenciales actores que pueden apoyar la difusión de la campaña y movilización de recursos. Para ello, lista y categoriza los distintos actores que se vayan identificando y si son relevantes únicamente para difusión, movilización de recursos o ambos.	Selección de emprendedores y proyectos de negocio. Durante esta etapa se adelantarán la pre-selección de los emprendedores y la selección de los proyectos de negocio. Para este paso es fundamental contar con la institución que ha sido designada para implementar el proceso de acompañamiento microempresarial a los proyectos de negocio seleccionados. Es deseable que sea una sola institución la que realice tanto el proceso de selección, como de acompañamiento microempresarial, en coordinación con el Área de Emprendimiento.	Elaboración y producción de los casos y videos y cargue en plataforma. Para la elaboración de los casos, el equipo de la institución deberá construir el caso o historia de vida de cada uno de los emprendedores seleccionados.

Fuente: Elaboración propia con datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD. (2015).

Fase 2: Implementación. La fase de implementación implica el lanzamiento de la estrategia, la búsqueda de donantes, el seguimiento permanente a los avances y los ajustes a las metas de los emprendedores.

Tabla 3 Fase de implementación

Paso 1	Paso 2	paso 3	paso 4	Paso 5
Lanzamiento. Una vez se tengan los proyectos cargados en la plataforma web se realiza el lanzamiento de la estrategia de crowdfunding. El evento de lanzamiento deberá ser organizado con anterioridad entre los socios o instituciones involucradas en el apoyo de emprendimientos.	Apertura de la convocatoria. La apertura de la convocatoria no se realizará de manera inmediata con posterioridad al lanzamiento de la estrategia. Es deseable que se incluya a la mayor cantidad de emprendedores a nivel nacional.	Movilización de donantes o inversionistas. Esta etapa será fundamental para el logro de los objetivos de la estrategia de crowdfunding, es por ello que se deben diseñar estrategias de movilización de donantes o inversionistas desde los diferentes actores y dirigidas a diferentes sectores. Para que la campaña sea exitosa es crucial entender los rasgos, características y motivaciones de los donantes o inversionistas potenciales, diseñando estrategias que se ajusten a sus necesidades y expectativas. Para poder identificar las estrategias más efectivas es importante segmentar por rasgos comunes como edad, ocupación, sexo e intereses.	Seguimiento de aportaciones. A través de la plataforma se podrá realizar el seguimiento a las movilizaciones de las contribuciones logradas para cada emprendedor en la plataforma.	Ajuste de metas. Faltando 10 días para que la campaña finalice, el equipo de la plataforma de <i>crowdfunding</i> se pondrá en contacto con el Asesor Empresarial y con el emprendedor para modificar las metas de los proyectos que aún no logran su objetivo y que probablemente no lo alcanzarán en los días restantes.

Fuente: Elaboración propia con datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD. (2015).

Fase 3: Seguimiento. La fase de seguimiento implica la entrega de las contribuciones a los microempresarios y la implementación de un modelo de seguimiento y acompañamiento microempresarial para garantizar el buen impacto de las inversiones para el desarrollo del negocio.

Tabla 4 Fase de seguimiento

Paso 1	Paso 2	paso 3
Entrega de contribuciones. Una vez finalice la convocatoria, la plataforma de crowdfunding realizará la entrega de los recursos a los microempresarios. Es importante tener en cuenta que el proceso de desembolso podrá tardar 1 mes después de finalizada la campaña mientras se realizan verificaciones documentales y conciliaciones de cuenta.	Entrega de recompensas. Para la definición de las recompensas se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones: 1. Ser creativos en la definición de las recompensas. 2. Definir recompensas diferentes según el valor de la donación, a mayor valor deben ser más significativas. 3. Garantice que las recompensas tengan un significado para el donante, es decir un valor simbólico. 4. Tenga en cuenta que su distribución sea fácil y por precios asequibles. 5. Las recompensas pueden ser materiales, simbólicas o de experiencia.	Acompañamiento microempresarial. Durante esta etapa el asesor microempresarial realiza el proceso de acompañamiento, una vez se han desembolsado los recursos, el cual está pensado como un proceso de asesoría para la construcción de competencias empresariales y gerenciales aplicadas a un negocio en desarrollo cuando inicia la actividad emprendedora. Estas habilidades y competencias están enfocadas al conocimiento de la realidad empresarial en los aspectos gerenciales, técnicos, administrativos, financieros, estratégicos, legales y tributarios con el fin de ajustar el modelo de negocio.

Fuente: Elaboración propia con datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD. (2015).

2.10 Aspectos a considerar para la implementación del *crowdfunding* en El Salvador

Esta sección cubre aspectos relacionados a considerar para la implementación del *crowdfunding* en El Salvador como una herramienta alternativa de financiamiento para los emprendedores, así como el apoyo de las entidades que están involucradas en el ámbito privado, gubernamental y sobre la regulación especial que debe existir para que este se desarrolle.

Para que la implementación del *crowdfunding* funciones se deben crear normas legales que regulen este tipo de financiamiento, en Italia por ejemplo, la normativa

número 18592 permite que cualquier inversionista, sin importar la nacionalidad o el lugar de residencia, compre títulos de renta variable mediante una plataforma italiana de *crowdfunding* basado en acciones, siempre que el inversionista apruebe una evaluación que demuestre que entiende los riesgos implicados y puede permitirse la posibilidad de perder su inversión. En comparación con otros mercados, Italia aceleró el proceso para establecer una serie de normas destinadas a revitalizar su mercado de capital inicial en apuros y proporcionar un marco para proteger a los inversionistas. Los elementos clave del marco incluyen la restricción a entidades para recaudar capital bajo una categoría definida como “Empresas emergentes innovadoras” (reconocidas como tales por la Cámara de Comercio); una institución o inversionista profesional debe suscribirse a un mínimo del 5 por ciento de los valores vendidos, lo que limita la recaudación a cinco millones de euros, y ello permite que los inversionistas se retiren antes de que se cierre la ronda y vendan sus acciones si el propietario mayoritario liquida su inversión (FMI, 2013, P. 68).

Otra experiencia internacional a tomar en cuenta para desarrollar el *crowdfunding* es la del Reino Unido, el organismo regulador, la Autoridad de Servicios Financieros (FSA), ha adoptado un enfoque dual. Está evaluando la estrategia de hacer cambios a la política normativa nacional a largo plazo junto con la expedición de licencias a las plataformas de *crowdfunding* individuales que soliciten autorización y aprueben la auditoría requerida. La autorización de la FSA incrementa la confianza del inversionista y brinda niveles suplementarios de protección. Crowdcube.com fue la primera

plataforma de *crowdfunding* del Reino Unido basada en acciones que recibió la autorización de la FSA como una plataforma de *crowdfunding* regulada (FMI, 2013, p.68-).

2.10.1 Entidades que deben apoyar la implementación del *crowdfunding*

En la actualidad no existe una institución que agrupe a todos los emprendedores de los diferentes sectores, la creación de una Asociación Nacional de Emprendedores consolidaría a todos los emprendedores organizándose de una forma estructurada y no solamente como entes aislados en distintos campos de emprendimiento.

Además la existencia de una institución que tenga la función de organizar, administrar o concesionar las plataformas de *crowdfunding* en la cual se deben exponer los proyectos de emprendimiento a los financistas, sirviendo como enlace entre el emprendedor y los interesados en financiar los proyectos innovadores, para lo cual se hace necesario que exista un registro de emprendedores con un perfil que valide a los proyectos ofertados de forma fiables y que se valide el plan de trabajo a desarrollar, facilitando así la toma de decisión de inversionista en cuanto al riesgo que está asumiendo.

2.10.2 Regulación del marco legal que debe existir

A nivel mundial se está desarrollando un movimiento para adoptar al *crowdfunding* como un nuevo modelo de financiamiento, debido a que está empezando a llamar la

atención de un público más amplio, se están revisando las leyes de valores actuales alrededor del mundo y en algunos casos se están reformando para la venta y publicidad de los valores a través de internet para diferentes clases de inversionistas (FMI, 2013, p.58).

En El Salvador si bien es cierto existen leyes diseñadas para regular los mecanismos de inversión y financiamiento tradicionales, en las que se pueden mencionar el Código de Comercio, Ley de Bancos y Ley del Mercado de Valores, no se ha establecido una regulación para inversión en *crowdfunding*, por esa razón se vuelve necesario reformar o incluir una normativa en la que se establezcan mecanismos de control para inversionistas interesados en esta herramienta novedosa como lo es el *crowdfunding*. Debido a que en éste tipo de financiamiento no se vincula a una intermediación financiera o una captación de fondos, se crea inseguridad para el inversionista, ya que estos obviamente estarán renuentes a dar financiamiento puesto que existe incertidumbre en torno al uso de los fondos o un alto riesgo de fraude.

En las normativas del país que regulan y buscan garantizar las inversiones tanto dentro y fuera del territorio nacional para evitar algún tipo de fraude o lavado de dinero, y que podrían estar relacionadas en campañas de *crowdfunding*, se pueden mencionar las disposiciones siguientes:

Tabla 5 Operaciones reguladas en la Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos y de la Ley contra la Usura

Problemática	Disposición	Ley
Personas naturales y jurídicas, aunque estas últimas no estén legalmente constituidas quienes deberán presentarla información que les requiera la autoridad competente, que permita demostrar el origen lícito de cualquier transacción que realicen.	Art. 2	Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos.
La captación de dinero dentro o fuera del país, se podría considerar como lavado de dinero	Art. 4	Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos.
No informar a Hacienda los ingresos que han recibido para sus proyectos, por no haberse establecido en la plataforma del Crowdfunding.	Art. 7	Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos.
Ingresar, transitar o salir del país y omitir declarar la cantidad de dinero que lleve o declare diferente cantidad	Art. 8- A	Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos.
Mantener por quince años los registros de transacciones realizadas ya sean estas nacionales o internacionales	Art. 12	Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos.
Otorgamiento de créditos, cualquiera que sea su denominación, siempre que implique: financiamiento directo o indirecto, o diferimiento de pago para cualquier destino, en los cuales se pacta intereses, comisiones, cargos, recargos, garantías u otros beneficios pecuniarios superiores al máximo definido según la metodología de cálculo establecida para cada segmento de acuerdo a la Ley.	Art. 2, 5, 6, 7, 8, 9 Y 10	Ley contra la Usura.

Fuente: Elaboración propia con información incluida en la Ley contra el lavado de Dinero y de Activos y la Ley contra la Usura.

2.10.3 Apoyo de las instituciones

En este apartado se mencionan las instituciones que son competentes para el apoyo del *crowdfunding* en El Salvador, comparándolo de acuerdo a las experiencias internacionales investigadas del Reino Unido y de Italia. Las entidades gubernamentales que regularían y autorizarían la utilización del *crowdfunding* pueden ser el Banco Central de Reserva como ente encargado de velar y hacer cumplir los instrumentos legales con el propósito de proteger la inversión tanto nacional como internacional, la

Superintendencia del Sistema Financiero como institución encargada de otorgar autorizaciones para inversión local e internacional relacionada a las plataformas de *crowdfunding*, CONAMYPE como institución responsable de facilitar inversiones públicas para emprendedores, así como también BANDESAL a través del Fideicomiso de Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa (FIDEMYPE) que administra fondos a cargo del BMI, y tiene como objetivo principal otorgar recursos crediticios en condiciones de mercado a instituciones financieras no bancarias que apoyan a la micro y pequeña empresa salvadoreña.

2.10.4 Iniciativas privadas

Las principales gremiales empresariales como la Cámara de Comercio, la Asociación de Industriales y la Asociación Nacional de la Empresa Privada pueden jugar un papel clave para incentivar esta herramienta de financiamiento en el desarrollo del emprendimiento. De hecho, el 26 de agosto de 2015 la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL) realizó un encuentro de jóvenes enfocado en métodos para financiar los proyectos de emprendimiento. Este fue el XI encuentro anual de jóvenes que en esta ocasión está denominado “*Crowdfunding*: Cómo financiar mi emprendimiento”. El comité de jóvenes empresarios y profesionales de la cámara organizó este evento con el propósito de proporcionar a los jóvenes empresarios y emprendedores conocimientos sobre mecanismos innovadores de financiamiento que les permitan ejecutar sus ideas y modelos de negocio.

El evento contó con la participación de los conferencistas Luis Martín, consultor internacional empresarial y catedrático de *ADEN International Business School* y la participación Mac Parish, director de Operaciones de *Crowcube* España, quien expuso sobre el *Equity Crowdfunding* como proceso de búsqueda de inversionistas, con ejemplos exitosos provenientes de España y el Reino Unido.

En septiembre de 2016 el coro salvadoreño *Vox Cordis* pretende realizar *crowdfunding* para costear sus gastos y promover la música en nahuat a nivel internacional. *Vox Cordis* es un coro profesional que promueve el canto coral en El Salvador y a partir de 2012 trabaja para fomentar el canto en nahuat en sus presentaciones artísticas.

Debido a esa iniciativa el coro capturó la atención de una disquera mexicana, quien ofreció grabarles un disco titulado “Enamorados del romancero” en México D.F. para enero de 2017.

El coro no recibe ayuda económica de empresas o instituciones de gobierno, por ello están realizando una campaña de *crowdfunding* llamada “Un viaje por nuestra cultura nahuat”, para recaudar fondos por un monto de 10,000 dólares y costear todos los gastos que conlleva el viaje a México, como el visado, boletos aéreos de los ocho integrantes y el hospedaje por 12 días (Orantes, 2016, recuperado de <http://www.elsalvador.com/>)

En la figura 2 y 3 capturada con fecha 24 de enero de 2017, se aprecia la dificultad que existe en El Salvador para realizar una campaña exitosa de *crowdfunding*, ya en con

cinco meses de estar publicada la gira del grupo salvadoreño *Vox Cordis*, no han obtenido donación alguna.

The image shows a screenshot of a crowdfunding page on the Generosity by Indiegogo platform. The page features a video player with a play button and a thumbnail showing two people, a man and a woman, smiling. To the right of the video, the fundraising progress is displayed as '\$0 USD' raised by 0 people in 5 months, with a progress bar at 0% of a \$10,000 goal. Below the progress bar is a red 'DONATE NOW' button and a 'Share on Facebook' button with a count of 323. The page title is 'Un viaje por nuestra cultura Nahuatl' and the organizer is 'Vox Cordis El Salvador, Organizer' with 1,676 friends. The page also includes a 'FUNDRAISE' button in the top right corner and a 'What is Generosity?' link at the bottom right.

Figura 2 Aportes recibidos en *crowdfunding* del grupo *Vox Cordis*

Fuente: <https://www.generosity.com/faith-religion-fundraising/un-viaje-por-nuestra-cultura-nahuatl>

Vox Cordis El Salvador, Organizer
f 1,676 friends

What is Generosity?
[Read our mission statement.](#)

Our Story

Nuestro colectivo de Vox Cordis, El Salvador tiene la oportunidad de realizar su gira centroamericana pasando por los países de Guatemala y Nicaragua. Así también nos han invitado a México para el próximo año y nos han donado 12 días de estudio de grabación para grabar nuestra segunda producción discográfica que llevará por título Enamorados del Romancero Para realizar este sueño, nuestro coro integrado por 8 voces jóvenes del canto coral en El Salvador, necesita recaudar fondos para transporte, visado, alojamiento y comida para llegar a su meta final (México), con tu ayuda podremos lograr este sueño.

Tu aporte cuenta, cada dolar que dones para nosotros es una gran bendición.

gracias por ayudarnos y compartir nuestra campaña!!!!

Donation Levels

\$500 CD promocional
Por tu donación recibirás un demo promocional de nuestro grupo
0 claimed
Estimated delivery: December 2017

\$1,000 CD y logo en banner
Por tu donación pondremos tu logo o marca en nuestra campaña de publicidad de concierto y gira
0 claimed
Estimated delivery: December 2017

Figura 3 Detalle de campaña en crowdfunding del grupo Vox Cordis

Fuente: <https://www.generosity.com/faith-religion-fundraising/un-viaje-por-nuestra-cultura-nahuatl>

El 13 de enero de 2017, la empresa salvadoreña Cadejo *Brewing Company* anunció, su interés de rescatar a la cerveza Regia Extra, luego que Industrias La Constancia anunciara que dejará de producirla debido a una orden de la Superintendencia de Competencia (SC), que indica la empresa debe de sacar de su cartera cervecera a la mencionada bebida alcohólica y la cerveza Suprema.

Gran parte de la población “entró en luto” al enterarse de la noticia. Al percatarse de esto, los propietarios de la cervecera Cadejo lanzaron la propuesta de “hacer la cabuda” para poder adquirir la cerveza Regia que se produce desde 1959, Para ello ocuparon una plataforma digital, que recolecta dinero para diferentes causas y tienen el objetivo de

llegar a \$1 millón en un periodo de 180 días (San Miguel, enero de 2017, recuperado de <http://www.diariotrv.com/single-post/2017/01/13/Cadejo-Brewing-sale-al-rescate-de-la-cerveza-Regia-tras-la-noticia-que-ILC-ya-no-la-producir%C3%A1>).

En la figura 4 y 5 capturada con fecha 22 de febrero de 2017, se aprecia que en un mes se ha recolectado 128 dólares y aún faltan cinco meses para que termine la campaña de *crowdfunding*.

generosity by INDEGOGO

Help others How It Works Q Log In/Sign Up FUNDRAISE

#UnaHistoriaHechaLeyenda #UnaHistoriaHechaLeyenda #UnaHistoriaHechaLeyenda

SALVEMOS LA

REGIA

\$128 USD
raised by 20 people in 1 month

0% of \$1,000,000 goal

DONATE NOW

Share on Facebook 6.2k

HAGAMOS LA CABUDA PARA COMPRAR LA REGIA

Other San Salvador

Cadejo Brewing Company, Organizer for Cadejo Brewing Company

What is Generosity?
[Read our mission statement.](#)

Figura 4 Aportes recibidos en *crowdfunding* de Cadejo Brewing Company.

Fuente: <https://www.generosity.com/fundraising/hagamos-la-cabuda-para-comprar-la-regia>.

Our Story

¡Si van a dejar de producir la Regia o venderla, la única decente que quedaba en el país (antes de nuestra llegada al mercado), en Cadejo nos sentimos comprometidos a tratar de salvarla, y devolverle su gloria!

¡Por eso con la ayuda de nuestra jauría, HAGAMOS LA CABUDA PARA COMPRAR LA REGIA! Si la logramos, todos seremos los dueños de ella. #UnaHistoriaHechaLeyenda #RegiaComoSeDebe

Link sobre si van a dejar de producir o vender La Regia: <http://www.elsalvador.com/articulo/negocios/dejaran-producir-cervezas-suprema-regia/20170112124307014832.html>

Share this story

f Facebook 6.2k

t Twitter

✉ Email

Donation Levels

\$1 El dolar salvador

Gracias por tu ayuda, a que juntos compremos La Regia

0 claimed

\$2 El ayudante

Gracias por ayudar a esta causa (o cualquier otra)

0 claimed

\$3 El que sabe

Ayudando evitaras que algunas personas solo tomen cervezas con envase de color verde...

0 claimed

Figura 5 Detalle de campaña en crowdfunding de Cadejo Brewing Company.

Fuente: <https://www.generosity.com/fundraising/hagamos-la-cabuda-para-comprar-la-regia>.

Capítulo 3: Metodología

En este apartado se muestra la metodología empleada en la investigación y se describen las diferentes etapas que la constituyen, los procedimientos utilizados y la aplicación de los instrumentos para alcanzar los objetivos definidos en este estudio.

También se detallan los aspectos relevantes que están relacionados con las fuentes de información, población, técnicas de recolección de datos, participantes y la estrategia del análisis de los datos.

3.1 Método de investigación

El abordaje de la investigación se realizó a través de un enfoque cualitativo, utilizado la entrevista para recolectar, analizar y vincular datos del estudio. Esto permitió responder a la pregunta de investigación e identificar la relación entre las diferentes variables; como la percepción de los emprendedores sobre la disponibilidad financiera ante una idea de un nuevo negocio, las principales barreras y limitantes que existen en El Salvador para la implementación de una herramienta innovadora de financiamiento *crowdfunding*.

Las principales características del enfoque son las siguientes: se plantea un problema de estudio delimitado y concreto, ya que la pregunta de investigación se concentra en cuestiones específicas como las limitantes para su implementación con éxito y el apoyo que se recibe de las instituciones privadas y públicas; se hace la revisión de estudios anteriores al tema, se elabora el marco teórico del cual se derivan las hipótesis que se

pretenden probar y para obtener los resultados se realiza la recolección de datos cualitativos que posteriormente se analizan, además permite que el investigador sea deductivo, objetivo, estructurado y que los datos obtenidos sean confiables (Sampieri, Collado y Lucio, 2010, p. 789).

La recolección de datos y el análisis de la información permiten probar la hipótesis que se genera en la investigación, con base a la información obtenida en la entrevista.

Debido a que las variables relacionadas a la investigación en cuanto a los costos y los beneficios de la implementación de un proyecto de financiamiento colectivo como el *crowdfunding*, no puede ser comprobable por los investigadores, se aborda desde una perspectiva cualitativa no experimental y se utiliza un diseño de investigación concluyente mediante un diagnóstico de la situación actual que sirva de base para una implementación posterior por partes interesadas.

3.2. Población

Para la determinación de la población se consideró a cada una de las instituciones que de alguna manera de forma directa o indirecta tienen algún grado de participación con grupos de personas que están interesadas en aplicar a programas de emprendimiento distribuidos en el país. Al desconocer el número total de instituciones que existen en el país y que apoyen el emprendimiento, se han considerado como referencia para esta investigación a ocho entidades que apoyan estas iniciativas de emprendimiento en el área de San Salvador.

Debido a las limitantes en el acceso para obtener entrevistas, se ha decidido que se incluirán cinco instituciones para entrevistar, por otro lado, la selección de la población es guiada por uno o varios fines de accesibilidad y disponibilidad de parte de las instituciones para proporcionar información y no por técnicas estadísticas, de acuerdo a esta segunda circunstancia se puede decir que la población en estudio fue determinada de forma no probabilístico (Sampieri, Collado y Lucio, 2010, p.19).

Tomando en cuenta las limitaciones anteriores, la población de instituciones que se ha considerado se mencionan a continuación:

- ✓ CONAMYPE
- ✓ BANDESAL
- ✓ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
- ✓ Universidad don Bosco
- ✓ Fundación la Escalón

3.3. Participantes o Unidades de Análisis

Los participantes o unidad de análisis corresponden a las instituciones y personas que van a ser objeto de interés en una investigación y de las cuales se espera obtener la información clave para resolver el problema planteado, de esta forma obtener información de los emprendedores no representaría un aporte válido de calidad a la

investigación, debido a que estos no están informados sobre *crowdfunding* y no poseen los conocimientos técnicos necesarios para una implementación adecuada y exitosa. Explicado esto, la unidad de análisis a considerar en la investigación está constituida por los encargados que atendieron la entrevista en las instituciones públicas y privadas que de alguna manera están involucradas con el desarrollo y fomento del emprendimiento por oportunidad en el Área Metropolitana de San Salvador (Sampieri, Collado y Lucio, 2010, p.19). Fueron entrevistados los encargados de las áreas de emprendimiento de las siguientes instituciones:

✓ CONAMYPE

✓ BANDESAL

✓ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador

✓ Universidad Don Bosco

✓ Fundación La Escalón

3.4. Instrumentos

Al definirse el diseño del instrumento y la población, la siguiente etapa es la recolección de datos; para esta investigación se utilizó la entrevista, con la finalidad de dar respuestas a las preguntas de la investigación, los objetivos y la hipótesis planteada.

Según (Sampieri, Collado y Lucio, 2010). La técnica seleccionada para el proceso de recolección de datos es la entrevista, se define como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado), a través de preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto al tema. Dicha técnica fue escrita mediante una secuencia de preguntas de lo general a lo específico con el fin de obtener información relevante de cómo cada institución considera las barreras y factibilidades sobre la implementación del *crowdfunding* para emprendedores (p. 22).

3.5. Procedimiento de investigación

El procedimiento de la investigación, como secuencia que se lleva en la elaboración de un estudio, fue planeado de tal forma que se puedan cumplir sus propósitos. Una vez elaborado el instrumento que sirve para la recolección de la información desde la muestra de la población objetivo, se procedió a la validación del mismo.

La recopilación de la información es un proceso que implica una serie de requisitos, los cuales se detallan a continuación:

- a) Tener claros los objetivos propuestos en la investigación y las variables de las hipótesis.
- b) Haber seleccionado la población o muestra objeto de estudio.
- c) Definir las técnicas de recolección de información (elaborarlas y validarlas)

- d) Recoger la información para luego procesarla para su respectiva descripción, análisis y discusión. (Muñoz, 2007).

Se envió de forma previa por medio digital la guía de entrevista que sería realizada a los entrevistados para que tuviera un preámbulo sobre la información que proporcionarían a la investigación y así recolectar la información necesaria de las instituciones involucradas en el emprendimiento.

3.6. Planificación

El presente estudio es de corto plazo dentro de un período de tiempo específico: julio a diciembre 2016. Este tiempo representa una ventaja por tratarse de un estudio puntual, pero un reto por el acceso a la información y la recolección de datos. El personal entrevistado en la realización del estudio, por tratarse de personas con responsabilidades que demandan de su tiempo y presencia, representa una complicación a la hora de concertar una cita, debido a que los datos son obtenidos por medio de la entrevista, el análisis se ha desarrollado de acuerdo a los objetivos planteados, así, por ejemplo, las entrevistas proporcionan información relacionada con la toma de decisiones y los criterios principales que determinan las inversiones, sobre toda en instituciones públicas; la investigación documental e histórica revelan información indispensable. Todo lo anterior tiene la finalidad de recolectar información que permita completar la evaluación para la implementación de una herramienta innovadora de financiamiento para emprendedores como lo es el *crowdfunding*.

3.7. Estrategia de análisis de datos

Luego de la recolección de la información, el análisis de los resultados se realizó mediante un diagnóstico concluyente con los datos obtenidos en el procesamiento de la investigación, se hizo uso de tablas que permitieron una mejor visualización de la información para hacer más accesible la comprensión de los datos obtenidos y por lo tanto la realización de los respectivos análisis e interpretaciones finales de datos, relacionados a la implementación del *crowdfunding* como una fuente de financiamiento para emprendedores.

Capítulo 4: Representación de los resultados

4.1 Resultados de datos de análisis de las entrevistas

En este apartado se presenta en resumen la información obtenida de las entrevistas realizadas a los encargados de las instituciones públicas y privadas relacionadas con la implementación de un mecanismo de financiamiento para emprendedores por oportunidad (*crowdfunding*), es de mencionar que las respuestas vertidas a las interrogantes relacionadas con la situación actual de los emprendedores para obtener fuentes de financiamiento, representa el punto de vista con base a su experiencia en el área de trabajo y el criterio personal de cada una de las personas entrevistadas, información que fue analizada según lo que se ha descrito en la metodología, presentando las entrevistas en los anexos del presente trabajo de investigación.

4.1.1 Apoyo del Estado para motivar el emprendimiento

Ante la interrogante ¿Cree que el apoyo que el Estado hace para motivar el emprendedurismo es suficiente? Los entrevistados consideran que no es suficiente para motivar el emprendimiento, en primer lugar, porque la cantidad de gente que está interesada en emprender es grande, quedando corto el esfuerzo que realizado, en segundo lugar, porque la ayuda del Estado no llega a todos los emprendedores que en realidad lo necesitan y tercero, que el apoyo puede parecer incipiente; pero hay que tener en cuenta que se ha avanzado.

También se cuestionó si ¿Considera que las acciones de apoyo realizadas por el Estado para facilitar el financiamiento de emprendimientos son suficientes para incentivar al desarrollo? A lo que respondieron que el Estado puede y debe hacer más, considerando que es un tema bien amplio, hay mucha falta de acceso a la información, así mismo existen instituciones estatales que brindan este tipo de apoyo, pero para ello se vuelve necesario someterse a un riguroso proceso, por lo tanto, no todos los emprendedores logran el apoyo necesario para desarrollarse.

Posteriormente se preguntó ¿A su criterio el aspecto cultural es impedimento para que el Estado apoye el emprendimiento? Los entrevistados coinciden que hay mala cultura por parte de los emprendedores, puesto que por parte del Estado se realizan programas de sensibilización para motivar a las personas a que emprendan; pero son los emprendedores los que siempre quieren obtener beneficios del capital semilla, debido a que no existen condiciones para retribuir el dinero recibido por parte de las instituciones.

La representación de Fundación La Escalón, (2016) considera que el Estado ha realizado programas de apoyo a los emprendedores, en los que se pretende prepararlos de una forma técnica para que tengan éxito en sus ideas de negocios, apoyo que es considerado insuficiente ya que no se logra abarcar las necesidades de obtención de un financiamiento de todos los emprendedores, sino que abarca a una parte de ellos.

4.1.2 Situación actual de los emprendedores para obtención de fuentes de financiamiento

Sobre la situación actual de los emprendedores para obtener financiamiento se preguntó: ¿Cómo evalúa la situación actual de los emprendedores en relación a la obtención de fuentes de financiamiento para iniciar una idea de negocio en el país? Los entrevistados afirman que la situación actual es incipiente debido a la gran cantidad de emprendedores que solicitan fuentes de financiamiento a instituciones autorizadas para ese fin y no se alcanza a cubrir con las acciones que se realizan actualmente, de tal forma, que los emprendedores obtienen fuentes de financiamiento provenientes de programas de obtención de capital semilla, ahorros propios, préstamos personales, de familiares y de amigos.

Luego se preguntó ¿En la actualidad cual considera que es la fuente de financiamiento que utilizan los emprendedores para desarrollar sus ideas de negocios? Mencionaron que la falta de fuentes de financiamiento no tiene relación directa con el éxito de una idea de negocio; pero si es importante, teniendo en cuenta que los financiamientos son casi inalcanzables para alguien que empieza con una idea de negocio, es difícil arrancar de cero, por otro lado se debe considerar que los emprendedores han logrado éxito en sus ideas negocio con capital propio es decir sin la necesidad de un financiamiento bancario, todo va a depender si el emprendedor tiene bien identificada su idea de negocio.

Además, se realizó la interrogante ¿Considera usted que las leyes actuales de una forma indirecta solo permiten un financiamiento tradicional por medio de banco y otras instituciones financieras no bancarias? Los entrevistados manifestaron que existen mecanismos de financiamiento distinto a los tradicionales como lo es el capital semilla, para ello se debe calificar al emprendedor con el fin de cumpla determinadas características las cuales no van enfocadas garantizar una recompensa para la institución, CONAMYPE es la institución encargada de la distribución del capital semilla, hay una ley que se llama Ley para el Fomento y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa que también incluye a emprendedores así mismo la política MYPE que incluye fondo de capital de trabajo para emprendedores.

Los representantes de CAMARASAL, Fundación La Escalón y CONAMYPE, (2016) aseguran que la situación actual de los emprendedores para obtener fuentes de financiamiento, es por medio de préstamos de familiares y amigos o de los ahorros propios, así como también la obtención por medio de programas de capital semilla. De igual forma manifestaron que el éxito en la idea de negocio está relacionada con el desarrollo del plan de negocio y la capacitación empresarial que estos posean, es de considerar que en el Salvador deben existir leyes que no solo incluyan en su articulado a los emprendedores, sino que fomenten la implementación de un mecanismo de financiamiento como el *crowdfunding*.

4.1.3 Componentes que debe poseer un emprendedor para que la idea de negocio sea exitosa

Se cuestionó sobre ¿Qué componentes considera que debe tener un emprendedor para que una idea de negocio sea exitosa? Todos los entrevistados mencionan que lo primordial es tener un plan de negocio bien identificado; pero lo más importante es estar bien informado y capacitado sobre el desempeño de su idea de negocio, hay que tener segmentado el mercado para entrar a ese segmento y lograr el éxito en el negocio.

Los representantes de CAMARASAL, BANDESAL y CONAMYPE (2016), manifiestan que tanto en El Salvador como en otros países lo principal para que una idea de negocio sea exitosa, es necesario que el emprendedor haya diseñado un buen plan de negocio y además que este bien informado sobre el manejo y administración del mismo, por otra parte, concluyeron que la falta de fuentes de financiamiento es la incidencia primordial para el desarrollo de un proyecto.

Se seleccionaron una serie de posibles respuestas para conocer la opinión de los entrevistados con respecto a la siguiente pregunta ¿Entre las siguientes opciones cual considera que tiene mayor incidencia para que un proyecto de emprendimiento no se desarrolló y fracase como una idea de negocio? En la siguiente tabla se detalla la opinión de los cinco entrevistados con respecto a las limitantes a las que se enfrenten los emprendedores al desarrollar una idea de negocio.

Tabla 6 Tabla de opciones de mayor incidencia para el desarrollo de un proyecto

Entrevistado/Opción	Falta de fuentes de financiamiento	Sin capacitaciones estratégicas de emprendimiento	Falta de importancia por el Estado	Extorsiones
Fundación La Escalón	X			
Cámara de Comercio	X	X		
BANDESAL	X	X		
UDB	X			
CONAMYPE	X			

Fuente: Elaboración propia

En los resultados obtenidos, los entrevistados coinciden que la falta de fuentes de financiamiento es la opción que mayor incidencia tiene para lograr el desarrollo de un proyecto, por otro lado establecen que la falta de capacitaciones sobre estrategias de emprendimiento, es también fundamental, descartando la importancia que el Estado pueda darle al proyecto de un emprendedor y dejan de lado el tema de las extorsiones, considerando que estas llegan después de puesto en marcha el negocio por lo tanto no podría vincularse como opción de incidencia para el desarrollo de un negocio.

4.1.4 *Crowdfunding* como mecanismo de financiamiento para los emprendedores

Ante la interrogante ¿Cree que es viable que una idea innovadora de negocio de un emprendedor sea financiada por contribuciones de un grupo amplio de personas llamadas *crowdfunders*? Los entrevistados consideran que, en El Salvador no se usa *crowdfunding*, porque la gente lo desconoce, es poca la gente que conoce sobre este tema, además considerando que si es un emprendedor pequeño, no va a tener acceso a este mecanismo ya sea por temas de cultura o por temas de información, por otro lado,

es de considerar que los *crowdfunders* no son más que inversionistas esperando su retorno, es decir que van a invertir en un negocio que sea factible para poder recibir rendimientos positivos.

Se preguntó ¿Cuáles considera que son las barreras que limitan las fuentes innovadoras de financiamiento como el *crowdfunding*? Las barreras que limitan las fuentes de financiamiento como el *crowdfunding* son las siguientes, según los entrevistados:

Tabla 7 Tabla de barreras que limitan el desarrollo de *crowdfunding* en El Salvador

Entrevistado/Opción	Proceso burocrático	Falta de desarrollo tecnológico con enfoque a negocios	Aspecto Cultural	Falta de Información	Marco legal regulatorio de <i>crowdfunding</i>
Fundación la Escalón		X		X	X
Cámara de Comercio			X	X	
BANDESAL	X	X	X		
UDB			X		
CONAMYPE			X	X	

Fuente: Elaboración propia

El aspecto cultural es la barrera más importante que limita el desarrollo del *crowdfunding* en El Salvador, debido a que no existe visión empresarial en la población para invertir en proyectos o ideas de negocios. En segunda instancia la falta de información o publicidad a este mecanismo de financiamiento para que sea ampliamente conocido en la población y que pueda ser implementado por los emprendedores. En tercer lugar, está la falta de desarrollo tecnológico con enfoque a negocios y por último

se encuentran los procesos burocráticos y la inexistencia de un marco regulatorio de *crowdfunding*.

Con base a la investigación teórica se proporcionó a los entrevistados una lista de alternativas para conocer cuáles son los elementos que permitirían implementar con éxito el *crowdfunding* ¿De los siguientes elementos, ¿cuáles considera que permitirían el desarrollo del *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento innovador para emprendedores? Según los entrevistados los elementos son los siguientes:

Tabla 8 Tabla de elementos que permitirían el desarrollo de *crowdfunding* en El Salvador

Entrevistado/Opción	Apoyo del Estado	Iniciativa de Instituciones privadas	Entidad que autoriza plataformas de <i>crowdfunding</i>	Seguridad legal para los inversionistas	Publicidad local	Incentivos para los donantes e inversionistas
Fundación la Escalón	X	X	X	X	X	X
Cámara de Comercio	X			X		X
BANDESAL	X	X	X	X	X	X
UDB	X	X	X	X	X	X
CONAMYPE	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Los elementos que permitirían el desarrollo de forma exitosa del *crowdfunding* en El Salvador, son: Que exista seguridad legal para el inversionista, que haya apoyo de entidades del Estado e instituciones privadas y que exista incentivos bien identificados para los inversionistas y donantes, así como también que exista una entidad que autorice la existencia de plataformas de *crowdfunding*.

4.1.5 Aspectos culturales como limitante para la implementación del *crowdfunding* en el tiempo

A los entrevistados se les preguntó ¿Considerando el factor tiempo, en cuántos años visualiza que se puede implementar con éxito una herramienta innovadora para financiar a emprendedores como el *crowdfunding*? La siguiente tabla resume las opiniones de los entrevistados acerca del tiempo probable que se puede implementar el *crowdfunding* con éxito en El Salvador:

Tabla 9 Tabla de tiempo estimado para implementación con éxito del *crowdfunding* en El Salvador

Entrevistado/Opción	Corto Plazo (1 año)	Mediano Plazo (2-5 años)	Largo Plazo (6 -10 años)
Fundación la Escalón			X
Cámara de Comercio		X	
BANDESAL		X	
UDB			X
CONAMYPE		X	

Fuente: Elaboración propia

Todos los representantes de las instituciones entrevistadas, afirman que, según la experiencia, en otros países el *crowdfunding* ha funcionado de forma exitosa en un corto plazo, pero en El Salvador para que este tipo de mecanismos funcione con éxito, debe haber alianzas entre el Estado y las instituciones privadas, así mismo se debe inculcar desde la niñez a enfocarse en ser empleador y no empleados, ya que el aspecto cultural es primordial para despegar en temas como el *crowdfunding*.

Como última interrogante de la entrevista, se formuló lo siguiente ¿Cree que el aspecto cultural de los salvadoreños sería una limitante para que el *crowdfunding* funcionara en El Salvador como una fuente de financiamiento de los emprendedores? Los entrevistados respondieron que el aspecto cultural es una de las barreras a superar importante para que el *crowdfunding* funcione con éxito en El Salvador como un mecanismo de financiamiento, la población salvadoreña es muy desconfiada, no se informa en temas de negocios y de emprendimientos de crecimiento, sino más bien como emprendimientos de subsistencia que limitan a realizar acciones que desarrollen empresas.

4.2 Prueba de Hipótesis

En el enfoque cualitativo, las hipótesis, más que para probarse, sirven para incrementar el conocimiento de un evento, un contexto o una situación. Su simple generación ayuda a dar mayor sentido al entendimiento del fenómeno analizado. Pero también, cuando en diversos estudios cualitativos se refuerza una hipótesis, resultaría sumamente fructífero para el desarrollo de cualquier ciencia o disciplina (Sampieri, Collado y Lucio, 2010).

En la hipótesis de este trabajo de investigación se ha establecido, que en El Salvador existen limitantes para implementar el *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento para los emprendedores y que además en la actualidad los

emprendedores en el país inician sus ideas de negocios y se financian con ahorros de años o préstamos de sus familiares.

El análisis de datos muestra información relevante para confirmar la hipótesis sobre las limitantes que existen en el país para implementar de forma exitosa el *crowdfunding* como un mecanismo de financiamiento, por otro lado también se verificó que los emprendedores financian sus ideas de negocio al inicio, con ahorros propios, préstamos de familiares, así como también créditos personales obtenidos en la banca, pero que no se encuentran estructurados con un fin de desarrollo empresarial, sino más bien destinados al consumo.

Los participantes en las entrevistas mencionaron y coincidieron, que las limitantes para el desarrollo del *crowdfunding* en El Salvador son: el aspecto cultural, la falta de información sobre temas como el *crowdfunding*, la falta de desarrollo tecnológico con enfoque a negocios y un marco legal en el que se regule y se garantice la inversión para este tipo de financiamientos. La recolección y análisis de información confirma lo planteado en la hipótesis del presente trabajo.

4.3 Principales hallazgos

Uno de los hallazgos más importante es el cambio de cultura del emprendedor y de toda la población en general, para que tengan una mentalidad de emprendimientos que no sean de subsistencia, sino que vayan enfocados a un emprendimiento de oportunidad.

Otro hallazgo relevante que se ha identificado en las respuestas de los entrevistados es, que para lograr la implementación de un mecanismo de financiamiento como el *crowdfunding* es necesario hacer una alianza entre el Estado y las instituciones que apoyan a los emprendedores, quienes deben implementar planes nacionales de divulgación de temas como el mencionado, además de promover leyes que regulen y garanticen las inversiones.

Por último, se identificó, según la información proporcionada por los representantes de BANDESAL y CONAMYPE, que el emprendedor siempre está en búsqueda de capital semilla, pero no cuentan con lo más importante, tener bien fundamentado un plan de negocio en el que los emprendedores sepan que es lo que en realidad quieren, que buscan y en qué plazo quieren materializarlo.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

Actualmente existen instituciones estatales y privadas, que cuentan con programas de ayuda a personas que están interesadas en emprender una idea de negocio, a quienes se les brinda orientación o capacitación para que puedan definir su estrategia de negocio, en algunos casos son inscritos para el programa de capital semilla el cual les beneficia de gran manera en la iniciación de su negocio, sin embargo, no todos los emprendedores tienen acceso a este tipo de programas.

De acuerdo a los datos analizados en las entrevistas, para que una idea de negocio sea exitosa en primer lugar, es necesario que el emprendedor haya diseñado un buen plan de negocio y segundo que este informado y capacitado en la implementación y administración de su idea de negocio.

En El Salvador existen mecanismos tradicionales de financiamiento, los cuales prácticamente no incluyen a emprendedores debido a que exigen requisitos que difícilmente pueden ser cumplidos por una persona que no tenga ninguna referencia crediticia, también existen créditos de capital semilla, pero se da la situación que no todos los emprendedores califican a este tipo de créditos, ya que se establece una serie de requisitos, que si bien es cierto no están enfocados en las garantías que pueda ofrecer un emprendedor, se enfocan en cumplir con una serie de lineamientos establecidos por las instituciones encargadas de brindar ese tipo de créditos a los emprendedores.

El aspecto cultural y la falta de información de los emprendedores y la población en general, es una limitante a superar para que mecanismos de financiamiento como el *crowdfunding* funcione con éxito en el país, por ejemplo a inicios del mes de septiembre de 2016 un grupo musical salvadoreño llamado *Vox Cordis* a través de una plataforma internacional llamada *Indiegogo* difunde publicidad de un *crowdfunding* para lanzar en México su disco titulado “Un viaje por nuestra cultura nahuat”, en el que pretenden realizar una recaudación de \$10,000; pero a 24 de enero de 2017 no han recibido donación para el proyecto.

Conforme a los resultados de la entrevistas obtenidas y analizadas en el capítulo cuatro, existe un bajo nivel de información sobre temas relacionados a mecanismos de financiamientos distintos a los tradicionales, específicamente *crowdfunding*, del que ni siquiera los emprendedores saben que existe, lo cual conlleva a que existan limitantes para la implementación y funcionamiento.

La legislación salvadoreña es un tema decisivo para la implementación del *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento para emprendedores, que además de reducir el riesgo, brinda un marco de referencia para las actividades relacionadas de financiamiento el solicitante de fondos y el inversionista o donante.

5.2 Recomendaciones

Cuando las instituciones del Estado y las privadas ejecutan programas de apoyo a los emprendedores, también deberían realizar acciones de apoyo publicitario a nivel local, para que todo el emprendedor que esté interesado en la implementación de su idea de negocio pueda tener acceso ya sea a orientación técnica sobre el manejo y administración, así como también al método a seguir para obtener el financiamiento.

Debe evaluarse estos proyectos desde el punto de vista financiero a fin de que las instituciones encargadas de brindar capital semilla puedan seleccionar de forma idónea a los emprendedores que tengan un plan de negocio bien diseñado e identificado el tipo de negocio que va a emprender, de esta forma se reduciría el número de emprendedores que se quedan sin la debida atención.

Las instituciones competentes requieren de campañas para concientizar a los emprendedores, así como de dar más información de los tipos de servicios que ofrecen para este tipo de personas, a fin de que la información llegue a todos los interesados en temas similares.

Es recomendable que se realice una prueba piloto por medio de las instrucciones como CONAMYPE Y BANDESAL, sobre la implementación de una plataforma de financiamiento de *crowdfunding* a nivel nacional, de tal forma que todos los emprendedores y la población tengan acceso a ella y se pueda analizar los aspectos

fundamentales para que en El Salvador se implemente este mecanismo de financiamiento.

Es determinante que se analice la legislación salvadoreña, para poder reducir el riesgo en las actividades relacionadas al solicitante de fondos y el inversionista o donante, con el fin de evitar que se ejerza el lavado de dinero.

Por último, se recomiendan alianzas públicas-privadas para que el *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento para emprendedores sea puesto en marcha, se capacite a los emprendedores en estos temas y se creen las condiciones necesarias para su implementación con éxito en El Salvador.

REFERENCIAS

American Psychological Association (2011). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. (3a. ed. En español de la 6a. en inglés). Distrito Federal, México: Editorial El Manual Moderno.

Brian Camelio, 2000, Plataforma de *crowdfunding Artistshare* Recuperado el 20 de agosto de 2016 de: <http://www.artistshare.com/v4/>

Cámara de Comercio e Industria de El Salvador -CAMARASAL (2015) Recuperado el 23 de julio de 2016 de: <http://www.elsalvador.com/articulo/negocios/anuncian-congreso-para-financiar-emprendedurismo-jovenes-84996>.

Cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación, el emprendimiento y la inclusión económica, Fondo Multilateral de Inversiones, (2013), -*Crowdfunding-Mexico*.

Diario tvr.com, 13 de enero de 2017, *Cadejo Brewing sale al rescate de la cerveza Regia tras la noticia que ILC ya no la producirá*, recuperado el 22 de febrero de 2016 de <http://www.diariotr.com/single-post/2017/01/13/Cadejo-Brewing-sale-al-rescate-de-la-cerveza-Regia-tras-la-noticia-que-ILC-ya-no-la-producir%C3%A1>

El Diario de hoy, Orantes, D. *Vox Cordis está en la mira de disquera mexicana*, Recuperado el 07 de septiembre de 2016 de <http://www.elsalvador.com/>

- Generosity, Plataforma de *crowdfunding* Recuperado el 24 de enero de 2017 de <https://www.generosity.com/faith-religion-fundraising/un-viaje-por-nuestra-cultura-nahuatl>.
- Ley contra el Lavado de Dinero y de Activos*. Diario oficial de la República de El Salvador, Tomo N° 337, 4 de diciembre de 1997.
- Ley contra la Usura*. Diario oficial de la República de El Salvador, Tomo N° 398, 24 de enero de 2013.
- Mairead Johnson, 2006, Plataforma de *crowdfunding* Kiva, Recuperado el 20 de agosto de 2016 de: <http://kivablog.kiva.org/kivablog/2006/10/18/kivaorg-invited-to-present-at-the-global-microcredit-summit-2006>.
- Mojica 2015, Emprendedurismo en El Salvador recuperado el 20 de agosto de 2016 de: <http://www.elsalvador.com/articulo/editoriales/emprendedurismo-salvador-70885>
- Muñoz Campos, R., *La Investigación Paso a Paso*, Cuarta Edición, Editorial Talleres Gráficos UCA, El Salvador, (2007)
- Núñez J. (2015). Aplausos.com. *New York*, EU. Recuperado el 13 de agosto de 2016 de: <http://www.applaus.com/la-estatua-de-la-libertad>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD. (2015) Recuperado el 10 de diciembre de 2016 de:

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://192.64.74.193/~genera/newsite/images/Guia_Crowdfunding_Mayo14.pdf#22.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill/ Interamericana editores, S.A. de C.V.

Sánchez M. (2015). *El emprendimiento en El Salvador*, El Salvador, Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN).

Sarah L. (2013). Laflecha. Recuperado el 20 de agosto de 2016 de:
<http://laflecha.net/historia-del-crowdfunding>.

Velásquez S. (2015) Modelo *crowdfunding* y su factibilidad en el Ecuador para el desarrollo de nuevos emprendimientos (Tesis para optar al grado de Maestro en Finanzas y Proyectos Corporativos). Universidad de Guayaquil, Ecuador.



NEXO A: MODELO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Instrumento de investigación de trabajo de graduación para maestría en Administración Financiera titulado “**El *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento para emprendedores**”

SUJETOS: Dirigido a funcionarios de instituciones públicas y privadas relacionados con la promoción, motivación e inserción de los emprendedores.

Objetivo: Recolectar información relacionada con las metodologías de financiamiento para emprendedores, con la finalidad de conocer los factores que inciden en la implementación de este tipo de herramienta de financiamiento como el *crowdfunding*.

Información personal

1. Nombre
2. Institución
3. Cargo:
4. Experiencia:

Interrogantes de entrevista

1. ¿Cree que el apoyo que el Estado hace para motivar el emprendimiento es suficiente?
2. ¿Considera que las acciones de apoyo realizadas por el Estado para facilitar el financiamiento de emprendimientos son suficientes para incentivar al desarrollo?
3. ¿A su criterio el aspecto cultural es impedimento para que el Estado apoye el emprendimiento?
4. ¿Cómo evalúa la situación actual de los emprendedores en relación a la obtención de fuentes de financiamiento para iniciar una idea de negocio en el país?
5. ¿En la actualidad cual considera que es la fuente de financiamiento que utilizan los emprendedores para desarrollar sus ideas de negocios?
6. ¿Considera que la falta de fuentes de financiamiento tiene relación directa con la posibilidad de obtener mayor éxito en el desarrollo de la idea de negocio?
7. ¿Considera usted que las leyes actuales de una forma indirecta solo permiten un financiamiento tradicional por medio de banco y otras instituciones financieras no bancarias?
8. ¿Qué componentes considera que debe tener un emprendedor para que una idea de negocio sea exitosa?

9. ¿Entre las siguientes opciones cual considera que tiene mayor incidencia para que un proyecto de emprendimiento no se desarrolló y fracase como una idea de negocio?

Falta de fuentes de financiamiento _____

Sin capacitaciones estratégicas de emprendedurismo _____

Falta de importancia por el Estado _____

Extorsiones _____

Otras _____

10. ¿Cree que es viable que una idea innovadora de negocio de un emprendedor sea financiada por contribuciones de un grupo amplio de personas llamadas *crowdfunders*?

11. ¿Cuáles considera que son las barreras que limitan las fuentes innovadoras de financiamiento como el *crowdfunding*?

12. ¿Si este mecanismo de financiamiento ha funcionado en otros países para desarrollar proyectos de emprendimiento, cuáles cree que son las condiciones que deben existir para que esto funcione con éxito en el país?

13. ¿De los siguientes elementos, cuáles considera que permitirían el desarrollo del *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento innovador para emprendedores?

Apoyo del Estado _____

Iniciativas de Instituciones Privadas _____

Entidad que autoriza uso de plataformas de *crowdfunding* _____

Seguridad legal para los inversionistas _____

Publicidad local _____

Incentivos para los donantes e inversionistas _____

Otros _____

14. ¿Considerando el factor tiempo, en cuántos años visualiza que se puede implementar con éxito una herramienta innovadora para financiar a emprendedores como el *crowdfunding*?

15. ¿Cree que el aspecto cultural de los salvadoreños sería una limitante para que el *crowdfunding* funcionara en El Salvador como una fuente de financiamiento de los emprendedores?