



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

“Análisis comparativo entre los factores que influyen en el nivel de éxito o fracaso del *crowdfunding* a nivel mundial y su situación en el Ecuador”

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Ingeniero Comercial

Autor: Calle Aguirre Christian Ismael

Directora: Ing. Moscoso Serrano María Ximena

Cuenca - Ecuador

2018

DEDICATORIA

A mis padres, Willian y Silvia, quienes han sido el pilar y motivación en mi vida, ya que nunca perdieron su confianza en mí y me supieron forjar con todo el respeto, responsabilidad, perseverancia y principalmente con todo su amor. Mis hermanos, Xavier y María Paz, por su cariño y paciencia a diario. Por su apoyo incondicional he alcanzado esta meta.

AGRADECIMIENTO

Esta tesis, requirió de mucho esfuerzo y dedicación tanto mía como de mi directora de tesis, pero no hubiese sido posible su finalización sin el apoyo desinteresado de cada persona que citaré posteriormente.

Agradezco a Dios por estar conmigo siempre y nunca abandonarme, por iluminar mi mente, dotarme de fe, amor y perseverancia, por haber puesto en mi camino a las personas que han sido mi apoyo y compañía durante este período.

A la Ing. Ximena Moscoso Serrano, directora de este trabajo, una grandiosa persona, por su apoyo brindado desde el comienzo, además de su invaluable colaboración, paciencia y confianza se pudo llevar a cabo este trabajo.

Un agradecimiento especial a la Ing. Katheryn Sinmaleza Quezada, gran ser humano, por brindarme su amistad y sobre todo su apoyo investigativo, por su aporte incalculable a esta tesis.

A mis profesores que supieron brindarme los conocimientos necesarios para mi vida profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO	3
INTRODUCCIÓN	3
1.1. Historia, definiciones y conceptos.....	3
1.1.1. Historia.....	3
1.1.1. Definiciones	5
1.1.2. Conceptos.....	10
1.2. Funcionamiento	12
1.3. Características	15
1.3.1. <i>Crowdfunding</i> de recompensa.....	15
1.3.2. <i>Crowdfunding</i> de donación	17
1.3.3. <i>Crowdfunding</i> de préstamos.....	17
1.3.4. <i>Crowdfunding</i> de inversión	18
1.4. Principales plataformas a nivel mundial	19
1.4.1. Asia	20
1.4.2. Europa	28
1.4.3. América.....	45

1.4.4. Oceanía.....	54
1.4.5. África.....	58
1.4.6. Resumen.....	60
CONCLUSIÓN.....	61
CAPÍTULO 2: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS EN ECUADOR.....	63
INTRODUCCIÓN.....	63
2.1. Antecedentes del <i>crowdfunding</i> en Ecuador.....	63
2.2. Principales plataformas de <i>crowdfunding</i> en Ecuador.....	66
2.2.1. Catapultados.....	67
2.2.2. HazVaca.....	69
2.2.3. GreenCrowds.....	72
2.2.4. Acolítame.....	73
2.3. Casos de éxito de <i>crowdfunding</i> en Ecuador.....	75
2.3.1. La película ecuatoriana alba.....	75
2.3.2. Disco de la banda guardarraya.....	76
2.3.3. Swing original monks.....	77
2.3.4. El libro de litro x mate.....	77
2.3.5. Huertomanías.....	78
2.3.6. Estación polar.....	78
2.3.7. El boom del rock.....	79
2.3.8. Tu sonrisa es mi gol.....	79
CONCLUSIÓN.....	81
CAPÍTULO 3: FACTORES DE INFLUENCIA DEL CROWDFUNDING Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR.....	82
INTRODUCCIÓN.....	82
3.1. Análisis PESTEL.....	82
3.1.1. Factores Políticos.....	82

3.1.2.	Factores Económicos	88
3.1.3.	Factores Sociales	94
3.1.4.	Factores Tecnológicos.....	97
3.1.5.	Factores Ecológicos	101
3.1.6.	Factores Legales.....	106
3.2.	Entrevistas	111
3.2.1.	Resultados	112
3.2.2.	Resumen de resultados	125
3.3.	Cuestionario de autoevaluación.....	127
3.3.1.	Tecnología.....	128
3.3.2.	Cultura.....	131
3.3.3.	Regulación.....	139
3.3.4.	Capital	141
3.3.5.	Resultados de la evaluación	144
	CONCLUSIÓN	146
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	148
	BIBLIOGRAFÍA	150

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Proceso de los proyectos de <i>crowdfunding</i>	13
Ilustración 2. Funcionamiento del <i>crowdfunding</i> de recompensas	16
Ilustración 3. Funcionamiento del <i>crowdfunding</i> de inversión	18
Ilustración 4. Porcentaje de crecimiento del <i>crowdfunding</i>	19
Ilustración 5. Plataforma Catapultados	67
Ilustración 6. Plataforma HazVaca	69
Ilustración 7. Plataforma GreenCrowds	72
Ilustración 8. Plataforma Acolítame	73
Ilustración 9. Proyecto película Alba	75
Ilustración 10. Proyecto Disco Guardarraya	76
Ilustración 11. Proyecto la banda que lo mezcla todo.....	77
Ilustración 12. Proyecto el libro de litro x mate.....	77
Ilustración 13. Proyecto Huertomanías	78
Ilustración 14. Proyecto documental Estación Polar.....	78
Ilustración 15. Proyecto el boom del rock	79
Ilustración 16. Tu sonrisa es mi gol	79
Ilustración 17. Composición de la Cartera Bruta, Banca Privada.....	90
Ilustración 18. Constelación de confianza de <i>crowdfunding</i>	94
Ilustración 19. Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional	98
Ilustración 20. Hogares que tienen teléfono celular a nivel nacional	98
Ilustración 21. Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado, y personas que tienen teléfono inteligente a nivel nacional.....	99
Ilustración 22. Hogares que tienen acceso a internet a nivel Nacional	99
Ilustración 23. Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por grupos de edad a nivel Nacional	100
Ilustración 24. Perfil de las personas ecuatorianas que podrían invertir en <i>crowdfunding</i>	100
Ilustración 25. Autoevaluación por aspectos	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales proyectos Tumblerug.....	23
Tabla 2. Principales proyectos Demohour	25
Tabla 3. Principales proyectos Coufenzi.....	27
Tabla 4. Crowdfunding en Europa	29
Tabla 5. Principales proyectos Crowdcube	30
Tabla 6. Principales proyectos Kiss Kiss Bank Bank	31
Tabla 7. Principales proyectos Ulule	32
Tabla 8. Principales proyectos Funded by me	33
Tabla 9. Principales proyectos Toborrow	34
Tabla 10. Principales proyectos VoorDeKunst.....	35
Tabla 11. Principales proyectos One planet crowd.....	36
Tabla 12. Principales proyectos Start next.....	37
Tabla 13. Principales proyectos Companisto	38
Tabla 14. Principales proyectos Verkami	39
Tabla 15. Principales proyectos Lánzanos	40
Tabla 16. Principales proyectos Conda.....	41
Tabla 17. Principales proyectos Green Rocket	42
Tabla 18. Principales plataformas Hooandja	43
Tabla 19. Principales plataformas Fundwise	44
Tabla 20. Principales proyectos Kickstarter.....	46
Tabla 21. Principales proyectos Indiegogo	47
Tabla 22. Principales proyectos Catarse	48
Tabla 23. Principales proyectos Vakinha.....	49
Tabla 24. Principales proyectos Broota	50
Tabla 25. Principales proyectos Cumplo	51
Tabla 26. Principales proyectos Crowdium	52
Tabla 27. Principales proyectos Afluenta	53
Tabla 28. Principales proyectos Enable Funding.....	54
Tabla 29. Principales proyectos Pozible	55
Tabla 30. Principales proyectos, PledgeMe, recompensas	56
Tabla 31. Principales proyectos, PledgeMe, inversión	57

Tabla 32. Principales proyectos, PledgeMe, préstamos.....	57
Tabla 33. Principales proyectos Thundafund.....	59
Tabla 34. Resumen de las principales plataformas por continente	60
Tabla 35. <i>Crowdfunding</i> en Ecuador	74
Tabla 36. Proyectos más exitosos <i>crowdfunding</i> Ecuador.....	80
Tabla 37. Categorías de los proyectos <i>crowdfunding</i> en Ecuador	81
Tabla 38. Factores que influyen en el desarrollo del crowdfunding	96
Tabla 39. Proyectos para cuidado del medio ambiente por continente.....	103
Tabla 40. Número de proyectos por categoría	104
Tabla 41. Cálculo del impuesto a la renta sobre ingresos provenientes de herencias, legados y donaciones para el 2018.....	110
Tabla 42. Catedráticos Entrevistados	111
Tabla 43. Resumen de resultados de autoevaluación del <i>crowdfunding</i> en Ecuador	144

RESUMEN

El *crowdfunding* es un mecanismo de financiación colaborativo a través de internet que ha presentado un gran desarrollo a nivel global y constituye un mecanismo alternativo de financiamiento para emprendedores en países desarrollados. Como resultado de la investigación, en este documento se exponen los conceptos básicos del *crowdfunding*, se describen las plataformas y proyectos más destacados a nivel mundial, y se muestra la situación actual del *crowdfunding* en Ecuador. Finalmente, a través del estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales en torno al *crowdfunding* se identifican las fortalezas y debilidades de este modelo de financiamiento en Ecuador.

ABSTRACT

Crowdfunding is a collaborative financing mechanism carried out through internet that has presented a great development at a global level and constituted an alternative funding mechanism for entrepreneurs in most developed countries. The basic concepts of crowdfunding were exposed in this document as the result of an investigation. The most outstanding platforms and projects worldwide were described, along with the current situation of crowdfunding in Ecuador. Finally, the strengths and weaknesses of this financing model in Ecuador were identified through the study of the political, economic, social, technological, ecological and legal factors.



Translated by
Ing. Paul Arpi

INTRODUCCIÓN

Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (2016), Ecuador es el país con mayor Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de la región. Sin embargo, uno de los principales problemas que presentan los emprendedores es el acceso a mecanismos de financiamiento.

Entre las políticas públicas del gobierno ecuatoriano y los objetivos de planificación nacional se encuentra la formación de un sistema económico social y solidario, además de incentivar la producción y la competitividad nacional e impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial, para lo cual uno de los principales objetivos es la promoción de fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario.

El *crowdfunding* es una novedosa forma para democratizar las fuentes de financiamiento, a través de este medio los emprendedores pueden acceder a recursos financieros a través de los esfuerzos de individuos o grupos quienes realizan aportaciones (generalmente pequeñas) a través de internet y sin intermediarios financieros.

En Ecuador, el segmento más significativo de empresas son las PYMES ya que las mismas contribuyen con ingresos que representan el 26% del PIB (Revista Ekos, 2016b). El sistema financiero constituye un pilar fundamental en el crecimiento económico de países en desarrollo y son también las restricciones en las fuentes de financiamiento los principales problemas que enfrentan este tipo de empresas.

Es indispensable que se cuente con mecanismos de financiamiento alternativos, ya que hoy en día son precisamente los nuevos e innovadores negocios los que pueden sobrevivir en el entorno global que se caracteriza por la intensa competencia. Según el Banco Interamericano de Desarrollo, “el desarrollo de ideas creativas como la base del surgimiento de nuevos emprendimientos es el gran desafío para Ecuador y América Latina”(Revista Ekos, 2012) y es una de las principales diferencias que hace más competitivos a los emprendedores del Este de Asia en relación con los de América Latina, precisamente ante estas evidentes carencias de los mecanismos de financiamiento tradicionales y las necesidades del mercado globalizado, es que surge

el *crowdfunding* como un nuevo paradigma para emprendedores e inversionistas que puede contribuir a democratizar y canalizar el financiamiento entre ideas innovadoras y personas interesadas en algo nuevo.

El objetivo de este trabajo es conocer la situación actual del *crowdfunding* en Ecuador, como mecanismo de financiamiento y realizar un análisis comparativo con relación a los factores de éxito a nivel mundial. Para ello se presenta un análisis de los modelos de funcionamiento del *crowdfunding* en los países en los que se encuentra más desarrollado, luego se analiza la situación actual del *crowdfunding* y sus perspectivas en Ecuador, y finalmente se identifican las fortalezas y debilidades del *crowdfunding* en función al análisis de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales y a la opinión de catedráticos del área financiera de cuatro universidades de la ciudad de Cuenca.

El trabajo se desarrolló en tres fases, en la primera se efectuó la investigación en fuentes de información secundaria a través de la cual se muestran conceptos básicos y el funcionamiento del *crowdfunding*. En la segunda fase se realizó la investigación exploratoria que permitió conocer la situación actual del *crowdfunding* en Ecuador y las características de los proyectos. En la tercera fase se recurrió a fuentes de información primaria, catedráticos universitarios que expresaron su opinión y conocimientos del *crowdfunding* y las perspectivas en Ecuador, además se realizó un análisis PESTEL y una autoevaluación que permiten exponer fortalezas y debilidades para el desarrollo del *crowdfunding* en Ecuador.

CAPÍTULO 1: CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se abordan los conceptos básicos del *crowdfunding*, con la finalidad de conocer el funcionamiento, actores y los distintos tipos de *crowdfunding* y sus características. Posteriormente, se expone el estado del *crowdfunding* en varios países alrededor del mundo, se muestran las principales plataformas de los países analizados y los proyectos más destacados de cada plataforma, finalmente se presenta un resumen con información importante de las plataformas de *crowdfunding* más destacadas a nivel mundial.

1.1. Historia, definiciones y conceptos

1.1.1. Historia

Se estima que el *crowdfunding* se empezó a utilizar a finales del siglo XVIII, cuando el escritor irlandés Jonathan Swift creó el “Fondo Irlandés de Préstamos”, el cual brindaba préstamos a las familias de escasos recursos ubicadas en zonas rurales, sin cobrar intereses. A finales del siglo XIX (1885) el propietario de la revista *The World*, Joseph Pulitzer puso en marcha una campaña para recaudar fondos que permitieran financiar el pedestal y la instalación de la Estatua de la Libertad, se trataba de aportes de USD 1, obteniendo contribuciones de USD 125.000 (Barbato, 2017).

El *crowdfunding* como fenómeno económico se da en la época moderna, en la cual el término empieza a usarse para referirse a una financiación colaborativa con el fin de obtener recursos. Uno de los factores fundamentales que permitieron su expansión fue el internet ya que a finales del siglo XX (1997) se produjo el primer proyecto, cuando la banda británica *Marillion* financió su gira por Estados Unidos mediante donaciones *online*, obteniendo un total de USD 60.000. Basándose en este nuevo método de financiamiento se lanza *ArtistShare*, a inicios del siglo XXI (2000), considerándose como la primera plataforma web de *crowdfunding*, para después de unos años expandirse y llegar a convertirse en un sello discográfico para financiar proyectos musicales.

Ya en el siglo XXI por el año de 2004 Benjamín Pommeraud y Guillaume Colboc, ambos de nacionalidad francesa decidieron recurrir al internet para poder financiar su cortometraje el cuál titulaba “*Demain la veille*” logrando obtener en un plazo de 3 semanas un monto de USD 50.000.

Con el término *crowdfunding* cada vez más relacionado y conocido como una alternativa de financiamiento, nace en el año 2005 *Kiva*, una organización sin fines de lucro con el propósito de permitir que empresarios a través de donaciones presten dinero que serviría para el desarrollo de zonas donde abundaba la pobreza, con aportaciones a partir de los USD 25, centrándose principalmente en las personas que no tienen acceso a los sistemas de financiamiento tradicionales.

1.1.2. Definiciones

Crowdfunding proviene de un término mucho más amplio como es el *crowdsourcing*, pues se trata de la externalización por parte de una empresa o institución, de una función realizada por un empleado a un grupo indefinido de personas mediante una convocatoria abierta (Howe, 2006). Según Rodríguez de las Heras Ballell (2012) el modelo de economía mundial ha cambiado su panorama debido a la globalización y a las crisis sociales y económicas, pues estos son factores que han influido y han dado paso a la llamada financiación colectiva o alternativa.

El término *crowdfunding* resume el esfuerzo financiero de varios individuos en un proyecto determinado, pudiendo ser usado por ONGs, artistas, emprendedores con la finalidad de obtener recursos financieros sin acudir a los sistemas de financiamiento tradicionales sino más bien siendo apoyados por un grupo de personas que juntan su dinero con el propósito de invertir o sin finalidad de lucro.

Crowdsourcing

El *crowdfunding* forma parte del concepto de *crowdsourcing*, Jeff Howe y Mark Robinson fueron los primeros en usar este término, en junio de 2006 en *Wired Magazine*, una revista especializada en alta tecnología. Según Kleemann, Voß y Rieder (2008): el *crowdsourcing* tiene lugar cuando una organización subcontrata tareas esenciales (relacionadas con la fabricación o venta de sus productos) al público en general a través de una llamada abierta mediante internet, con la finalidad de fomentar la participación voluntaria y en algunas ocasiones gratuita de personas ajenas a la organización.

Entre las principales razones por las que las compañías usan *crowdfunding* o *crowdsourcing* están: la reducción de costos, creación de valor a través de la contribución de las personas, reducción de la duración del proceso de producción de nuevos productos, y mejor aceptación del consumidor.

El aporte de las personas bajo la modalidad de *crowdsourcing* tiene tres características fundamentales: (1) Los individuos toman parte en los procesos de producción y creación de valor, (2) las capacidades de los individuos pueden ser consideradas como activos valiosos, (3) las personas se integran a la estructura de la empresa y sus acciones pueden ser monitoreadas como si fueran empleados.

Modelos de negocio

Según la participación:

Kleemann et al. (2008) clasifican los tipos de *crowdsourcing* en base a la participación en las siguientes categorías:

- Participación de consumidores en el desarrollo y modificación del producto: Comentarios y sugerencias para el desarrollo de sus futuros productos.
- Diseño del producto: Apoyo para el desarrollo total del producto.
- Participación en tareas específicas: Búsqueda de soluciones para problemas específicos que la organización no ha logrado resolver, como la difusión de los proyectos.
- Llamadas abiertas permanentes: Búsqueda de cualquier información o documentos.
- Reportes comunitarios: Información específica de una comunidad acerca del producto o servicio, datos para el diseño o adecuación del producto acorde a información de la comunidad a la que se enfoca.
- Valoración de productos por consumidores y perfiles de consumidores: Revisiones de los productos y opiniones de los usuarios.
- Soporte de cliente a cliente: Apoyo entre clientes para el conocimiento del consumidor y el diseño del producto.

Crowdfunding

Obedeciendo a la noción de “inteligencia colectiva” planteada por Pierre Lévy: “Nadie conoce todo, todos conocemos algo, y todo el conocimiento reside en la humanidad”; el conocimiento se vuelve más completo cuando se comparte entre comunidades; según Brabham (2008), la eficiencia de los grupos reside en su composición y diversidad debido a que la sabiduría del grupo provee soluciones que han sido construidas a través de las sugerencias y opiniones de varias personas mas no de una sola.

El *crowdfunding* y *crowdsourcing* son usados por las compañías para solucionar problemas y además puede brindarles información acerca de las necesidades del mercado, de igual manera las compañías acuden a este método para crear campañas de marketing que generen expectativa en el lanzamiento de un nuevo producto en cuya producción participaron los clientes. Si más compañías empiezan a recurrir frecuentemente al uso de este mecanismo, los recursos se volverán escasos, por lo que es importante para los emprendedores ofrecer productos o servicios innovadores y de acuerdo a las necesidades del mercado.

La palabra *crowdfunding* proviene de los términos en inglés *crowd* que significa “multitud” y *funding* “financiación”. Según Luisa Alemany e Inés Bultó, como se citó en Gallardo (2015), el término *crowdfunding* fue utilizado por primera vez en 2006 por Michael Sullivan en su blog fundavlog y se define como:

“Una convocatoria abierta, fundamentalmente mediante internet, para solicitar recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de algún tipo de recompensa y/o derechos de voto, con el fin de apoyar proyectos específicos o nuevos negocios”. El *crowdfunding* constituye así un tipo de *crowdsourcing*, término amplio que describe el proceso de conectar con grandes grupos de personas mediante internet para utilizar sus conocimientos, experiencia, tiempo o recursos.

El *crowdfunding* se utiliza para conseguir financiación para una extensa variedad de actividades, incluyendo proyectos solidarios, nuevos videojuegos, el desarrollo de software libre, la producción de películas o la financiación de nuevas empresas”.
(p. 9)

De acuerdo con Lambert y Schwienbacher (2010): *crowdfunding* es un llamado al público en general, principalmente mediante internet, para proveer fondos mediante una donación o un modelo de recompensa o derecho en el cual se recibe un beneficio a cambio del apoyo a iniciativas que poseen propósitos ya definidos.

Uno de los objetivos principales del *crowdfunding* es eliminar los intermediarios, ya que, a través del uso de este mecanismo, se solicita recursos directamente a un grupo de individuos, quienes de todas maneras estarían financiando los proyectos si se solicita apoyo a instituciones financieras, debido a que estas instituciones funcionan como intermediarios entre las personas que tienen el dinero y las personas que lo necesitan.

Otra de las funciones importantes con las que cumple indirectamente el *crowdfunding* es la validación de la idea de negocio ya que permite relacionar la participación de los inversores en el proyecto con la aceptación del producto o servicio en el mercado.

El 60% de las principales plataformas de *crowdfunding* a nivel mundial pertenecen a países anglosajones, en sus inicios este mecanismo de financiamiento fue usado principalmente por artistas, sin embargo, el segmento de emprendedores que lo utiliza como mecanismo de financiamiento está en aumento ya que, de acuerdo a Kleeman, como se citó en Schwienbacher y Larralde (2010), entre las principales razones por las que las compañías solicitan recursos a personas a través de internet se encuentra la reducción de costos.

A través del concepto de “inteligencia colectiva” también se puede resaltar la importancia del *crowdfunding* ya que una multitud (*crowd*) puede resultar más eficiente que pequeños grupos en la resolución de problemas que produzcan valor generando mayor grado de aceptación ya que se toman en cuenta los requisitos y necesidades y se consigue participación activa de los futuros clientes en el desarrollo del producto, servicio o idea de negocio.

Según el Observatorio para la Economía Digital sobre la situación global del *crowdfunding*: el *crowdfunding* ha experimentado un gran desarrollo a nivel global en los últimos años, debido a la conjunción de tres fuerzas fundamentales, que son: las movilizaciones de oferta y demanda propiciadas por el escenario de crisis económica, el avance de las telecomunicaciones y la tecnología en la era digital, la ausencia de un marco regulatorio específicamente definido (Cuesta et al., 2014, p.1).

Modelo de negocio

Según los motivos de participación

De acuerdo con Kleemann et al. (2008), los participantes en proyectos de *crowdsourcing* tienen motivaciones intrínsecas y extrínsecas.

- Las motivaciones intrínsecas se refieren a la diversión y disfrute que reciben al realizar tareas específicas.
- Las motivaciones extrínsecas son las recompensas, como dinero, rentabilidad, bienes, beneficios profesionales, aprendizaje o reconocimiento.

En un estudio realizado por Brabham (2008) sobre los motivos de participación en la plataforma *iStockphoto* (una *web* en donde los usuarios pueden cargar sus fotos y reciben pagos por el uso de las mismas), los usuarios elite de esta web, son de clase media, han recibido educación de nivel superior, están casados, son jóvenes y poseen conexión a internet de alta velocidad; como primera motivación de la participación está el dinero que reciben (motivación extrínseca), seguido por el placer de mejorar sus habilidades de forma divertida (motivaciones intrínsecas). De acuerdo con el mismo estudio, la red de trabajo y el reconocimiento (motivaciones extrínsecas) no parecían ser factores muy importantes.

Franke y Klausberger (2008) se enfocan en la importancia de la percepción de la justicia entre los motivos de participación de los consumidores. Es más probable que los consumidores participen en los proyectos que perciben como justos para ellos, esta percepción está ligada al modelo de negocio y a la compañía. Independientemente de las recompensas (tangibles o no), es importante que se tome en cuenta la opinión del participante en la toma de decisiones y se le reconozca derechos de autoría sobre sus ideas.

1.1.3. Conceptos

De acuerdo con Molina, Martínez y Del Corte (2016), los agentes principales en el proceso de *crowdfunding* son:

- **Emprendedor o creativo:** Grupo que propone la idea o proyecto a financiar.
- **Financiador, patrocinador o inversor:** Individuos que deciden apoyar los proyectos o compañías.
- **Plataforma:** Permite contacto entre el emprendedor del proyecto y los financiadores o patrocinadores a través de medios tecnológicos, mediante la publicación del proyecto, el lanzamiento de la campaña y el seguimiento a la misma. Proporciona un medio de interacción entre el emprendedor y el financiador, además funciona como un intermediario ofreciendo asesorías, búsqueda de inversionistas, campañas de comunicación, entre otros. El beneficio que obtiene la plataforma es que cobra una comisión de entre el 5% y 10%.

Quero y Ventura (2014), clasifican los actores diferenciados del *crowdfunding* en 6 tipos:

- 1) **Núcleo creativo:** Son quienes diseñan y presentan el proyecto con la finalidad de captar fondos para su posible desarrollo. Se ocupan del diseño de la propuesta, lanzamiento, actualizaciones e interacciones durante el plazo de duración.
- 2) **Consumidor financiador:** Su principal motivo es el interés en la producción de la obra y participa mediante aportaciones menores en la financiación del proyecto. Entre las causas por la que participa están: buscar sentirse como parte del proyecto y participar en el proceso de creación del mismo; compromiso de producción en la obra o proyecto; pre-compra del producto, cuando esta es la motivación el sistema de recompensas es clave.
- 3) **Consumidores no financieros:** Participan a través de acciones de difusión del proyecto, su intención es acceder a la obra financiada cuando esta sea desarrollada y aportan dimensión al proyecto.
- 4) **Inversores:** Participa para obtener retorno económico del proyecto.

- 5) **Expertos:** Agentes activos que participan en la creación de valor del proyecto aportando en etapas como el diseño y producción. Esta modalidad está relacionada con el *crowdsourcing*.
- 6) **La Plataforma:** Agente que pone a disposición la tecnología para que se dé la interacción entre el resto de los actores; ofrece los mecanismos virtuales para la difusión de los proyectos. La Plataforma además brinda asesoramiento para el diseño y lanzamiento de las campañas y la dotación de seguridad para efectuar los pagos.

1.2. Funcionamiento

Para realizar un proyecto de *crowdfunding* existen tres elementos fundamentales:

1. El emprendedor o creativo que requiere financiamiento

Para la presentación del proyecto se empleará una plataforma *crowdfunding* como escenario para atraer aportantes, financiadores o patrocinadores con la finalidad de emprender un proyecto y para el cual se solicitará financiación pudiendo ser una iniciativa de carácter empresarial, cultural, social, artístico o científico.

El proyecto debe tener un objetivo, a su vez indicar el monto de financiamiento requerido dentro de un período específico de recaudación variando desde los 30 hasta los 120 días, en los cuales se procederá a difundir la campaña a través de los medios que el emprendedor crea necesarios, asimismo debe presentar un plan de recompensas que variará de acuerdo con el monto aportado por cada persona.

2. La comunidad que apoya y financia el proyecto

Los financiadores son las personas interesadas y encargadas de hacer que el proyecto llegue a su objetivo inicial y que alcance el monto de dinero requerido, todo a cambio de una recompensa establecida por el emprendedor.

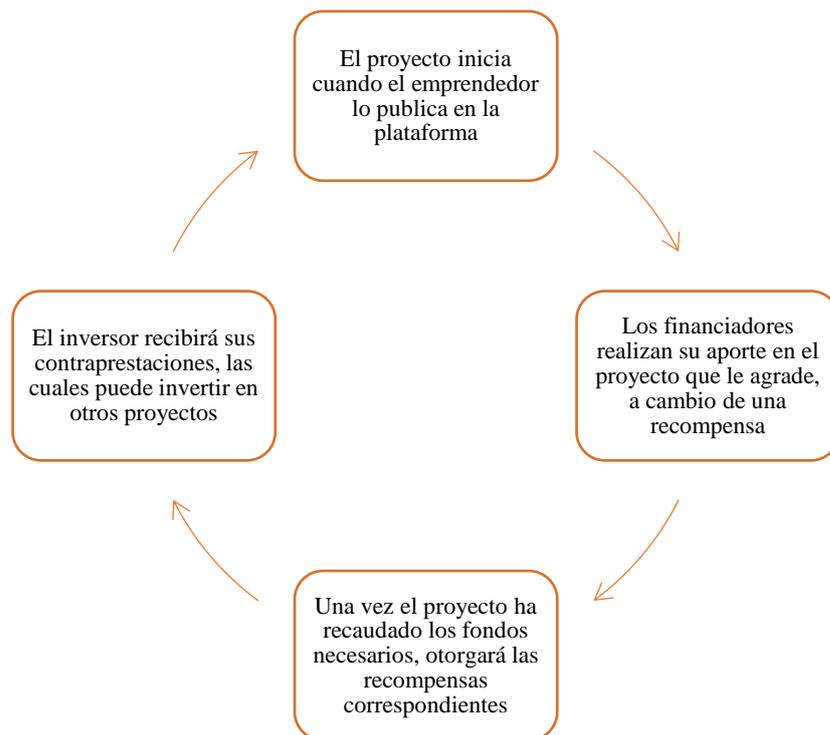
3. La plataforma intermediaria entre el emprendedor y los aportantes

Son los encargados de publicar los proyectos de los emprendedores, además de facilitar el proceso de publicación de una campaña y realizar un seguimiento durante el período de recaudación. Se encargan de ser los intermediarios entre los emprendedores y los financiadores procurando proporcionar acciones de difusión para que el número de financiadores incremente.

Asimismo, la plataforma se encargará de la captación de fondos, a su vez que se gestionará las contribuciones por cada persona, realizando la función de los intermediarios financieros.

En la Ilustración 1 se muestra el proceso que siguen los proyectos de *crowdfunding*.

Ilustración 1. Proceso de los proyectos de crowdfunding



Fuente: Elaboración propia

Metas del proyecto: Según el tipo de plataforma la meta del proyecto puede variar, es decir, dependiendo de las políticas de funcionamiento especificadas, ya que en varias plataformas si el proyecto planteado no llega a la meta establecida, los emprendedores igualmente reciben el dinero. También existe el modelo de “todo o nada” en donde el dinero es otorgado al proyecto únicamente si alcanza la meta propuesta, es decir si el financiamiento alcanza el 100% o más.

Nivel financiado: Los proyectos que alcanzan el 100% de su meta se consideran como proyectos exitosos y el sitio web les entrega el total del dinero; los proyectos que alcanzan más de su meta se consideran sobre-financiados.

Metas de emprendedores: Además del financiamiento de los proyectos, los emprendedores utilizan el *crowdfunding* para demostrar la demanda de un futuro producto, es decir ayuda a validar la idea de negocio. Bajo la modalidad de *crowdsourcing*, también ha sido usado para campañas de marketing en las que se crea interés en las etapas iniciales del desarrollo de nuevos proyectos.

Financiadores o patrocinadores: Está constituida por el número de financiadores apoyando al proyecto. Existen cuatro contextos bajo los cuales los individuos aportan a los proyectos:

- Modelo de donaciones o patrocinio.
- Modelo de préstamo.
- Modelo de recompensas.
- Modelo de inversiones.

Además de los modelos citados, existen otras motivaciones de los inversores como el apoyo a la causa ya que es vista como importante; además los aportantes siguen el comportamiento de los inversores y toman decisiones en base a las expectativas de éxito y el atractivo subyacente de los proyectos. Incluso en los modelos de patrocinio, en donde las motivaciones son guiadas por el altruismo, la calidad de los proyectos juega un papel fundamental.

Aportación / patrocinador: Las aportaciones individuales de los patrocinadores no son conocidas, esta variable representa el monto de dinero alcanzado, dividido para el total de patrocinadores; es decir la aportación por patrocinador.

Categoría: Los proyectos se clasifican según las categorías definidas en la plataforma, estas categorías pueden ser: cine, baile, arte, diseño, tecnología, entre otros. En la plataforma *kickstarter* los proyectos de diseño y tecnología tienen un trato especial debido a que suelen ofrecer productos como recompensa, a este tipo de proyectos se les exige un plan de producción y cronograma de entrega de productos antes de lanzar el proyecto en la plataforma.

Actualizaciones: Los emprendedores deben publicar información continua sobre el proyecto, durante y después de su publicación con la finalidad de mantener informados y motivados a los patrocinadores actuales y futuros.

Comentarios: Los patrocinadores y potenciales patrocinadores pueden publicar comentarios acerca de su opinión del proyecto, información o dudas.

Duración: El número de días que el proyecto estará disponible para ser financiado, en *kickstarter* el número es de 60 días.

1.3. Características

Los proyectos de *crowdfunding* poseen una amplia diversidad de categorías según las necesidades de cada emprendedor, se diferencian según los términos en los que se presta el dinero y a cambio se recibirá una recompensa o contraprestación establecida por el emprendedor.

Existen 4 modalidades de *crowdfunding*:

1.3.1. Crowdfunding de recompensa

Esta modalidad es también conocida como *reward crowdfunding*, es el modelo más utilizado ya que les permite a las personas aportantes recibir a cambio de su financiamiento un beneficio o recompensa por respaldar el proyecto, tales como: recibir reconocimiento de los autores, conocer a los creadores, entre otros. Bajo esta figura, los aportantes son vistos como clientes anticipados que reciben mejores precios y beneficios especiales participando de una preventa.

Por ejemplo, dado el caso puntual que un grupo de emprendedores desea grabar un largometraje y requiere financiamiento para poder cubrir la inversión necesaria, ofrecerán desde una entrada para una función *VIP* del pre estreno del largometraje hasta un agradecimiento en los créditos de la película, incluida una participación escenográfica en el largometraje.

Este tipo de *crowdfunding* se caracteriza por proporcionar mejores recompensas a las personas que han colaborado con una mayor contribución, como se mostró en el ejemplo anterior.

En base a los tipos de recompensa, Lambert y Schwienbacher (2010) proponen los siguientes modelos:

- Aportantes pasivos: Iniciativas que ofrecen varias formas de recompensas relacionadas al producto o servicio y generalmente bajo venta anticipada, dichas recompensas no implican el involucramiento adicional del aportante ni derechos de voto o control sobre el proyecto, sino que únicamente se recurre a estos aportantes para solventar la necesidad de dinero.
- Aportantes activos: Algunos emprendedores optan por dar participación a los aportantes del proyecto, ofreciendo recompensas por dicha participación, estas recompensas suelen estar relacionadas con reconocimiento de la participación y derechos de autoría del aportante; normalmente se ofrecen para el perfeccionamiento de ideas de negocio en el área de servicios. Los aportantes contribuyen con información acerca del potencial de mercado, características del producto o servicio con la finalidad de brindar retroalimentación para el desarrollo del producto, este tipo de aportantes trabajan bajo la modalidad de *crowdsourcing*.

A continuación, se muestra el proceso de funcionamiento del *crowdfunding* de recompensa mediante pasos enumerados:

Ilustración 2. *Funcionamiento del crowdfunding de recompensas*



Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de Alemany & Bultó, 2014, p.9.

1.3.2. Crowdfunding de donación

Su objetivo principal son las causas benéficas donde las personas realizan aportaciones sin fines de lucro. Comúnmente los propietarios de estas campañas buscan emplear un proyecto con fines humanitarios, sociales y culturales con visión filantrópica, generalmente este tipo de campañas son organizadas por ONG's, y son de carácter humanitario o solidario.

Las personas que aportan dinero son denominadas “donantes” y no requieren una recompensa o preventa de algún producto o servicio, ya que no esperan retribución a cambio, solamente buscan apoyar a la causa.

Esta modalidad se caracteriza por ser una iniciativa que busca atraer recursos gratuitos, no ofrece recompensas financieras ni de otro tipo para los participantes. A pesar de que el *crowdfunding* permite realizar donaciones, el 80% de los proyectos ofrecen distintas recompensas a los participantes (Lambert & Schwienbacher, 2010).

1.3.3. Crowdfunding de préstamos

Los emprendedores acuden a esta modalidad también conocida como *crowdlending*, ya que requieren de capital a un bajo costo lo que da lugar a que los inversionistas apoyen a emprendedores de una forma más flexible, puesto que, en los contratos de *crowdfunding* de este tipo, el aporte se ofrece como un préstamo, esperando rendimiento del capital invertido. Sin embargo, el prestamista puede estar más interesado en el bien social promovido por el emprendimiento, más que en otro rendimiento, por lo que este modelo incluye características del modelo de donaciones.

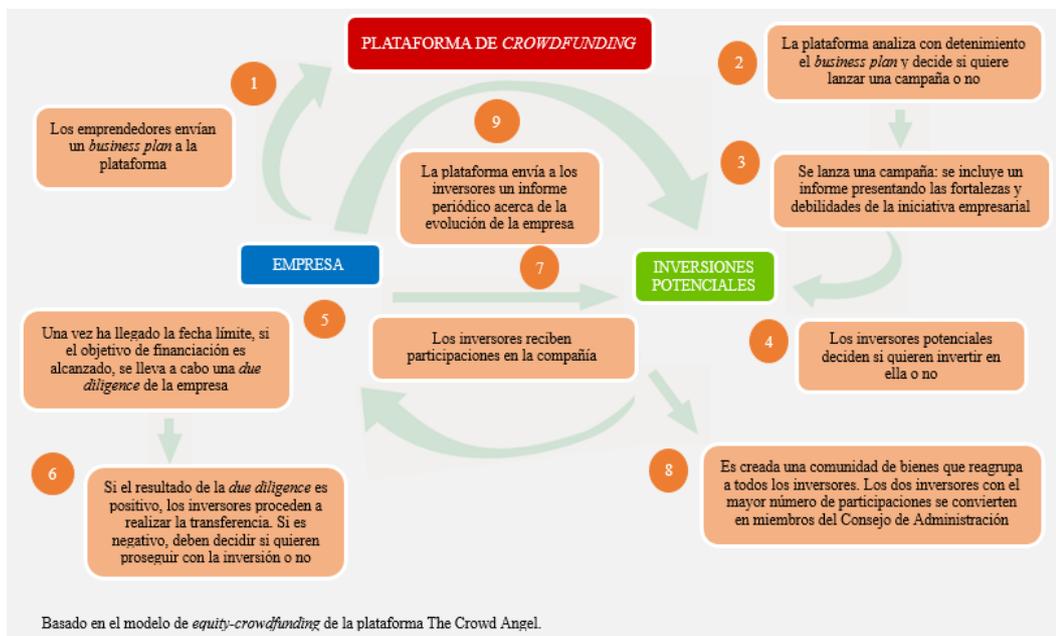
Este modelo se basa en remitir la información necesaria a una plataforma de *crowdfunding*, la misma que le otorgará un nivel de riesgo mediante un análisis según el tipo de negocio, posteriormente gestionará un préstamo el cual será financiado por varios inversores, los mismos que establecerán una tasa de interés generalmente fija. Ya que el prestatario ha recibido el dinero requerido, procederá con la devolución mensual más los intereses acordados con el prestamista.

1.3.4. Crowdfunding de inversión

También conocida como *equity crowdfunding*, este modelo fue legalizado en abril del 2012 en Estados Unidos, es el tipo de *crowdfunding* que se basa en la entrega de participaciones, derechos o acciones que reciben los aportantes de acuerdo con sus aportes, cabe aclarar que en este modelo los aportantes son tratados como inversionistas; el rendimiento de los inversionistas dependerá del incremento del valor de su acción; el *equity crowdfunding* ofrece al inversor una participación en un fondo de inversión pagando, asimismo este modelo de financiamiento implica un mayor riesgo para los accionistas si es que el proyecto no se consolida y no tiene éxito. Los contratos en esta modalidad deben detallar términos específicos para una posible finalización de la relación contractual.

De acuerdo con el reporte de 2015 de *Massolution*, durante este año el 7% de las aportaciones del *crowdfunding* se realizaron bajo esta figura (*Massolution*, 2015) debido a que este modelo está sujeto a altos niveles de regulación. Cabe aclarar que *Massolution* es una firma consultora especializada en temas de *crowdsourcing* y *crowdfunding*. En la ilustración 3 se puede apreciar cómo es el proceso de funcionamiento del *equity crowdfunding*:

Ilustración 3. *Funcionamiento del crowdfunding de inversión*



Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de *Alemany & Bultó*, 2014, p.10.

1.4. Principales plataformas a nivel mundial

Las plataformas más exitosas a nivel mundial – en términos de volumen financiado – se encuentran en América del Norte, ya que según el informe anual de *Massolution*, durante 2015 en América del Norte se financió el 48% del volumen total de financiación de *crowdfunding* a nivel mundial, seguido por el continente asiático con el 29%. Además en Asia y África se presentó el mayor porcentaje de crecimiento del *crowdfunding*, durante 2015 (Massolution, 2015).

Ilustración 4. *Porcentaje de crecimiento del crowdfunding*



Adaptación: autor

Fuente: Massolution, 2015

A continuación, se presenta información acerca de las principales plataformas de *crowdfunding* de cada uno de los continentes.

1.4.1. Asia

El *crowdfunding* se encuentra más desarrollado en el Sur del continente asiático, los países con mayor crecimiento en *crowdfunding* son: China, Indonesia, Tailandia, Singapur y Malasia (Forbes, 2016).

Debido a las regulaciones existentes, el *crowdfunding* de inversión es el más desarrollado en Asia. El modelo de *crowdfunding* de inversión enfrentaba grandes retos en Asia, particularmente en China, ya que la falta de regulaciones y el poco entendimiento del modelo eran las mayores desventajas, pero durante 2015 se estableció la legislación para regular este tipo de *crowdfunding*, brindando mayor seguridad a los emprendedores y financiadores (TechCrunch, 2015).

Las grandes corporaciones asiáticas han optado por lanzar sus propias plataformas de *crowdfunding* usando estrategias para tener mayor penetración en el mercado al brindar apoyo a pequeños emprendedores o proyectos, el *crowdfunding* es un claro ejemplo de cómo en el continente asiático las ideas del oriente son replicadas y mejoradas.

Las plataformas de *crowdfunding* de Asia se diferencian de las plataformas estadounidenses ya que, en Asia, los bienes están listos para ser producidos antes de que la campaña de *crowdfunding* empiece e incluso en el caso de las películas, están rodándose antes de que se inicie la campaña. Las plataformas de *crowdfunding* afirman que los proyectos se van a desarrollar (TECHINASIA, 2014). Las grandes corporaciones asiáticas vieron la imposibilidad y falta de garantías en el cumplimiento de las recompensas ofrecidas a los patrocinadores, en las plataformas occidentales como una oportunidad para incrementar la inversión en *crowdfunding*.

Además, existen muchos proyectos de emprendedores orientales en plataformas occidentales. Las plataformas de *crowdfunding* asiáticas buscan atraer inversores occidentales para sus proyectos, pero las brechas culturales aún significan un gran problema.

En síntesis, el respaldo de grandes compañías es un factor determinante para que el proyecto llegue a desarrollarse. Además, otro factor clave para que en Asia el *crowdfunding* haya presentado 210% de crecimiento en 2015 y sea el segundo mercado más grande de *crowdfunding* en el mundo, es el alto desarrollo tecnológico que existe en el continente asiático

Principales Plataformas:

En países como Singapur, Tailandia, India, e Indonesia, las plataformas estadounidenses como *Kickstarter* e *Indiegogo* son las más populares en cuanto a *crowdfunding* de recompensa, mientras que las plataformas locales se especializan en *crowdfunding* de donación, a continuación se presentan plataformas destacadas de algunos de los países asiáticos.

SINGAPUR

Give Asia

Es una plataforma que se especializa 100% en proyectos de ayuda humanitaria, busca canalizar de manera fácil y segura la ayuda de los donadores principalmente hacia personas en Singapur, Malasia, Tailandia, Hong Kong, Filipinas, India y otros países asiáticos.

En esta plataforma se pueden encontrar campañas para: gastos médicos, educación, viajes de misiones, adopciones, desastres naturales, rescate de animales y proyectos benéficos en general (Fintech, 2017).

TAILANDIA

Weeboon

Es la primera plataforma pública de donación de Tailandia, principalmente busca conectar a las personas que necesitan ayuda social y humanitaria con los posibles donadores.

Las principales categorías en las que se encuentran las campañas son: educación, salud, emergencias médicas y ayuda a animales. La plataforma cuenta con medios de pago internacionalmente conocidos como PayPal, además de transferencias bancarias (Weeboon, 2017).

INDIA

Ketto

Es la principal plataforma de donaciones sociales de la India, fue lanzada en 2012 y tiene su base de operaciones en Mumbai. Entre las principales categorías de las campañas están: educación, salud, cuidado animal, entre otros. Entre 2013 y 2015 ha recaudado cerca de USD 928.800 (Ketto, 2017).

INDONESIA

Kopernik

Es una plataforma de Indonesia que pertenece a una organización sin fines de lucro que lleva el mismo nombre de la plataforma, su principal objetivo es canalizar ayuda para resolver problemas humanitarios. Hasta enero de 2018 ha ayudado a 479.556 personas en más 26 países (Kopernik, 2018).

MALASIA

Mystartr

Es la plataforma de *crowdfunding* más popular de Malasia, se pueden encontrar principalmente proyectos artísticos y creativos. Músicos, artistas, cineastas y diseñadores son principalmente quienes solicitan contribuciones para sus proyectos.

Desde su creación, en 2012, este sitio web ha recaudado más de USD 233.000 para el financiamiento de los proyectos creativos (Ketto, 2017).

JAPÓN

Campfire

Campfire es popularmente conocida como “el kickstarter de Japón”, es la plataforma más grande de este país, fue lanzada en 2011 y se enfoca principalmente en proyectos creativos y sociales.

Hasta enero de 2017 se habían financiado cerca de USD 2,9 millones a través de esta plataforma (Campfire, 2018).

COREA DEL SUR

Tumblebug

Es un sitio de *crowdfunding* de Corea del Sur, tiene su sede en Seúl. De acuerdo con *Crunchbase*, la plataforma ha recaudado más de USD 1,5 millones desde su creación en 2011 (Crunchbase, 2018).

En la siguiente tabla se muestran los dos proyectos más exitosos hasta enero de 2018:

Tabla 1. Principales proyectos Tumblerug

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	Aportantes	% Total requerido
Muñena Chobimochi	Muñeca de felpa inspirada en un dibujo similar a un gato popular de Corea del Sur, con características que pretenden imitar a la mascota.	\$267.754,52	4.458	2.848%
Una comida	Bolsa de comida rápida saludable, contiene una mezcla en polvo de nutrientes bajos en calorías que puede mezclarse con agua y beberse directamente en la bolsa.	\$ 14.178,96	291	502%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Tumblbug, 2018)

CHINA

Debido a que China es el país asiático donde se encuentra más desarrollado el *crowdfunding*, especialmente bajo la modalidad de recompensa, se mostrarán en esta sección las tres principales plataformas de *crowdfunding* chinas.

Zhongchou

Es uno de los sitios de *crowdfunding* más influyentes de China, en esta plataforma se publican proyectos en categorías como: tecnología, diseño, cine y música. Hasta 2014, la plataforma había financiado cerca de USD 5 millones para 2.000 proyectos, a través de 100.000 patrocinadores (Zhang, Yip, Wang, & Zhang, 2014).

Esta plataforma de *crowdfunding* cuenta con el apoyo financiero de la corporación financiera china UCF Group, lo que le ha permitido brindar confianza a los inversores y poder incursionar en nuevos nichos de mercado.

Demohour

Es la plataforma de *crowdfunding* de recompensa y donación más popular de China, fue lanzada en mayo de 2011 (Zhang et al., 2014). En septiembre de 2015, Demohour tenía más de 2.000 proyectos activos; en esta plataforma se pueden encontrar diversos proyectos en áreas como: diseño, tecnología, música, cine, juegos y servicios públicos. Sin embargo, desde el 2013 la plataforma empezó a especializarse en proyectos tecnológicos al asociarse con Xiaomi Inc y Visual China Group, dos grandes corporaciones tecnológicas, con el fin de sumar esfuerzos para el desarrollo de los proyectos tecnológicos de los emprendedores chinos.

Hasta 2014 Demohour recibió 7.000 aplicaciones, entre las cuales más de 700 proyectos fueron lanzados y más del 50% de ellos alcanzaron o excedieron su meta. Algunos proyectos alcanzaron entre USD 170.000 y 300.000 (Zhang et al., 2014). La plataforma garantiza la devolución del dinero si el proyecto no se lleva a cabo.

En la tabla 2, se muestra un resumen de los 5 proyectos más destacados de esta plataforma, en donde 4 de los 5 proyectos pertenecen a la categoría tecnología.

Tabla 2. Principales proyectos Demohour

Nombre del proyecto	Descripción	Monto recaudado	Aportantes	% Total Requerido
Smart Plug 2: Segunda generación de enchufes inteligentes	Enchufe inteligente que controla la carga automática de los equipos, permite el pleno uso de la energía y además mejora la señal de WIFI. Se puede monitorear a través de un control remoto y posee varias funciones de sincronización y una pequeña cámara de vigilancia.	\$815.898	4.485	53.975%
Magic Touch: masajeado portátil	Pequeño equipo portátil e inteligente para realizar masajes. De uso inalámbrico y ligero de transportar y cuyas funciones se pueden controlar desde una aplicación en teléfonos inteligentes.	\$523.500	2.098	34.632%
Cuptime 2: Copa de vidrio inteligente	Vaso de vidrio inteligente que puede identificar si el agua es potable a través de algoritmos y además recuerda al usuario el momento más adecuado para beber agua.	\$260.985	2.900	17.156%
Smart Plug K	Conector inteligente inalámbrico más pequeño del mundo, funciona a través de WIFI con un control remoto móvil, posee un enchufe de adaptador universal y protección de carga.	\$260.035	1.846	170.944%
Big Fish	Película de dibujos animados acerca del poder del amor adolescente y la fe.	\$240.746	3.510	131%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Demohour, 2017)

Coufenzi

Es una plataforma China, de *crowdfunding* de inversión y recompensa, cuyo principal objetivo es ayudar a las empresas emergentes o “*startups*” a conseguir financiación segura para sus proyectos. Esta plataforma pertenece a la gran corporación de comercio electrónico Jingdong Group y fue lanzada en Julio de 2014. A diciembre del 2017, a través de esta plataforma mostraba un monto de financiamiento acumulado de USD 86 millones (537.795.000 yuanes chinos) (Jingdong, 2017).

En Counfenzi se pueden encontrar varias categorías de proyectos como: tecnología, comida, electrodomésticos, diseño, entretenimiento, publicidad, bienestar público, entre otras. La diferencia entre Coufenzi y sus competidoras en China, es que presentan un completo ambiente digital para empresas emergentes, brindando herramientas electrónicas de ayuda en temas financieros, de marketing, y entrenamiento en liderazgo.

Los representantes de la compañía propietaria de esta plataforma han manifestado sus deseos de convertirse en una manera segura de encontrar financiamiento para los emprendedores y además llevarlos al éxito brindándoles una plataforma con todas las herramientas para alcanzar sus objetivos a largo plazo. En efecto, durante los primeros meses de su lanzamiento, Coufenzi financió más de USD 1,70 millones para cerca de 3.500 emprendedores (Crowdfund Insider, 2014).

Para elegir los casos de mayor éxito de esta plataforma se consideró los 5 proyectos con mayor monto recaudado, en la tabla 3 se evidencia que 4 de los 5 proyectos más exitosos están en la categoría tecnología, además todos presentan características innovadoras usando la alta tecnología para la solución de problemas comunes.

Las recompensas ofrecidas se relacionan directamente con el producto, ya que van desde cupones para sorteo o acumulación de puntos para luego canjear por el producto o partes del producto – en casos como el equipo de teatro en casa, que se puede vender por separado.

Tabla 3. Principales proyectos Coufenzi

Nombre del proyecto	Descripción	Monto recaudado	Aportantes	% Total requerido
Drone PowerEgg	Dron portátil en forma de esfera, que se despliega y se acomoda en espacios pequeños. Permite controlarse a través de un dispositivo inteligente.	\$15.300.404,13	65.237	1.011%
Auriculares inteligentes Fiil Diva	Auriculares inalámbricos con interacción de voz inteligente, cancelación de ruido y audio de calidad cinematográfica.	\$ 2.560.316,12	242.565	169%
Little bird - teatro en casa K1	Teatro en casa con amplificador de alta definición, fuente de sonido multimedia y control inteligente.	\$ 1.571.677,27	57.205	208%
Panda Hill	Utiliza fibras de los excrementos de panda gigante para fabricar pañuelos de papel.	\$ 1.528.954,25	10.701	20.176%
NFHIFI - Auriculares estrella Jun	Sistema de tres tipos de auriculares que funcionan a través de bluetooth y tienen con cubiertas reemplazables.	\$ 1.251.881,66	8.929	8.260%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Jingdong, 2017)

1.4.2. Europa

Según Forbes, el mercado Europeo de *crowdfunding* más desarrollado está en Reino Unido (Forbes, 2015).

De acuerdo con el índice alternativo de madurez financiera de *crowdfunding*, planteado por *CrowdfundingHub*, en donde se analizan 15 áreas. Los 10 países en donde el *crowdfunding* tiene mayor madurez financiera son: Reino Unido, Países Bajos, Francia, Estonia, Alemania, Austria, España, Finlandia, Suiza y Suecia. (CrowdfundingHub, 2016).

Según los tipos de *crowdfunding*:

- *Crowdfunding* de donación es el tipo más permitido en la mayoría de países europeos, siempre y cuando cumpla con regulaciones específicas.
- *Crowdfunding* de recompensa son considerados como plataformas de e-commerce de compra anticipada y es permitido en la mayoría de países europeos una vez que se haya cumplido con la legislación existente.
- *Crowdfunding* de préstamos, esta clase es la más variante en los países europeos, por ejemplo, en Bélgica está prohibido, en Francia los emprendedores no pueden participar como financiadores de proyectos únicamente entidades financieras.
- *Crowdfunding* de inversión: en los países europeos en los que este tipo de *crowdfunding* debe cumplir con regulaciones relacionadas con la seguridad de cumplimiento de las partes. Además, muchas de las plataformas de *crowdfunding* de inversión se encargan de analizar el riesgo de las compañías con la finalidad de brindar mayores herramientas de decisión para los inversionistas.

En Lituania el *crowdfunding* de préstamos y de inversión pueden operar únicamente si cuentan con una licencia otorgada por una institución crediticia. En Bélgica, aunque el *crowdfunding* de préstamos no está permitido, el gobierno ha asumido un rol activo en el lanzamiento, operación y financiación de las plataformas de otros tipos de *crowdfunding*.

En la Tabla 4 se muestra información sobre el volumen de financiación de los países europeos en donde el índice de madurez del *crowdfunding* se encuentra más desarrollado:

Tabla 4. *Crowdfunding en Europa*

País	Volumen de <i>crowdfunding</i> 2014-2015 (en millones de dólares)					Población 2015 (en millones)	Aporte por habitante
	Donación	Recompensa	Préstamos	Inversión	Total		
Reino Unido	16	57	2.430	333	2.836	64,72	43,8
Francia	10	50	165	38	264	66,62	4,0
Suecia*	0	11	141	4	157	9,70	16,2
Países Bajos	5	24	119	5	154	16,94	9,1
Alemania	-	12	80	45	137	81,69	1,7
España*	1	42	16	13	73	46,77	1,6
Austria	-	3	9	10	22	8,62	2,6
Estonia	1	2	-	0,3	3	1,32	2,4

Nota: *Información a 2014

Elaborado por: Autor

Fuente: (CrowdfundingHub, 2016)

Principales Plataformas:

Las plataformas extranjeras de *crowdfunding* más populares en Europa son *Kickstarter* e *Indiegogo*, sin embargo, existen plataformas locales de cada país que tiene gran acogida. A continuación, se presenta información de las plataformas locales de los 8 países europeos con mayor índice de madurez de *crowdfunding*.

Es importante resaltar que para la conversión de las divisas europeas a dólares americanos se utilizó el cotizador de yahoo finanzas, en donde el valor de un euro es equivalente a USD 1,23, y una libra esterlina equivale a USD 1,40 (Yahoo Finanzas, 2018).

REINO UNIDO

Crowdcube

Es una plataforma de *crowdfunding* de inversión de Reino Unido cuyo objetivo es financiar ideas emprendedoras y ayudar al crecimiento de los pequeños negocios mientras ofrecen portafolios para los inversores del Reino Unido. Además, cuentan con el respaldo de instituciones financieras altamente reconocidas como Banderton Capital, Numis y Draperespirit, quienes han invertido en los proyectos presentados en la plataforma.

Las principales industrias que se han financiado a través de esta plataforma son: Tecnología, Negocios virtuales, Alimentos y bebidas. Desde su lanzamiento en 2011 hasta enero del 2018 se han invertido USD 531.503.654,08 a través de esta plataforma para 630 proyectos contando con 489.005 inversores registrados. Para 2015 el porcentaje promedio de financiación exitosa era del 60%. Los porcentajes de financiación por etapa de negocio son: 29% para *startups*, 45% para negocios en etapas tempranas y 25% para negocios en crecimiento.

En la Tabla 5 se resumen los 3 principales proyectos financiados a través de esta plataforma. De los cuales dos son ideas para emprender el negocio y uno de los proyectos busca inversión para la expansión de sus negocios. Debido a las políticas de seguridad, únicamente los inversores registrados pueden tener acceso al porcentaje de participación ofrecido por las compañías.

Tabla 5. Principales proyectos Crowdcube

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Alcanzado
Zing Zing	Segunda campaña de <i>crowdfunding</i> para la cadena de restaurantes de comida China Zing Zing, buscan con su segunda campaña recaudar fondos para mayor expansión. La cadena de restaurantes está transformando el mercado ya que se destaca por su comida moderna y de alta calidad para la cual se utilizan ingredientes frescos y saludables, además de su modelo de negocio, en búsqueda de eliminar la mala reputación de la comida china en Reino Unido.	\$ 1.030.640,44	152%
Honcho	Aplicación móvil de subastas que busca transparentar los precios para los consumidores, inicialmente la aplicación brindará información acerca de seguros de vehículos. La aplicación genera ingresos a través de una comisión de \$1,36 a las empresas aseguradoras, lo cual no implica costos para los consumidores, al contrario que las páginas web de subastas existentes.	\$ 952.059,08	108%
Doctaly	Conocido como el Uber de los médicos generales (GP) conecta a pacientes con médicos generales para agendar citas. Debido a la escasa oferta de médicos de cabecera y al largo tiempo de espera para atención médica con estos profesionales, Doctaly ofrece una solución para los pacientes y para los médicos generales (profesión ha sufrido un gran decremento).	\$ 813.116,15	120%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Crowdcube, 2018)

FRANCIA

Kiss Kiss Bank Bank

Es una plataforma francesa de *crowdfunding*, principalmente de recompensa, tal como lo refleja su eslogan, que traducido al español significa “desata la creatividad”, las categorías de los proyectos con índices de éxito más altos están en el campo del arte: música, shows en vivo y cine. El porcentaje promedio de éxito de las campañas es del 70%. De acuerdo a las estadísticas levantadas por la plataforma, las campañas tienen 97% de posibilidades de tener éxito una vez que alcanza el 41% de su meta. Es decir si a mitad de que se cumpla el plazo de cierre de la campaña, no se ha alcanzado el 41% de la meta, existen solamente el 3% de las probabilidades de que el proyecto tenga éxito en el cumplimiento de la meta establecida (Kiss Kiss Bank Bank, 2018).

Desde su lanzamiento en 2009, se han presentado 28.621 proyectos a través de esta plataforma de los cuales 16.365 han alcanzado o superado la meta establecida, y 1.314.945 patrocinadores han participado financiando más de USD 94 millones.

La plataforma señala los siguientes proyectos como los más destacados:

Tabla 6. Principales proyectos Kiss Kiss Bank Bank

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Alcanzado
Demain	Documental independiente para generar concientización del cambio climático mostrando los proyectos sociales, económica y ecológicamente sostenibles en varias comunidades que creen que este cambio es posible.	\$534.623,39	222%
Ebdo	Periódico digital independiente y sin publicidad, fruto de la asociación de más de 50 periodistas, fotógrafos, dibujantes, novelistas y asociados. Ebdo ofrece el desarrollo de vínculos estrechos con los lectores e información confiable y de calidad sin bombardear a los lectores con publicidad.	\$492.156,93	273%
Objectif Vendée Globe 2016	Un marinero francés con más de 40 años de experiencia busca patrocinadores para participar en la competencia deportiva de embarcaciones más grande del mundo, consiste en dar la vuelta al mundo a vela en solitario, sin escalas y sin asistencia.	\$441.726,27	102%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Kiss Kiss Bank Bank, 2018)

Ulule

Es una plataforma francesa con gran presencia en Europa, cuyo principal objetivo declarado en su página web es “empoderar a creadores y emprendedores a escala”, se destaca principalmente por el servicio de asesoramiento personalizado que ofrece para los proyectos además de contar con certificaciones internacionales de comercio justo. Tiene oficinas en París, Montreal, Barcelona, Roma y Amberes. Desde su creación, en el año 2010 hasta enero de 2018, se han financiado exitosamente 20.931 proyectos a través de esta plataforma por más de USD 117 millones.

Ulele cuenta con 1.855.558 patrocinadores de proyectos alrededor de todo el mundo y la tasa de éxito de los proyectos hasta 2017 era del 65%. Entre los tipos de proyectos más exitosos, la categoría de arte es la que mayor tasa de éxito tiene (Ulule, 2018).

Los tres proyectos más destacados, de acuerdo con el monto recaudado, de esta plataforma son:

Tabla 7. Principales proyectos Ulule

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Noob video juego	Video juego basado en la serie web número uno en Francia. Debido a la popularidad de esta serie, este proyecto rompió los récords de la plataforma, recaudando \$108.000 a tan solo 4 horas de su lanzamiento.	\$ 1.484.348	1.385%
Noob la película	Noob, la serie web más popular de Francia busca financiamiento para grabar su película oficial.	\$ 810.769	1.945%
Les FDP de Tubonia	Es un proyecto para el lanzamiento de una serie de cómics populares en Francia.	\$ 621.220	3.478%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Ulule, 2018)

SUECIA

Funded by me

Es una plataforma creada en Estocolmo, Suecia. Desde su lanzamiento en 2011 hasta enero de 2018, se han financiado USD 59.343.282,96 a través de 105.196 patrocinadores en esta plataforma, además cuenta con dos oficinas en Singapur y Malasia. La plataforma se especializa en *crowdfunding* de inversión y donación (FundedByMe, 2018).

Entre los proyectos más destacados de la plataforma están:

Tabla 8. Principales proyectos *Funded by me*

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Acciones emitidas
Paradisiet	Tienda de productos naturales y orgánicos que trabaja directamente con los pequeños agricultores pagando precios justos por sus productos. A través de la campaña, Paradisiet busca expansión internacional, ya que cuenta con 3 tiendas en Estocolmo.	\$2.622.384,43	7,13%
Bcaster	Plataforma para compartir videos a nivel global, ofrece la posibilidad de controlar la distribución y monetizar las ganancias por los mismos. Además, a través de la aplicación los videos se guardan automáticamente y cuentan con espacio de almacenamiento ilimitado.	\$1.468.748,20	12,41%
Redfellas	Locales de comida rápida saludable, ofrecen comida fresca como una alternativa de alimentación en base a la filosofía de que quien se alimenta bien, se siente bien y actúa bien. Sus productos se elaboran con ingredientes orgánicos, con la campaña buscan continuar con su expansión en Europa ya que cuenta con 10 locales en todo el continente.	\$ 900.918,20	6,22%

Elaborado por: Autor

Fuente: (FundedByMe, 2018)

Toborrow

Es una plataforma sueca de *crowdfunding* de préstamos, ofrece préstamos comerciales rápidos y flexibles. La plataforma cuenta con miles de prestamistas y además ofrece tasas de interés competitivas que van entre el 5,7% al 11,9% dependiendo del sector y la empresa. La plataforma se encarga de evaluar la calificación crediticia de las empresas y el riesgo de la inversión.

Entre las compañías suecas que se han financiado a través de esta plataforma están:

Tabla 9. Principales proyectos Toborrow

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Aktiebolaget Veniversum	Constructora que busca inversión para el diseño de nuevas viviendas ubicadas en Kungsgatan, una ciudad con gran atractivo turístico. El proyecto durará 24 meses, pero el dinero se reembolsará en 8 meses a una tasa de interés del 9,5%.	\$186.330,00	222%
HG Elektronik AB	Compañía de soluciones electrónicas especialmente en relacionados con alarmas, bloqueo, seguridad y electricidad. Tiene más de 30 años en el mercado y busca financiamiento para cubrir los costos de expansión a nuevos locales y ciudades. La tasa de interés es del 10,2% y el préstamo es reembolsable a 17 meses.	\$186.330,00	235%
AB- Hogar	Inmobiliaria que busca préstamo para la adquisición de nuevos bienes raíces y para cubrir préstamos anteriores. Cuenta principalmente con bienes inmuebles como casas de campo o en bosques. El préstamo es reembolsable en 18 meses a una tasa de interés del 4,2%	\$158.380,50	166%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Toborrow, 2018)

PAÍSES BAJOS

VoorDeKunst

Su nombre se traduce al español como “para el arte”, es una plataforma de *crowdfunding* para el sector creativo neerlandés. La plataforma se dedica al *crowdfunding* de recompensa y brinda asesoramiento para el logro de los objetivos de las campañas. A través de esta plataforma se han financiado más de USD 20 millones para 2.882 proyectos a través de 170.167 donantes.

Entre los proyectos más recientes publicados en enero de 2018, los más destacados son:

Tabla 10. Principales proyectos VoorDeKunst

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Debút del pianista Caspar Vos	El pianista Caspar Vos busca financiar el lanzamiento de su primer álbum dedicado al fallecido compositor romántico Nikolai Medther.	\$15.058,50	105%
Nicolas van Poucke - Chopin VINYL	Nicolas van Poucke busca financiar la grabación de su tercer disco en vinilo, en el cual interpretará dos sonatas de Chopin.	\$12.796,07	104%
Por la libertad en la investigación y la ciencia	El filósofo Sid Lukkassen busca apoyo para publicar dos artículos extensos sobre su investigación llamada "asesinato de Spinoza", sobre la reducción de la libertad para la investigación académica.	\$ 4.344,27	111%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Voordekunst, 2018)

One planet crowd

Es una plataforma de *crowdfunding* de préstamos, que se especializa en proyectos de innovación y sostenibilidad. Esta plataforma ha contribuido al financiamiento de más de USD 30 millones para cerca de 180 proyectos, a través de 25.000 inversores.

Tabla 11. Principales proyectos One planet crowd

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Vanmoof	Bicicletas de ciudad inteligentes, se autodefinen como las bicicletas del presente. Para su elaboración se utilizan materiales reciclables, cuenta con un motor eléctrico para ayudar a pedalear y baterías de alta duración, además permite cambiar el nivel de poder del motor. Cuenta también con un sistema de bloqueo inteligente y monitoreo digital para evitar robos. Se ofrece a los inversionistas el 6% de interés a 61 meses plazo.	\$3.050.750,00	250%
Peerby	Aplicación para compartir bienes con personas cercanas. Peerby busca incentivar el consumo responsable como medida de protección para nuestro planeta y economía, evitando que se compren cosas que no van a tener un largo uso, sino que sean prestadas por alguna persona cercana al lugar en donde vive el solicitante. Existen comunidades Peerby en Países Bajos, Bélgica y en otros 20 países europeos además de ciudades americanas.	\$2.461.782,56	669%
Wakawaka	Transformador portable de energía solar en luz y que además sirve como generador de energía eléctrica para cargar celulares. Este transformador busca solventar la necesidad de más de 2 billones de personas que no cuentan con acceso a luz ni electricidad. Se han vendido más de 700.000 wakawakas y a través de la compra de los mismos el programa Share the Sun entrega wakawakas a países en extrema pobreza.	\$1.399.683,66	285%

Elaborado por: Autor

Fuente: (One planet crowd, 2018)

ALEMANIA

Start next

Es la plataforma de *crowdfunding* más grande para ideas, proyectos y startups en Alemania, también se encuentra en Austria y Suiza. Es la plataforma líder en *crowdfunding* de recompensa en Alemania, se enfoca en proyectos creativos y sustentables. Desde su lanzamiento en 2010 ha financiado más de USD 61 millones desde su creación, cuenta con 900.000 usuarios. Además, posee certificaciones de acreditación y una tasa de éxito del 55%.

Entre sus proyectos más destacados se encuentran:

Tabla 12. Principales proyectos Start next

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Universidad de Kiron	La Universidad de Kiron desea lanzar su plataforma para ofrecer acceso a la educación superior a los refugiados. La Universidad busca dar a los refugiados mejores oportunidades a través de la educación, independientemente de su situación legal en Alemania.	\$658.829,00	448%
Ein Guter Plan	Libro para planificación, diseñado por profesionales de psicología, investigadores, emprendedores sociales, profesionales de yoga, entre otros. Es un planificador para registrar citas y tareas independientes que asegura contribuir a mejorar la organización y priorización de actividades, para de esta manera reducir el estrés y aumentar sentimientos de satisfacción y felicidad.	\$233.233,94	1.268%
Original Unverpackt	Primer supermercado en prescindir de envases desechables busca fomentar las compras sostenibles y amigables con el medio ambiente. Los clientes usan sus propios contenedores y los llenan con los productos que están en dispensadores, si el cliente olvida llevar sus contenedores, se pueden pedir prestados en el supermercado o se puede usar bolsas de papel reciclado.	\$133.535,24	545%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Start next, 2018)

Companisto

Es una plataforma alemana de *crowdfunding* de inversión. Según la presentación de su página web oficial, Companisto es una comunidad de personas que buscan apoyar iniciativas emprendedoras e innovadoras a través de inversiones y obtener rendimientos con el éxito de las mismas. El principal objetivo de la plataforma es brindar alternativas a los pequeños inversores a través de mecanismos transparentes de apoyo a empresas sostenibles.

Companisto cuenta con más de 79.000 inversores registrados que han destinado más de USD 57 millones en inversiones y es la plataforma número uno de inversión en start-ups y compañías en crecimiento (Companisto, 2018).

De acuerdo con la plataforma, los tres casos de éxito más destacados son:

Tabla 13. Principales proyectos Companisto

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Acciones emitidas
Foodist	Venta de snacks y alimentos saludables en línea, cuenta con más de 350 alimentos en su página web y además tiene su propia línea de alimentos saludables. En solo tres años sus ingresos aumentaron 5.000%. En 2016 la compañía fue comprada por la corporación MDAX. Foodist ha lanzado tres campañas a través de esta plataforma, a las cuales hacen referencia el monto de recaudación y el porcentaje de acciones entregado.	\$1.839.285,00	53,00%
5 cups and some sugar	Es una compañía que vende té en línea, en la página web de la empresa se puede armar un té personalizado, cuentan con más de 50 ingredientes con certificación orgánica. Además, se puede dar nombre a la creación y elegir el envase, que es elaborado con materiales reciclados. Lanzaron su campaña de <i>crowdfunding</i> de inversión en marzo de 2012 que entregó el 45% de rendimiento a los inversores en el primer año.	\$ 367.857,00	21,43%
Doxter	Plataforma para la reservación de citas médicas creada por varios médicos alemanes. En 2012, la plataforma finalmente se lanzó tras el éxito de su campaña de <i>crowdfunding</i> y cuatro años después fue adquirida por su competidor Doctena. Actualmente y tras la fusión con su principal competidor, es la plataforma más grande para reservas de citas médicas.	\$ 122.619,00	6,25%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Companisto, 2018)

ESPAÑA

Verkami

Verkami es una plataforma de *crowdfunding* de recompensa de España que busca conectar proyectos creativos y de alta calidad con las personas para que financien la materialización de estas ideas. El índice de éxito de Verkami es del 72%, la plataforma brinda herramientas y asesoría personalizada para el lanzamiento y éxito de los proyectos. Desde su lanzamiento, en 2010, se han financiado más de USD 35 millones a través de esta plataforma que tiene más de 777.000 patrocinadores.

Entre los proyectos de mayor éxito, según el monto de financiamiento se destacan:

Tabla 14. *Principales proyectos Verkami*

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
El día después	Documental sobre el Estado que desean los catalanes, con argumentos técnicos, tenía la finalidad de fomentar el SI en la búsqueda de la independencia de Cataluña.	\$426.367,93	233%
1714, precio de la Libertad	El Miniserie de ficción producida por TV3, basada en la trilogía de Alfred Bosh. Se estrenó en septiembre de 2014.	\$279.086,72	113%
Cocoro	Ropa interior femenina elaborada con productos textiles especiales para mejorar la comodidad e higiene femenina durante los períodos.	\$209.943,40	791%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Verkami, 2018)

Lánzanos

Lanzanos es la primera plataforma de *crowdfunding* en España, en esta plataforma se publican únicamente proyectos de *crowdfunding* de recompensa. Hasta enero del 2018 se habían financiado más de USD 6 millones a través de esta plataforma que tiene un promedio de 15.000 visitas anuales y 380.000 patrocinadores registrados.

Entre los proyectos más financiados están:

Tabla 15. Principales proyectos Lánzanos

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Nachette 10 en el mundial de Superenduro	El motociclista español Nacho Hernández busca patrocinadores para su siguiente competencia, el mundial de Superenduro. El deportista ha ganado previamente títulos en competencias europeas.	\$24.317,94	106%
Hipatia, la verdad en las matemáticas	Cómic científico sobre la vida de la famosa filósofa, astrónoma y matemática griega, Hipatia de Alejandría.	\$ 7.286,15	108%
Sumi, agenda solidaria	Agenda que a través de la regla de 21 días, propone 12 retos, por cada mes del año, para ayudar a cuidar del medio ambiente y de la salud del usuario. El papel con el que es elaborada la agenda es reciclado y cuenta con certificados de protección ambiental.	\$2.826,52	164%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Lanzanos, 2018)

AUSTRIA

Conda

La misión declarada en el sitio web de esta plataforma austriaca de *crowdfunding* de préstamo es “conectar emprendedores con inversores y crear juntos las bases para negocios prometedores” (CONDA, 2018). Conda busca principalmente jóvenes emprendedores con ideas innovadoras. Esta plataforma cuenta con varias certificaciones internacionales otorgadas por instituciones financieras para garantizar la seguridad de las inversiones. Entre las campañas recientes con mayor recaudación están:

Tabla 16. Principales proyectos Conda

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Greenstorm	Greenstorm fomenta un concepto innovador de alquiler de e-mobility. Tienen convenios con hoteles de Europa quienes entregan a Greenstorm vouchers para el uso de las habitaciones que permanecen vacías en temporadas bajas, Greenstorm ofrece a cambio el alquiler gratuito de vehículos y bicicletas eléctricas, con su estación de recarga para que los huéspedes de los hoteles las usen. Los convenios duran 2 años y al finalizar este período, Greenstorm vende las bicicletas usadas y las reemplaza por nuevos modelos. Greenstorm es el proveedor más grande de bicicletas eléctricas usadas de Europa. La compañía ofrece el 6% de interés anual durante 5 años a los prestamistas.	\$802.757	652%
LCT- Light and concrete technology	LCT es una compañía que ha desarrollado y patentado un método único para fabricar hormigón translúcido, un producto generalmente caro y de difícil acceso. Para la elaboración se utiliza tecnología de luz LED, hormigón y plástico. El producto reduce el consumo de energía. La inversión es de 5 años a una tasa de interés mínima está entre 4,5% y 5%.	\$806.082	655%
ContentExchange	ContentExchange es una plataforma sofisticada que fue diseñada específicamente para promocionar y publicitar sitios web a través de una amplia red de marketing de contenidos. Con un algoritmo de coincidencia muy desarrollado, presenta a los visitantes solo contenido que tiene una alta relevancia para ellos y, por lo tanto, cambia la forma en que las empresas se comunican con su público objetivo en línea. La inversión es a 5 años plazo con tasa de interés del 4,5% al 5,5% anual.	\$378.717	615%

Elaborado por: Autor

Fuente: (CONDA, 2018)

Green Rocket

Es la primera plataforma europea de *crowdfunding* de préstamos, que se especializa en compañías sostenibles - que utilizan energía renovable, protegen al medio ambiente y a la salud y bienestar de la sociedad. En Green Rocket se pueden encontrar desde compañías nuevas hasta grandes empresas ya establecidas en el mercado. La plataforma brinda la oportunidad de que cualquier persona se pueda convertir en inversionista y se encargue de administrar su cartera de inversiones.

Desde septiembre del 2015 hasta enero del 2018 había 17.610 prestamistas registrados que han financiado más de USD 25 millones con un promedio de inversión de USD 1.541. Además, USD 1.367.742 ya se han pagado del capital invertido. Entre las compañías con mayores montos de recaudación están:

Tabla 17. Principales proyectos Green Rocket

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Hanfgarten	Hanfgarten produce y comercializa productos seleccionados de cannabis, cuenta con asociaciones de conocimiento internacional y varias hectáreas de superficies de invernadero de vanguardia para el cultivo de cannabis medicinal. En la campaña se ofrece el 1% de interés anual a 10 años plazo.	1.177.860	1.274%
GW Energy	GW group es uno de los mayores operadores de sistemas fotovoltaicos de Austria, con alrededor de 120 instalaciones. GW arrienda sistemas fotovoltaicos que son instalados en los techos de clientes privados y comerciales para que así puedan generar energía renovable y reducir sus costos. A través de la campaña buscan incrementar su participación en el mercado europeo. La tasa de interés ofrecida es del 4% anual a 8 años plazo.	\$ 789.286	640%
FLECKS Steiererbier - "Más que cerveza"	Es la cervecería artesanal más moderna y grande de Austria, distribuye su cerveza a varios países del mundo. En esta empresa familiar, la sostenibilidad juega un papel importante, ya que la electricidad, calor y refrigeración provienen de fuentes de energías renovables por lo que ha sido certificada como orgánica. Buscan extender su participación de mercado mediante la campaña, ofrecen el 5% de interés fijo más intereses anuales a 5 años plazo.	\$ 677.710	733%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Green Rocket, 2018)

ESTONIA

Hooandja

Es una plataforma estonia de *crowdfunding* de recompensa que brinda la oportunidad de encontrar el financiamiento para proyectos creativos. Desde su lanzamiento en 2012, ha recaudado más de USD 3 millones para los proyectos, 790 de los cuales han alcanzado la meta establecida y 78.444 personas han participado en la financiación de proyectos.

Entre los proyectos que han alcanzado exitosamente su meta, se encuentran:

Tabla 18. Principales plataformas Hooandja

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Edición "principito"	Versión exclusiva del famoso libro "El principito" de Antonie de Saint-Exupéry, elaborada y encuadrada a mano. La imprenta usa máquinas antiguas, para aquellos que aprecian las creaciones atemporales y limitadas.	\$21.541	290%
Estonia a través de 100 ojos	Libro de la historia visual Estónica, hablada por 100 estonios de diferentes edades, busca contribuir a la conservación de la cultura, política, arte, música y la agricultura de Estonia.	\$14.461	130%
Nosotros los gitanos	Libro fotográfico que captura la vida de los romaníes estonios, una comunidad gitana, el libro muestra las actividades cotidianas de la comunidad, su cultura y creencias. En Estonia existen muchos estereotipos y opiniones negativas sobre esta comunidad, por lo que el libro busca mostrar la realidad de este pueblo, que se destaca principalmente por la investigación científica que realizan.	\$ 7.355	103%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Hooandja, 2018)

Fundwise

Es una plataforma de *crowdfunding* de inversión, fue lanzada en 2015. Fundwise es un punto de encuentro entre emprendedores e inversores en donde los emprendedores obtienen capital convirtiendo a sus clientes en accionistas, mientras que los inversores pueden ser parte del éxito de las compañías desde sus primeras etapas.

Hasta enero del 2018 contaba con 15.905 inversionistas registrados y había financiado más de USD 1 millón. El índice de éxito de la plataforma es del 72%.

Entre las compañías que han alcanzado los mayores montos de inversión a través de esta plataforma están:

Tabla 19. Principales plataformas Fundwise

Compañía	Descripción	Monto recaudado	Acciones ofrecidas
Belief Energy Water	Fábrica de bebidas energéticas elaboradas con agua, como una alternativa saludable al consumo de café y bebidas energéticas. Es la primera empresa de agua energética en Europa, ayuda a disminuir el cansancio e incrementar la energía del organismo de una manera saludable. Con la campaña buscan exportar sus productos a otros países europeos.	\$153.039	Del 2,99% al 12,58%
Peenjoogivabrik Nudist	Fábrica de bebidas artesanales de Tallin, utiliza materias primas sin procesar y no usa azúcar. Producen bebidas como sidras naturales, además son los únicos productores de agua tónica en Estonia y su primer vino espumoso de ruibarbo vendió más de 2.500 unidades en su primera semana de lanzamiento. Con la campaña buscan incrementar su capacidad de producción para así reducir costos.	\$134.464	Del 3,85% al 12,79%
Marmara Sterling	Es la marca de joyería más grande de Estonia, con la campaña buscan continuar su expansión por Europa. Durante el primer mes de la campaña lograron aumentar a 100 sus 80 puntos de venta alrededor de 7 países europeos. Además, lanzarán una nueva colección para segmentos de mayores ingresos para cubrir mayor parte del mercado.	\$122.296	Del 3,45% al 12,50%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Fundwise, 2018)

1.4.3. América

En el continente americano las plataformas que en términos de volumen financiado más éxito han conseguido son las que pertenecen a América del Norte. Según el informe anual de *Massolution*, en el año 2015 se financió USD 17,25.000 millones solamente en el Norte del continente americano, es decir el 48% del volumen total de financiación del *crowdfunding* a nivel mundial (Massolution, 2015).

El país de Estados Unidos es el que más plataformas *crowdfunding* posee en el mundo, contando con un total de 344 plataformas, siendo el mayor representante de este modelo de financiamiento, el país americano que le sigue es Canadá, mismo que posee 34 plataformas en su haber, se puede evidenciar una notoria diferencia entre uno y otro país, poniendo en evidencia el dominio económico del mencionado inicialmente (The World Bank, 2013).

Según un estudio realizado por la Escuela de Negocios de la Universidad de Cambridge en conjunto con la Escuela de Negocios de la Universidad de Chicago señalan que, Latino América y el Caribe alcanzaron en el 2016 un financiamiento total de USD 324 millones, evidenciando el potencial que posee esta región del continente (The World Bank, 2017).

ESTADOS UNIDOS

Kickstarter

Se comenzará por analizar la plataforma estadounidense *Kickstarter*, es una plataforma de recompensas o *reward crowdfunding*, tuvo sus inicios un 28 de abril del año 2009, fecha en la cual fue fundada por un grupo de amigos llamados: Perry Chen, Charles Adler y Yancey Strickler. Todo comenzó en Nueva Orleans en 2001 cuando Chen notó la necesidad de un sitio web en el cual las personas pudieran participar de los proyectos, pudiendo comprar entradas para conciertos, pero procurando que los potenciales participantes no pierdan su dinero si es que el proyecto no se llegara a realizar, esa fue la idea que en aquel entonces le llevó al actual presidente y creador de *Kickstarter* a plasmar su idea y permitir que el proyecto cobre vida.

Desde el 28 de abril de 2009 hasta la fecha, *Kickstarter* ha contribuido con USD 3,4000 millones a la realización de 138,101 proyectos, a través de las contribuciones de 14 millones de personas, marcando un índice de éxito del 35,91% (Kickstarter, 2017).

La plataforma posee amplio número de proyectos exitosos que han sabido destacarse no solamente dentro de lo que conforma *Kickstarter*, sino también a nivel mundial lo que le ha permitido ser catalogada como la plataforma de *crowdfunding* más representativa a nivel mundial.

Tabla 20. Principales proyectos *Kickstarter*

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Pebble Time – Awesome Smartwatch</i>	<i>Pebble time</i> es un reloj inteligente, con pantalla de tinta electrónica a color, que viene integrado principalmente con una batería de duración máxima de 7 días, resistencia al agua (30 metros), acelerómetro, giróscopo, luz ambiente, brújula entre otras herramientas. Se conecta mediante bluetooth a un teléfono, permitiendo al reloj mostrar notificaciones e interactuar directamente con el celular.	\$20.338.986	4.068%
<i>Coollest Cooler</i>	<i>Coollest cooler</i> es una nevera innovadora, pues tiene lo necesario para un picnic pues tiene integrados varios servicios adicionales como por ejemplo un altavoz con conexión bluetooth, resistencia al agua, un puerto USB que sirve como cargador, tiene incluida una licuadora que a si vez sirve como trituradora además de todo esto posee una iluminación LED para el interior de la nevera, un abridor de botellas y un compartimiento para platos y cubiertos.	\$13.285.226	26.570%
<i>Pebble 2, Time 2</i>	<i>Pebble 2 time 2</i> se diferencia de la primera versión del mismo, en que está elaborado con acero inoxidable, además tiene incorporado un sensor de ritmo cardíaco, GPS y un micrófono.	\$12.779.843	1.278%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Kickstarter, 2017)

Indiegogo

Indiegogo también es una plataforma norteamericana, se dedica al modelo de recompensas o también conocida como *reward crowdfunding*. Se lanzó en enero del año 2008 por su creador Slava Rubin, el cuál buscaba potenciar a cualquier persona que ansiaba plasmar su idea empresarial, debido a que no contaban con las herramientas adecuadas ni el financiamiento necesario para su visión (Schawbel, 2012).

El éxito de *Indiegogo* ha sido considerable ya que junto con *Kickstarter* son las dos plataformas más populares y exitosas del mundo. Pero a diferencia de *Kickstarter* que maneja un modelo de financiamiento de “todo o nada”, *Indiegogo* maneja dos tipos de financiamiento “consérvalo todo” y “todo o nada”. Desde su fundación en el año 2008 ha contribuido con USD 1.000 millones para la ejecución de 275,000 proyectos por medio de aportaciones de 11 millones de personas (Indiegogo, 2017). En el 2016, Pascal indica que el índice de éxito de *Indiegogo* es del 9,8%, considerablemente menor al registrado por *Kickstarter*.

Tabla 21. Principales proyectos *Indiegogo*

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Flow Hive: Honey on Tap Directly From Your Beehive</i>	Este proyecto permite obtener miel desde la colmena, por medio de un panal artificial evitando así correr el riesgo existente al momento de extraer la miel. Este sistema funciona con una llave que al girarse extrae la miel sin necesidad de vestir trajes especiales para evitar picaduras.	\$13.289.097	17.380%
<i>BauBax - World's Best Travel Jacket</i>	Es una chaqueta considerada como la <i>Swiss Army</i> de las casacas, ya que se enfoca en el nicho de personas dedicadas a viajar, ofreciendo entre su pluralidad, compartimientos para el móvil, gafas, tablet. Otra de las innovaciones es que sus mangas se transforman en guantes, cuentan con almohadas para el cuello, un cargador de baterías, entre otros servicios.	\$11.609.614	45.960%
<i>The Everyday Backpack, Tote, and Sling</i>	Es una mochila principalmente dirigida a fotógrafos, cuenta con varios compartimientos ajustables y protectores para poder guardar cuidadosamente una, laptop, tablet, cámaras fotográficas. Pero en sus usos también sirven para ir de campamento ya que tiene accesorios multiusos que proveen una amplia capacidad para guardar diferentes objetos.	\$7.232.484	1.313%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Indiegogo, 2017)

BRASIL

Catarse

Esta plataforma de recompensas o también conocido como *reward crowdfunding*, comenzó sus actividades a inicios del año 2011 en el mes de enero. Catarse tiene recaudado un total de USD 20.6 millones desde el 2011, el monto recaudado únicamente en el año 2016 representa el 25% del total recaudado desde sus inicios, es decir, únicamente en este año mencionado recaudó USD 16 millones.

Tabla 22. Principales proyectos Catarse

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Alcanzado
Jornada por la Democracia - Todos por Dilma	Este proyecto busca proveer de los recursos necesarios a la ex primera mandataria de Brasil Dilma Rousseff, para continuar con la resistencia de su mandato y mantener la democracia brasileña, es necesario estos fondos ya que se utilizarán como recursos para sus viajes para reuniones con parlamentarios, representantes de instituciones y movimientos sociales.	\$255.736	158%
Mola Kit de Estructuras 2	Mola Kit de Estructuras 2 fue lanzada debido al gran éxito que obtuvieron con la anterior versión. Mola tiene como objetivo ser un modelo visual y perceptible, para poder demostrar el comportamiento estructural arquitectónico, ya que es un conocimiento elemental para todo ingeniero y arquitecto. Además, opera como un simulador real.	\$226.118	200%
Mola Kit de Estructuras	Mola Kit de Estructuras tiene como objetivo ser un modelo visual y perceptible, para poder demostrar el comportamiento estructural arquitectónico, ya que es un conocimiento elemental para todo ingeniero y arquitecto. Además, opera como un simulador real.	\$194.729	1.206%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Catarse, 2017)

Vakinha

Es una plataforma brasileña de *crowdfunding* de recompensas, fue fundada a inicios del año 2009, desde enero de 2018 había recaudado un total de USD 18.7 millones para proyectos sociales, culturales, etc. En el año 2016 Vakinha recaudó un total de USD 6 millones.

Tabla 23. Principales proyectos Vakinha

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Alcanzado
Ayuda a Gigi	Geovanna es una niña con el síndrome de morsier, el mismo que ocasiona la mala formación del nervio óptico. Su abuela quiere cumplir el sueño de su nieta, que es poder ver la luz del día por primera vez. El proyecto es para el tratamiento mediante células madre en una clínica de Tailandia, ya que estos métodos no están autorizados en Brasil.	\$136.263	1.424%
Lucas necesita de usted para vencer el cáncer	Lucas trata de superar un tumor en medio del cerebro, tiene un hijo de 5 años y una esposa, debido a no contar con un seguro de salud necesita la ayuda del <i>crowdfunding</i> para conseguir su tratamiento.	\$51.686	160%
Reparando Injusticias	Debido a una injusticia realizada contra un chofer de taxi de Uber, solamente porque su automóvil era de color negro. Se necesita la ayuda para poder reparar esta injusticia, es decir, reparar el automóvil de una persona trabajadora y responsable.	\$5.571	173%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Vakinha, 2017)

CHILE

Broota

Es una plataforma de *crowdfunding* de inversión, conocida también como *equity-based crowdfunding*, manejan el concepto de que la interrelación entre inversionistas y emprendedores desemboca en la generación de *Smart Money*. La finalidad de Broota es dinamizar la inversión de capital de riesgo por medio de la práctica del emprendimiento, permitiendo una apertura a mercados mundiales. Hasta enero 2018, llevaba financiados alrededor de USD 5 millones.

Tabla 24. Principales proyectos Broota

Compañía	Descripción	Monto recaudado	Acciones ofrecidas
Cubiertos de madera	Consiste en la implementación de cubiertos desechables de madera, planteándose reemplazar el plástico desechable. Cubiertos de madera se caracterizan por ser un producto elaborado en su totalidad con materiales compostables, es decir, que son biodegradables en menos de 1 año, están orientados hacia la industria alimenticia ya que los desechos plásticos representan un gran problema ambiental en cuanto a contaminación. Por esta razón la empresa decidió ceder el 14% en participaciones de la empresa por medio de acciones a cambio de aportes de capital.	\$436.240	14,00%
Weeshing	Weeshing es un sitio enfocado al <i>crowdfunding</i> de conciertos su finalidad es que los fans de la música se involucren y tengan el conocimiento del proceso de traer artistas. Es por eso que han creado un innovador modelo que les permita a los fans invertir en sus artistas favoritos, permitiéndole a los fans obtener rentabilidades según la cantidad de entradas vendidas. Este modelo permite apalancar el riesgo a los productores además de repartir las utilidades del negocio. La inversión es de 2 años a una tasa de interés del 10% anual.	\$406.999	8,30%
Khipu	Khipu es un nuevo método de pago para las transferencias electrónicas en Chile, buscando agilizar el tiempo en que se concilian las ventas, disminuir los costos de recaudación ampliando el número de personas que pueden pagar por medio de la app y sirviendo como plan de contingencia para pagos que presenten dificultades. En cuanto a los aportes de capital, la empresa cede el 4% de participaciones por medio de acciones a cambio de capital.	\$328.000	4,00%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Broota, 2018)

Cumplo

Esta plataforma se dedica al *crowdfunding* de préstamos, en su descripción resaltan que son una empresa *fintech*, es decir, utilizan tic's para brindar servicios financieros a un menor costo. Su principal motivación es poder brindar a la PyMEs tasas de retorno atractivas a la vez que invierten sus ahorros a una tasa adecuada. Hasta inicios del 2018 Cumplo contaba con 4.149 inversionistas activos y 1.096 empresas registradas, así mismo el financiamiento total ronda los USD 160 millones (Cumplo, 2018).

Tabla 25. Principales proyectos Cumplo

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
MCS Chile Limitada	MCS Chile Limitada es una empresa chilena de ingeniería eléctrica que se especializa en el manejo integral de proyectos. El crédito solicitado tiene como finalidad prorrogar el crédito que tenían con Itelecom, la cual es una empresa de capitales que comercializa productos y servicios tecnológicos de vanguardia. En efecto el crédito está conformado por una tasa de interés ofrecida es del 15% con un plazo de 21 días.	\$112.668	100%
Hurtado Bombeo de Hormigón	Esta compañía ofrece el servicio de solución de bombes especiales de hormigón, generalmente realizan visitas técnicas para definir los equipos que se necesitan en aquellas obras de alta complejidad. El crédito solicitado tiene como objetivo adquirir un camión con bomba de hormigón desde Europa y así efectuar un contrato de dos años con División Andina de Codelco, para lo cual la empresa ofrece una tasa de interés del 15% a 3 años plazo.	\$100.696	100%
Disold Ltda	Disold es una sociedad comercial que se dedica a la venta de materiales de construcción, se enfocan especialmente en abastecer a las grandes empresas constructoras cuando poseen pedidos de urgencia. El crédito solicitado posee una tasa de interés del 13% con un plazo de 60 días.	\$70.520	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Cumplo, 2018)

ARGENTINA

Crowdium

Es la primera compañía argentina de *crowdfunding* de inversión dedicada al sector inmobiliario, permitiendo a los inversores pequeños invertir su dinero en un mercado inmobiliario en el cual son muy limitadas o casi nulas las oportunidades. Este modelo permite generar rentabilidad o también una revaluación del inmueble. Crowdium ha permitido invertir en el mercado inmobiliario un total de USD 1,7000 millones. Además, ha obtenido varios galardones como el: Primer puesto en el “*Challenge Red Innova*” en la categoría “*Fintech*” en el año 2016. Dentro del top 100 mundial en el “*South Summit by Spain Startup*” en la categoría “Mejores *Startup* del mundo” en el año 2016 y por último el primer puesto en el “*Startup Games*” en la categoría “*Mayor Company Value*” en el año 2017.

Tabla 26. Principales proyectos Crowdium

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Estancia Villa María	Estancia Villa María es un emprendimiento inmobiliario ubicado al sur de Buenos Aires, cuenta con alrededor de 650 hectáreas y servicios como un Club de alto rendimiento de tenis, un campo de golf y campo para ecuestre profesional. El proyecto entregará una rentabilidad del 25-35% a un plazo de 2 años.	\$24.342.500	100%
Altos de Añelo 2	Altos de Añelo 1 es un proyecto de departamentos con la finalidad de alojar a operarios y ejecutivos de la industria petrolífera en el área de Añelo. Cabe mencionar que la oferta inmobiliaria en la zona es muy escasa siendo la demanda con creces mayor. El inquilino pagará USD 26 por metro cuadrado. Rentabilidad del 25-35% a un plazo de 2 años.	\$1.872.500	100%
Altos de Añelo 1	Altos de Añelo 1 es un proyecto de departamentos con la finalidad de alojar a operarios y ejecutivos de la industria petrolífera en el área de Añelo. Cabe mencionar que la oferta inmobiliaria en la zona es muy escasa siendo la demanda con creces mayor. El inquilino pagará USD 25 por metro cuadrado. Rentabilidad del 25-35% a un plazo de 2 años.	\$1.070.000	100%

Elaborado por: Autor

Fuente:(Crowdium, 2018)

Afluenta

Es una plataforma *crowdfunding* de préstamos ya sean entre personas o P2P, es decir préstamos entre particulares, una modalidad en la que las empresas pueden conseguir créditos. Se encargan de ofrecer menos requisitos para poder conseguir un préstamo en comparación con las entidades financieras. Mientras tanto los inversores obtienen un mayor beneficio con respecto a sus ahorros. Afluenta ha facilitado el acceso de financiación un total de 11.000 préstamos, representando un monto total de USD 24 millones.

Tabla 27. Principales proyectos Afluenta

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
Automóvil	El crédito consiste en la compra de un vehículo, para que el solicitante pueda ejercer sus actividades profesionales independientes. Para lo cual se ha ofrecido en la campaña una tasa del 35,47% anual a un plazo de 2 años.	\$25.627	100%
Vivienda	Con la finalidad de restaurar su vivienda, se solicita este crédito, el mismo que se encargará de cubrir con los costos de materiales y mano de obra. Para este crédito se estableció un plazo de 2 años y una tasa del 38% anual.	\$23.230	100%
Vivienda	Este crédito se propone iniciar la construcción de una vivienda, contando ya con los planos aprobados, y permisos necesarios. Con el crédito se plantea culminar la obra en 10 meses, para lo cual se ha fijado un crédito 2 años plazo con una tasa del 33,47% anual.	\$22.791	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Afluenta, 2018)

1.4.4. Oceanía

El *crowdfunding* fue introducido en la legislación Australiana el 29 de septiembre de 2017 como una nueva forma en la que emprendedores y pequeñas empresas pueden conseguir financiamiento desde el público para llevar a cabo sus proyectos (Business Victoria, 2018).

En Nueva Zelanda, el *crowdfunding* se legalizó en 2014 (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017).

AUSTRALIA

Enable Funding

Es un sitio web de *crowdfunding* de inversión, fue lanzado en 2007. Brinda apoyo a las compañías para conseguir financiamiento, innovarse y crecer. Además, ofrece a compañías e individuos la oportunidad para invertir sus recursos al mínimo riesgo posible. Hasta enero de 2018 se habían financiado \$114.937.894,95 para 176 compañías a través de esta plataforma, mediante el aporte de 30.171 participantes.

Tabla 28. Principales proyectos Enable Funding

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Plus Daily Ltd</i>	Es una compañía dedicada al cuidado de la salud que desarrolló un nuevo concepto farmacéutico para incrementar los índices de ingesta de vitaminas. Ofrece una dosis líquida de ingredientes activos que son aptos para ser ingeridos, no contiene aditivos ni alteraciones en el sabor o aroma.	\$1.224.903	98%
<i>Aware Environmental Ltd</i>	Compañía dedicada a la búsqueda, desarrollo, producción y promoción de productos “verdes limpios” elaborados en base a enzimas para uso doméstico incluyendo ambientadores, productos para el cuidado de la piel y el cabello y limpieza en general.	\$509.999	78%
<i>OneBlip Pty Ltd</i>	Es una plataforma virtual para compartir vehículos. Funciona a través de una aplicación móvil en donde se puede buscar, desbloquear y usar vehículos cercanos registrados en la comunidad virtual. Los dueños de los vehículos reciben un pago por el arrendamiento del vehículo.	\$446.000	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Enable Funding, 2018)

Pozible

Es una plataforma de *crowdfunding* de recompensa para que los creadores de proyectos conecten sus ideas con el público. A cambio, los creadores ofrecen recompensas a las personas que colaboren en sus proyectos. Tiene un índice de éxito del 57%, a través de esta plataforma se han financiado más de USD 46 millones para 14.155 proyectos.

Entre los proyectos con mayor cantidad de dinero recaudado están:

Tabla 29. *Principales proyectos Pozible*

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Saving the Quirky, Quizzical Quoll</i>	La organización Aussie Ark busca combatir la extinción de los quoles en Australia, este tipo de mamíferos marsupiales dasiurómorfos contribuye al equilibrio del medio ambiente y su cuidado es muy importante.	\$60,725.53	104%
<i>Ellie and Abbie - Feature Film</i>	Mónica Sanetti busca financiamiento para la filmación de una comedia romántica escrita y dirigida por ella.	\$32.082,43	103%
<i>Breastfeeding Exhibition + Book</i>	La campaña busca financiar la exhibición de retratos sobre la lactancia materna, además de la creación de un libro fotográfico sobre el mismo tema.	\$11,375.81	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Pozible, 2018)

NUEVA ZELANDA

Pledge me

Es una plataforma que se dedica a varios tipos de *crowdfunding*: recompensa, inversión y préstamo. Por medio de esta plataforma se han financiado exitosamente 1.240 proyectos y 24 empresas. El monto de dinero recaudado por esta plataforma hasta 2018 es de \$18.179.277,43 a través de 93.796 participantes. La tasa de éxito de la plataforma es del 51,5%.

Crowdfunding de recompensa

Tabla 30. Principales proyectos, PledgeMe, recompensas

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Back The Bull</i>	La gente de Christchursh busca financiar el regreso de la obra del artista neozelandés Michael Parekowhai. La obra del artista son dos toros sobre dos pianos de cobre, a pesar de que tan solo permanecieron 30 días en la ciudad, se convirtieron en el símbolo de resistencia y fortaleza de las personas de Chrustchursh tras el fuerte terremoto que sufrieron en 2011.	\$206.210	103%
<i>Super Power Baby Project</i>	Es un proyecto para crear un nuevo lenguaje para hablar sobre las discapacidades. Sam y Rachel buscan crear un libro sobre niños con súper poderes; a través del libro buscan cambiar la forma en la que las personas ven a los niños con “discapacidad” para verlos como niños con “diferentes habilidades”	\$85.288	121%
<i>Hold Your Breath - a short film</i>	Un grupo de amigos cineastas busca financiamiento para filmar su cortometraje acerca de “quedarse sin tiempo”. El proyecto fue lanzado para alcanzar \$11.000 en tres días.	\$11.205	102%

Elaborado por: Autor

Fuente: (PledgeMe, 2018)

Crowdfunding de inversión

Tabla 31. Principales proyectos, PledgeMe, inversión

Compañía	Descripción	Monto recaudado	Valor de acciones/ dividendo ofrecido
<i>Yeastie Boys</i>	Compañía Británica fabricante de cerveza que se diferencia por su estilo. Buscan vender acciones de la empresa para invertir en dinero en planes de expansión y a su vez brindar a amantes de la cerveza la oportunidad de ser parte de la empresa. La campaña alcanzó \$500.000 en menos de 30 minutos.	\$503.519	\$1 por acción/ 12.5% dividendos
<i>Sorbet (Ethique)</i>	Empresa dedicada a la fabricación de cosméticos saludables y sustentables. Inicialmente los productos se elaboraban desde una cocina, pero tras su éxito cuenta con su propio laboratorio. Busca inversiones para el desarrollo de nuevos productos, muchos de los cuales nacieron de ideas de los clientes.	\$201.150	\$1 por acción/ 16% de dividendos
<i>Parent Interviews</i>	<i>Parent Interviews</i> es un sistema de gestión de eventos en línea para escuelas, diseñado para eliminar la molestia de organizar entrevistas entre padres y maestros, reservas uniformes y otros eventos escolares. La empresa busca inversiones para financiar sus planes de crecimiento.	\$52.100	\$5 por acción/ 4,8% dividendos

Elaborado por: Autor

Fuente: (PledgeMe, 2018)

Crowdfunding de préstamos

Tabla 32. Principales proyectos, PledgeMe, préstamos

Compañía	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Eat My Lunch</i>	Es una empresa social que se dedica a la venta de almuerzos y está situada en Auckland. Posee un modelo de negocio particular “ <i>by one, give one</i> ”. Con cada compra se entrega un almuerzo a un niño de Nueva Zelanda que vive en extrema pobreza. Con la campaña buscan abrir un nuevo local Wellington. Ofrecen una mezcla de recompensas sociales y monetarias. La tasa de interés ofrecida es del 6% semestral durante 5 años.	\$817.601	164%
<i>Denheath</i>	<i>Denheath Corporation Limited</i> es una empresa que se dedica a la producción industrial de postres tradicionales de Nueva Zelanda. Con la campaña buscan abrir una fábrica en Timaru, aumentar sus exportaciones fomentando el crecimiento del empleo local. Ofrecen la tasa del 8% de interés cuatrimestral durante 5 años.	\$379.001	126%

Elaborado por: Autor

Fuente: (PledgeMe, 2018)

1.4.5. África

En el continente africano las plataformas más utilizadas son las de origen extranjero, tales como *Indiegogo* y *Kickstarter*. En países del este, como Kenya y Uganda, las plataformas de *crowdfunding* de donación son las más populares; mientras que en Sudáfrica el *crowdfunding* de recompensa es el más usado.

El *crowdfunding* se encuentra en etapas tempranas de desarrollo en África, el *crowdfunding* de donación es el de mayor actividad. Entre 2013 y 2015 se alcanzaron cerca de USD 90 millones a través de plataformas de *crowdfunding* del Este de África (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017).

Debido al desarrollo local, los países en los que se abordará el *crowdfunding* son Kenya, Uganda y Sudáfrica.

KENYA

Durante 2015, se financiaron USD 22 millones a través de plataformas de *crowdfunding*. Las plataformas de tipo donación ocupan dos tercios del mercado de *crowdfunding* en este país (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017).

M-Changa

Es una plataforma de *crowdfunding* de donación. Entre los proyectos destacados de la plataforma se encuentra: financiamiento para tratamientos de cáncer, becas de estudio para niños pobres, construcción de iglesias, entre otros (M-Changa, 2018).

UGANDA

En el año 2015, se invirtieron USD 7.5 millones a través de plataformas de *crowdfunding*. El 85% del monto se invirtió a través del *crowdfunding* de donación principalmente por medio de plataformas de países desarrollados, como la plataforma Kiva (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017).

Akaboo

Es la plataforma local de *crowdfunding* de donación más conocida de Uganda, dentro de las categorías de campañas de esta plataforma se encuentran: campañas personales, campañas sociales y campañas médicas. Por medio de esta plataforma se han financiado proyectos relacionados a la educación y salud de niños pobres de Uganda, además de proyectos para promover el desarrollo comunitario (Akaboo, 2018).

SUDÁFRICA

En 2015 se recaudaron USD 10.4 millones a través de plataformas de *crowdfunding* en Sudáfrica. Al contrario de los países del este de África, en Sudáfrica las principales plataformas son las de recompensa, que representan el 34% del total de las plataformas (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017).

Thundafund

Es una plataforma de recompensa para ideas creativas e innovadoras. A través de esta plataforma se han financiado USD 1.522.381 para 342 proyectos a través de 15.992 inversores.

Tabla 33. Principales proyectos Thundafund

Proyecto	Descripción	Monto recaudado	% Total requerido
<i>Sugarbird Gin</i>	Bebida artesanal de ginebra de alta calidad que captura la esencia de la flora en Sudáfrica. La bebida busca promover la cultural sudafricana alrededor del mundo.	\$90.788	144%
<i>Fokof Crowdfunding</i>	<i>Fokopolisiekar</i> es un grupo musical de punk que a través de la campaña busca financiamiento para el lanzamiento de su nuevo álbum.	\$90.372	216%
<i>The Labia Theatre: "Digital Gold"</i>	El objetivo del proyecto es la remodelación del teatro "El Labia", un teatro de más de 65 años en el cual se pretende implementar mejoras tecnológicas.	\$46.440	28%

Elaborado por: Autor

Fuente: (Thundafund, 2018)

1.4.6. Resumen

Tabla 34. Resumen de las principales plataformas por continente

País	Plataforma	Año de lanzamiento	Años de antigüedad	Total monto recaudado (USD hasta 2018)	Tipo de crowdfunding
ÁFRICA					
Sudáfrica	Thundafund	2013	5	1.522.381	Recompensa
Promedio antigüedad/ Suma monto			5	1.522.381	
AMÉRICA					
Estados Unidos	Kickstarter	2009	9	3.400.000.000	Recompensa
Estados Unidos	Indiegogo	2008	10	1.000.000.000	Recompensa
Chile	Cumplo	2011	7	160.000.000	Préstamos
Argentina	Afluenta	2012	6	24.000.000	Préstamos
Brasil	Catarse	2011	7	20.600.000	Recompensa
Brasil	Vakinha	2009	9	18.700.000	Recompensa
Chile	Broota	2013	5	5.000.000	Inversión
Promedio antigüedad/ Suma monto			8	4.628.300.000	
ASIA					
China	Coufenzi	2014	4	86.000.000	Recompensa - Inversión
China	Zhongchou	2014	4	5.000.000	Recompensa
Corea del Sur	Tumblebug	2011	7	1.500.000	Recompensa
Malasia	Mystart	2012	6	233.000	Recompensa
India	Ketto	2012	6	100.000	Donaciones
Promedio antigüedad/ Suma monto			5	92.833.000	
EUROPA					
Reino Unido	Crowdcube	2011	7	531.503.645	Inversión
Francia	Ulele	2010	8	117.000.000	Recompensa
Francia	Kiss Kiss Bank Bank	2009	9	94.000.000	Recompensa
Alemania	Start next	2010	8	61.000.000	Recompensa
Suecia	Funded by me	2011	7	59.343.283	Inversión - Donación
Alemania	Companisto	2012	6	57.000.000	Inversión
España	Verkami	2010	8	35.000.000	Recompensa
Países Bajos	One planet crowd	2012	6	30.000.000	Préstamos
Países Bajos	VoorDeKunst	2010	8	20.000.000	Recompensa

España	Lánzos	2010	8	6.000.000	Recompensa
Estonia	Hooandja	2012	6	3.000.000	Recompensa
Estonia	Fundwise	2015	3	1.000.000	Inversión
Promedio antigüedad/ Suma monto			7	1.014.846.928	
OCEANÍA					
Australia	Enable Funding	2007	11	114.937.894	Inversión
Australia	Pozible	2010	8	46.000.000	Recompensa
Nueva Zelanda	Pledge me	2011	7	18.179.277	Recompensa - inversión - préstamo
Promedio antigüedad/ Suma monto			9	179.117.171	
ECUADOR					
Ecuador	Catapultados	2014	4	150.246	Recompensa
Ecuador	Haz vaca	2015	3	38.639	Recompensa
Ecuador	Acolítame	2016	2	1.449	Recompensa
Promedio antigüedad/ Suma monto			3	190.334	

Elaborado por: Autor

CONCLUSIÓN

El *crowdfunding* es un mecanismo de financiación colectivo mediante internet, en donde los principales actores son el emprendedor o creativo, el financiador, patrocinador o inversor, y la plataforma. Los tipos de *crowdfunding* son de recompensa, de donación, de préstamos y de inversión.

Asia es el continente donde este mecanismo de financiamiento ha tenido mayor crecimiento, debido a la vinculación de grandes corporaciones para financiar las ideas de pequeños emprendedores y a las garantías y seguridad que se ofrece para los inversionistas.

Europa es el continente donde existe más variedad en los modelos de *crowdfunding* y donde está más desarrollada la regulación para cada uno de ellos. Los proyectos más exitosos destacan por su innovación y creatividad, además de características culturales.

En América, el país en donde más desarrollado se encuentra el *crowdfunding* es Estados Unidos, es el país con más plataformas a nivel mundial. Los principales tipos de *crowdfunding* son los de recompensas y de donaciones.

En África las plataformas se dedican principalmente al *crowdfunding* de donaciones. Mientras que Oceanía, al igual que en Europa destacan los proyectos innovadores y creativos.

De los proyectos, se puede concluir que los más exitosos analizados presentan características de creatividad, innovación y cuidado del medio ambiente.

CAPÍTULO 2: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS EN ECUADOR

INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se analiza la situación actual del *crowdfunding* en Ecuador, en lo que respecta a las plataformas existentes, el tiempo que está presente en el país este modelo de financiamiento. Adicionalmente se identifican las principales plataformas de *crowdfunding* y se analiza los proyectos más exitosos de todas las plataformas en funcionamiento en Ecuador, esto con el objetivo de conocer la situación del *crowdfunding* como una alternativa al financiamiento tradicional.

2.1. Antecedentes del *crowdfunding* en Ecuador

En Ecuador se comienza a adoptar la palabra *crowdfunding* a finales del año 2014, esto ha permitido la creación de proyectos e iniciativas privadas generalmente de músicos y emprendedores, que han buscado hacerse un espacio en la cultura y sociedad ecuatoriana. El funcionamiento dentro de nuestro país es similar al resto de los países que cuentan con estas plataformas, únicamente difiere en que Ecuador carece de una ley propicia para impulsar el emprendimiento como es el caso de Estados Unidos en donde en el año 2012 el presidente Barack Obama firmó la legislación conocida como “*Jumpstart our business StartUps*” que significa “Pongamos en marcha nuestras empresas emergentes” la misma que permite alentar el financiamiento de pequeñas empresas y emprendimientos, facilitando las regulaciones federales y permitiendo que las personas se conviertan en inversores.

Desde que se comenzó a acoger el *crowdfunding* dentro del país ha permitido la consolidación de varios proyectos privados fruto del esfuerzo nacional, y poco a poco con el pasar del tiempo se va dando a conocer esta metodología en la idiosincrasia ecuatoriana. En países como Estados Unidos, este está rompiendo esquemas por la visión y determinación de los emprendedores.

Es factible insistir en que es una alternativa de inversión relativamente nueva comparada con el sistema financiero tradicional, en la cual el grupo de financiadores interesados en cierto proyecto realizan el aporte económico para que el mismo busque llegar al objetivo planteado al inicio de la campaña. Los proyectos necesitan de los financiadores y también de personas que colaboren con la propagación de la información, las cuales suelen pertenecer al mismo círculo social de los emprendedores, pudiendo influir en el éxito del proyecto.

Dentro del país, los emprendimientos que más se han beneficiado del *crowdfunding* son los del sector cultural, puesto que bandas como “Guardarraya”, “Sudakaya”, “Swing Original Monks”, han acudido a esta forma de financiación para sus respectivos proyectos, a más de las bandas musicales, los proyectos cinematográficos son los que más aportación han percibido en la plataforma “Catapultados”, un claro ejemplo es la película independiente “Ayúdanos a terminar ALBA” que recaudó el 107.5 % de la meta final. Se puede ver con el pasar de los años que el tema digital cada vez cobra más importancia en el mundo y este tipo de iniciativas les devuelven el poder a los emprendedores ecuatorianos.

Ecuador es un país en el que su matriz productiva está encaminada al desarrollo de productos del sector primario, es decir, nos caracterizamos por productos que no poseen un valor agregado en su mayoría, es por eso que induce al país a la importación de productos con un mayor valor comercial o conocido también como valor agregado, afectando directamente a la balanza comercial; por lo tanto es necesario que los países del sector primario como Ecuador cuente con fuentes alternas de financiación, ya que para desarrollar industrias de valor agregado es elemental que comprendan y tengan sintonía con el ciclo de vida de estos negocios.

Hace no mucho tiempo, si los emprendedores deseaban fomentar un proyecto, obligatoriamente debían acudir a fuentes de financiamiento por medio de entidades bancarias, algún familiar o hasta subvenciones. Si bien es cierto que en los últimos 2 años se ha venido desarrollando poco a poco el tema *crowdfunding* en el país, éste se ha convertido en una provechosa alternativa para todas las categorías, tales como, proyectos comunitarios con impacto social y ambiental, además de los ya utilizados con más frecuencia como los culturales, artísticos, cinematográficos.

La metodología del *crowdfunding* o financiación masiva es algo nuevo en el Ecuador, no obstante países de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile, México lo usan de una forma más provechosa debido a la fuerza con la que es aplicada.

2.2. Principales plataformas de *crowdfunding* en Ecuador

Este sistema en línea aún no se populariza en Ecuador como ya ocurre en el resto del mundo, en especial en países de primer mundo. Las instituciones financieras ofrecen créditos para capitalizar un emprendimiento o también se ocupan los créditos familiares con el mismo fin. No obstante, ahora, existe otra opción para lograr financiar un proyecto: el *crowdfunding* o financiación colectiva.

De acuerdo con un reportaje del diario El País, ‘La vanguardia del *crowdfunding*’, este sistema se ha duplicado desde el año 2012. Hasta la fecha, la financiación colectiva ha recaudado unos USD 2.700 millones a escala mundial.

En el Ecuador existen 4 plataformas de *crowdfunding*: Catapultados, HazVaca, *GreenCrowds*, Acolitame. Esta alternativa de financiamiento en línea “está en pañales”, según palabras de Jorge Galarza, CEO de la plataforma ecuatoriana de *crowdfunding* Catapultados. Galarza mencionó que, para que un proyecto sea exitoso, este debe ya mostrarse de forma tangible con el fin de demostrar seriedad y un trabajo sólido. “Se publica el proyecto en la plataforma y lo que nosotros hacemos es asesorarlos para que el proyecto se comunique de la manera más clara, para que las personas lo entiendan, sepan de qué se trata, cuánto dinero buscan, para qué, cómo lo utilizarán, etc.”, comentó. Galarza aclaró que el aporte de las personas no es una donación, sino un aporte, porque a cambio la persona que desarrolla el proyecto otorga una recompensa, (lo cual lo diferencia de una donación) que está conexas con la misma iniciativa.

Este tipo de financiación pudo haber existido desde antes, sin embargo, el internet es una pieza fundamental para que se haya dado a conocer y difundir los proyectos de una manera más efectiva a través de las redes y conexiones que permite establecer este sistema, es decir, poder llegar a muchas más personas a través de la *web*. Este método saltó a la fama a través de *Kickstarter* en Estados Unidos en el año 2009 y a partir de allí comienzan a conocerse aquí en el Ecuador.

2.2.1. Catapultados

Ilustración 5. Plataforma Catapultados

POPULARES	ÚLTIMOS DÍAS		
<p>La Nueva Era del Peón</p> <p>Este 2016, DA PAWN apunta a llevar su música a todo el Ecuador y el mundo. Les invitamos a ser parte de #LaNuevaEraDelPeón. Solo con...</p> <p>Meta: \$15,000.00</p> <p>Recaudó: \$8,470.00</p> <p>Porcentaje: 56.47 %</p> <p>Campaña finalizada</p> <p>Música</p>	<p>La Banda que mezcla todo</p> <p>Les invitamos a todos los fans, amigos y familiares a que se mezclen con nosotros y se conviertan en nuestra disquera. Comprando el disco por adelantado...</p> <p>Meta: \$10,000.00</p> <p>Recaudó: \$13,500.00</p> <p>Porcentaje: 135.00 %</p> <p>Campaña finalizada</p> <p>Arte</p>	<p>Ayúdanos a París</p> <p>¡Produzcamos juntos nuestro nuevo disco! sólo nos falta tu apoyo... Todo suma. Con el más mínimo aporte nos ayudarás a lograrlo y tu nombre quedará inscrito...</p> <p>Meta: \$10,000.00</p> <p>Recaudó: \$10,795.00</p> <p>Porcentaje: 107.95 %</p> <p>Campaña finalizada</p> <p>Música</p>	<p>El libro de Litro x Mate</p> <p>Financemos juntos el libro de Litro x Mate convirtiendo el crowdfunding en un crowdworking, utilizando el mismo principio grupal, tal como lo hacemos al pintar...</p> <p>Meta: \$8,000.00</p> <p>Recaudó: \$8,225.00</p> <p>Porcentaje: 102.81 %</p> <p>Campaña finalizada</p> <p>Arte, Editorial</p>

[Soporte](#)

Adaptación: Autor

Fuente: (Catapultados, 2018)

Es la mayor y más activa comunidad de *crowdfunding* en Ecuador. Están conformados por muchas personas trabajando juntos para lograr que proyectos artísticos, creativos y de impacto social cobren vida a través del financiamiento colectivo. Hasta este momento, amigos, aficionados y otras personas que se sintieron inspirados por los proyectos en Catapultados desde Ecuador y del resto del mundo han contribuido más de USD 90.000 para financiar ideas y proyectos creativos, desde discos musicales, cortometrajes y películas hasta viajes personales (Catapultados, 2018).

Catapultados es un producto de Wembau, una empresa de software que realiza aplicaciones web, aplicaciones móviles y producción audiovisual en Ecuador, según la página oficial de Catapultados, por finales del 2014, empezaron creando una campaña de *crowdfunding* para un producto que hacía referencia a una aplicación de eventos en Quito.

De acuerdo con los fundadores ellos investigaron varias plataformas de *crowdfunding* (en ese entonces no había ninguna en Ecuador) y todas tenían el mismo problema: traer el dinero recaudado en otros países.

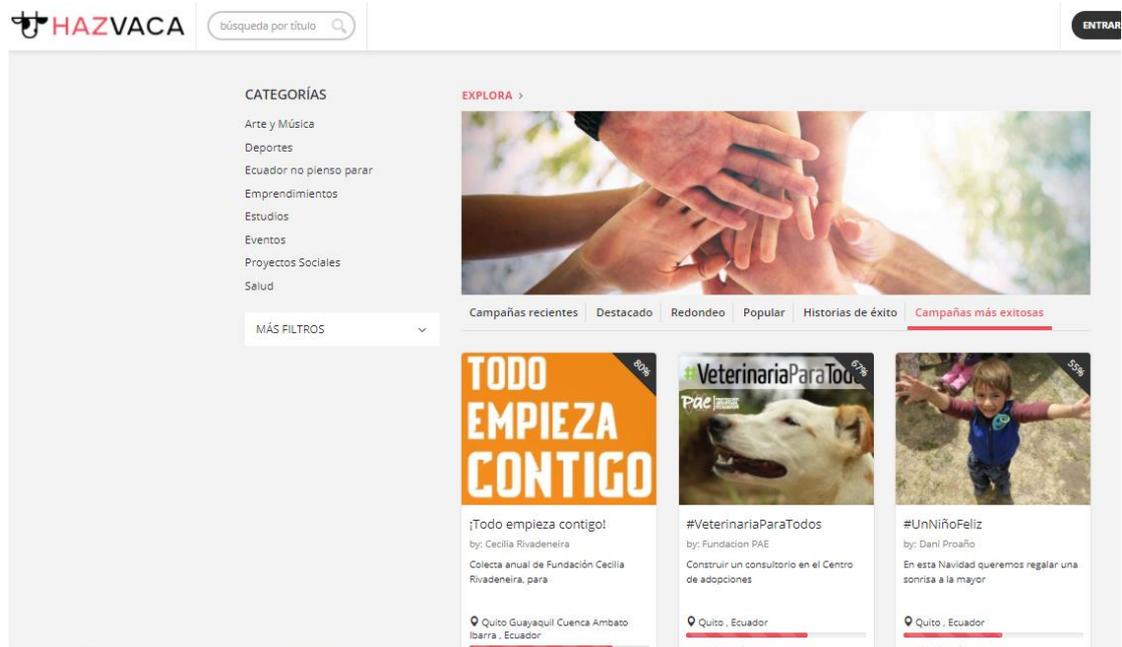
Fue entonces cuando, según los dirigentes, se decidieron a programar una campaña en una plataforma propia. “La plataforma había quedado tan buena que los aportantes empezaron a contactar para ver si podían hacer lo mismo para sus proyectos” (Catapultados, 2016).

La plataforma fue desarrollada con herramientas que conocían, buscando tener una primera versión funcional operativa. La programación se basó en herramientas *opensource*. No se realizó ningún test de mercado debido a que todo esto era nuevo en ese entonces y la gente no lo conocía. Los creadores de Catapultados no han parado y están muy orgullosos de todos los proyectos que han cobrado vida. La plataforma ha recaudado alrededor de USD 156.061 a través de 43 proyectos, registrando un éxito del 38% (Catapultados, 2018).

La plataforma incluye un método de pago de \$100,00 con IVA incluido, el cual incluye asesoramiento con el fin de garantizar la recaudación para cada proyecto, la comisión, una vez superado el 100% o más de lo requerido, es de un 7% de lo recaudado y si no se supera el 100% de lo recaudado la comisión es de 10%, en comparación con las plataformas más populares del mundo, estas cobran una comisión más baja por un 100% (entre un 3% y 5%) y no cobran comisión cuando no se cumple la totalidad de lo requerido (Catapultados, 2017).

2.2.2. HazVaca

Ilustración 6. Plataforma HazVaca



Adaptación: Autor Fuente: (Haz Vaca, 2018)

Esta idea la trajo su CEO Emmanuel Lepoutre de un viaje al extranjero en el que tuvo la oportunidad de aprender de manera vivencial sobre de la colaboración de amigos y comunidad como un motor para pequeños y grandes emprendimientos. Emocionado, regresó al Ecuador y desde entonces no ha dejado de trabajar.

La plataforma de HazVaca tiene dos segmentos, uno privado entre amigos y familiares para eventos pequeños como *baby showers*, *kitchen showers*, asados y cenas entre los mismos; y otro segmento público para que sean la comunidad o empresas las que aporten en planes más ambiciosos como emprendimientos del tipo empresarial o social. Esta plataforma no tiene costo inicial y su comisión en porcentaje es menor mientras mayor es el valor recaudado (entre un 12% y un 15%), HazVaca no cobró comisión en el caso de emprendimientos realizados para damnificados del terremoto de Manabí (Haz Vaca, 2017).

En una entrevista para la revista Revista Ekos, el CEO de Hazavaca afirmaba que:

Con Hazvaca.com queremos ayudar a la población y a los emprendedores ecuatorianos a dar vida a sus proyectos, apoyados por la sociedad. Hemos arrancado con varias campañas y esperamos seguir creciendo de manera paulatina con el respaldo de la comunidad. El ecuatoriano es una persona solidaria que cree y confía en iniciativas positivas. (Emmanuel Lepoutre, 2016)

La plataforma incluye proyectos de todo tipo de categorías como:

- Sociales
- Ambientales
- Emprendimientos
- Deportes
- Música
- Educación
- Salud
- Campañas de remediación de desastres naturales como el terremoto suscitado el pasado 16 de abril de 2016 en Ecuador.

Además, tiene la facilidad de crear nuevas categorías en caso de requerirlo.

Hazvaca opera bajo el modelo conocido como '*Rewards Crowdfunding*' o financiamiento participativo mediante recompensas. Esto sencillamente quiere decir que cada campaña, con el afán de motivar aportes económicos de las comunidades que muestren interés, puede ofrecer recompensas como agradecimiento a los aportantes. Las recompensas normalmente tienen un valor simbólico que hace que los aportantes se sientan motivados a apoyar determinado proyecto, lo cual impulsa su sentido de pertenencia y fomenta un sentido mejorado de comunidad. Esta plataforma registra dentro de su página web un total de 24 proyectos publicados, cuenta con un total financiado de USD 47.233 equivalente a un éxito del 21% (Haz Vaca, 2018).

La incorporación de los proyectos a la plataforma hazvaca.com es sencilla:

- Primero se debe crear una cuenta
- Detallar los datos personales
- Diseñar la propuesta (descripción, monto y tiempo de la campaña, fotos, videos, presupuestos e incentivos)
- Enviarlos para revisión.

Hazvaca.com revisa la campaña, realiza la verificación apropiada, y el aseguramiento de que el proyecto es real. Una vez que las verificaciones son realizadas, se envía retroalimentación al dueño del proyecto de manera que pueda modificarla para mejorar su probabilidad de éxito en la plataforma. Una vez realizadas dichas modificaciones, el emprendimiento se podrá reenviar para su publicación definitiva. En adelante, el dueño del proyecto tendrá la responsabilidad de promocionar su campaña en redes para conseguir el apoyo (Haz Vaca, 2017).

Es importante mencionar que la plataforma posee varias soluciones de pago tanto nacionales como internacionales, entre ellas en su totalidad están provistas por instituciones financieras nacionales de renombre, lo que ayuda a brindar una mayor seguridad a todos los usuarios de la plataforma HazVaca.com, existen tres formas de hacer una donación:

- Tarjeta de crédito (Diners, Visa, Mastercard, Discover)
- Transferencia
- Depósito

2.2.3. GreenCrowds

Ilustración 7. Plataforma GreenCrowds



Adaptación: Autor

Fuente: (GreenCrowds, 2018)

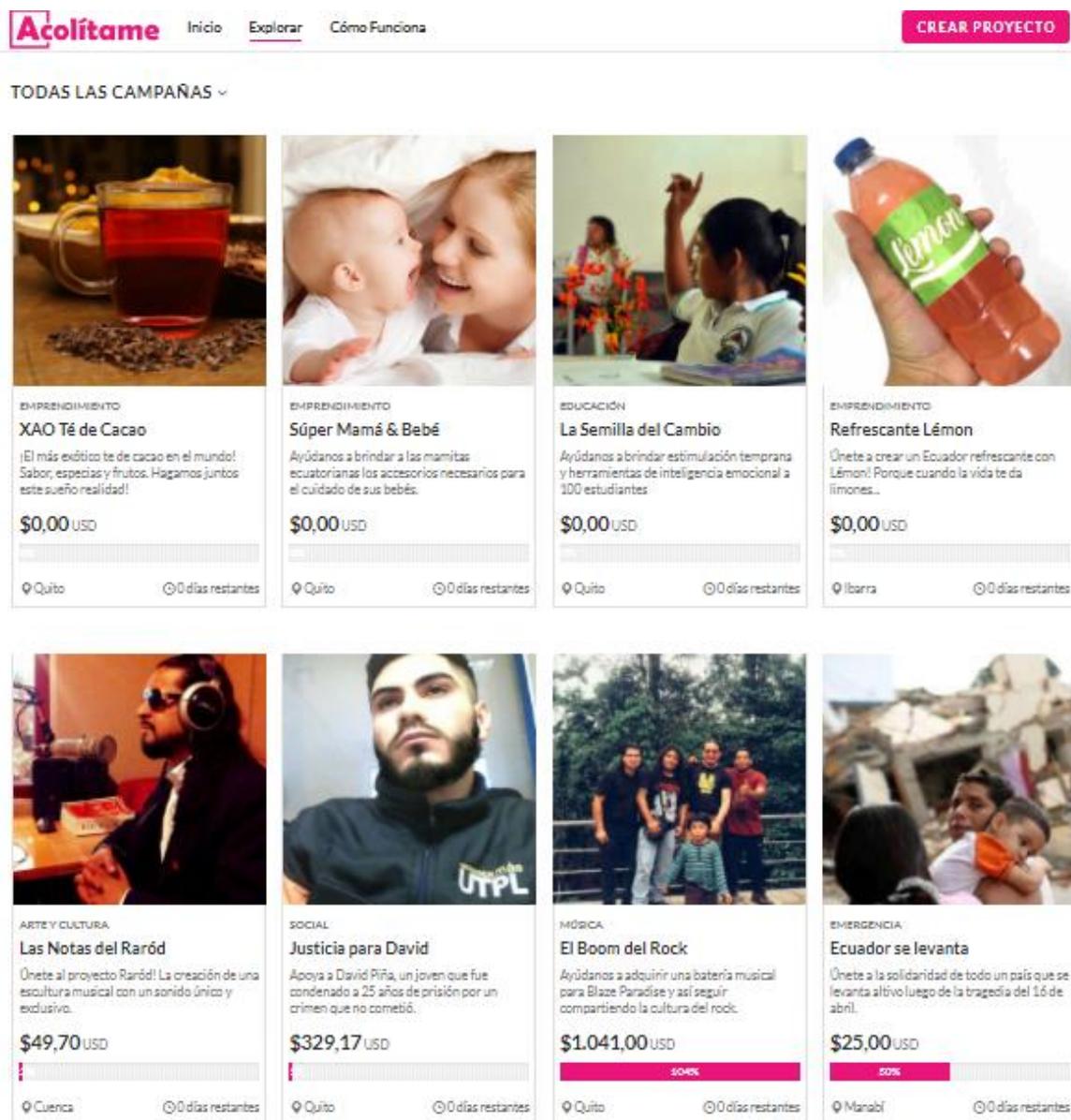
Esta plataforma forma parte del Programa de Pequeñas Donaciones "PPD" del Fondo Mundial del Medio Ambiente, ellos trabajan en Ecuador desde 1994 financiando programas de conservación, mitigación, protección y prevención ambiental. El objetivo de este portal está orientado a la recuperación y reactivación de las actividades productivas comunitarias de las zonas afectadas por el terremoto de abril de 2016 en la costa ecuatoriana.

El PPD trabaja con iniciativas y proyectos comunitarios para la preservación de las áreas de conservación con fines ambientales y sociales en Ecuador, en los que exista la participación de comunidades, gobiernos locales y otros actores bajo conceptos de asociatividad.

El portal está orientado para emprendimientos rurales que mejoren la vida de una comunidad por lo que no existe la posibilidad de ingresar proyectos que desean obtener financiamiento para fines lucrativos y por lo tanto tampoco posee información sobre costos o comisiones.

2.2.4. Acolítame

Ilustración 8. Plataforma Acolítame



Adaptación: Autor Fuente: (Acolítame, 2018)

Es la plataforma más nueva de las estudiadas, iniciando sus labores en el año 2016, bajo los mismos conceptos que las dos plataformas anteriores incluye proyectos de distinto índole tanto sociales, culturales, ambientales o empresariales. Esta plataforma cobra un 12% de comisión sobre lo recaudado y en caso de tener menos de 5% del total requerido esto es considerado como costos operativos sin reembolso (Acolítame, 2017).

La plataforma tiene alrededor de 11 proyectos, entre ellos solamente un proyecto fue exitoso y superó el 100% del monto requerido para el desarrollo del proyecto. Acolítame tiene recaudado un total de USD 1.444,87 entre todos los proyectos, con un porcentaje de éxito de un 14% (Acolítame, 2017).

A continuación, se encuentra una tabla resumen, que contiene la información de las 3 plataformas, cabe recalcar que en la tabla no se encuentran los datos de la plataforma *GreenCrowds*, ya que como se mencionó anteriormente la misma no otorga la información acerca de sus proyectos.

Tabla 35. *Crowdfunding en Ecuador*

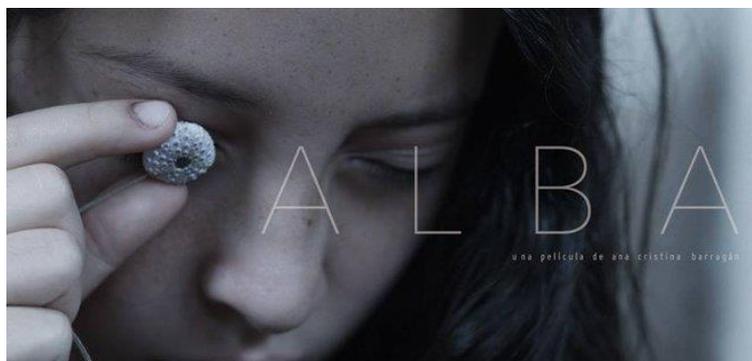
Plataformas	Número de Proyectos	Monto Recaudado	Porcentaje de Éxito
Catapultados	43	\$156,061	38%
HazVaca	24	\$47,233	21%
Acolítame	11	\$1,445	14%

Elaborado por: Autor

2.3. Casos de éxito de *crowdfunding* en Ecuador

2.3.1. La película ecuatoriana alba

Ilustración 9. Proyecto película Alba



Adaptación: Autor

Fuente: (Ecuavisa, 2016)

Proyecto expuesto a través de la plataforma de Catapultados inició en el año 2014 consistió en conseguir financiamiento para finalizar la película ecuatoriana Alba. Gracias a esta iniciativa se recaudaron USD 10.750 (Catapultados, 2017b). La película de la ecuatoriana Ana Cristina Barragán, se estrenó el lunes 1 de febrero de 2016 en el Festival Internacional de Róterdam. Entre los premios que recibió están:

- *Lions Award*, en la 45 edición del Festival Internacional de Cine de Róterdam, en reconocimiento a la excepcional calidad artística.
- ‘Mejor *Pitching*’ en el Primer Encuentro de Guionistas en México, el premio ‘Mejor Proyecto Iberoamericano’ del Programa Ibermedia.
- El año 2016 fue seleccionada por el BAL, espacio de proyectos en post producción del BAFICI, en Buenos Aires. Tras su participación, el jurado decidió otorgar a Alba el premio ‘Pomeranec’ de postproducción de sonido y lo seleccionó como uno de los cinco proyectos a ser presentados en el programa “BAL goes to Cannes”, en el mercado del Festival de Cannes (El telégrafo, 2016).

Además, como recompensa con los aportadores del proyecto no solo entrega objetos vinculados al filme, sino también premios como flores, cenas o desayunos - que eventualmente se logran en colaboración con la empresa privada.

También se considera que abre posibilidades de importar el cine local y promulga con la idea de generar más diversidad desde las salas del país, con propuestas independientes que conectan al público con realidades “más reales y cercanas”.

2.3.2. Disco de la banda guardarraya

Ilustración 10. Proyecto Disco Guardarraya



Adaptación: Autor

Fuente: (Radio Cocoa, 2016)

Fue una de las campañas más exitosas de las plataformas ecuatorianas, para realizar un nuevo disco para Guardarraya (Una banda Quiteña de renombre) la cual alcanzó un 107,95% de su financiamiento total (Catapultados, 2017), los métodos fueron a través de videos y pastillas audiovisuales en sus campañas, su recaudación en su mayoría se dio por tarjeta de crédito y transferencias bancarias.

Así lo resumió la banda:

¡Queremos parir no importa el dolor, lo que importa es tu apoyo, si crees que estas nuevas canciones te acompañarán en algún punto de tu vida y por eso merecen nacer apóyanos!, y si no, ya nada...

Para ello, nos hemos propuesto hacer este *crowdfunding*, este es un mecanismo de financiación colectiva donde las personas pueden colaborar con otras personas y sus proyectos. Necesitamos recaudar USD 10.000 en un lapso de 70 días (Guardarraya, 2016).

2.3.3. Swing original monks

Ilustración 11. Proyecto la banda que lo mezcla todo



Adaptación: Autor

Fuente: (Catapultados, 2016)

Una de las bandas más famosas de la actualidad en el Ecuador también tuvo su proyecto en el año 2016 con el fin de terminar su álbum, a través de la plataforma Catapultados fue uno de los proyectos más exitosos, al recaudar USD 13.000 con un éxito del 135%, como recompensa ofrecían souvenirs de la banda, discos digitales, físicos, hasta un concierto en vivo, o entradas a los shows realizados en el país de por vida (Catapultados, 2016).

2.3.4. El libro de litro x mate

Ilustración 12. Proyecto el libro de litro x mate



Adaptación: Autor

Fuente:(Catapultados, 2017)

Un libro de ilustraciones y uno de los proyectos más exitosos de la plataforma Catapultados con un 103% recaudado, es un libro que muestra la lucha de un artista con el municipio de Guayaquil, el mismo que borró las expresiones artísticas hechas en el barrio de Urdesa de la ciudad de Guayaquil. Su meta de recaudación inicialmente fue de USD 8.000, después de culminar la campaña del proyecto se consiguió un monto total de USD 8.225 (Catapultados, 2017d).

2.3.5. Huertomanías

Ilustración 13. Proyecto Huertomanías



Adaptación: Autor Fuente: (Revista Gestión, 2017)

Un proyecto de índoles social, dedicado a las personas con problemas de salud mental, con el fin de que sean personas autónomas y que ejerzan su derecho al trabajo, el proyecto consiste en implementar una cocina, un invernadero y un sistema de riego al huerto. Actualmente Huertomanías produce pesto de varios sabores, mermeladas, distintos tipos de té, sales saborizadas, kits para hacer huertos caseros, entre otros, todos son 100% orgánicos. El proyecto logró recaudar un total de USD 7.770, logrando recaudar más de lo que esperaban al inicio del proyecto, sobrepasaron un 108,5% su objetivo (Huertomanías, 2016).

2.3.6. Estación polar

Ilustración 14. Proyecto documental Estación Polar



Adaptación: Autor Fuente: (Catapultados, 2017)

Estación Polar es un proyecto documental, en el cual, el protagonista relata cómo influyó el sonido de su banda favorita en su adolescencia en la ciudad de Quito, haciendo referencia a los años noventa. Éste documental se encuentra en proceso de edición y postproducción, con la campaña buscan cubrir los costos de animación, fotografías, traducción, subtítulos, entre otros costos operativos. El proyecto logró recaudar un total de USD 6.645, y un éxito del 110.75% (Catapultados, 2017). Entre las recompensas existente van desde algo tan sencillo como la descarga del *soundtrack* hasta poder llegar a ser incluido en la lista de productores asociados.

2.3.7. El boom del rock

Ilustración 15. *Proyecto el boom del rock*



Adaptación: Autor

Fuente:(Acolítame, 2016)

Blaze Paradise es una banda de rock ecuatoriano fundada en el 2014, el motivo del proyecto es poder disponer de una batería musical, buscan incentivar el apoyo al talento nacional para que estas bandas continúen realizando lo que disfrutan, es decir su estilo de música. La campaña denominada el boom del rock, pertenece a la plataforma Acolítame y obtuvo un total de 42 patrocinadores, los mismos que aportaron USD 1.041 sobrepasando la meta inicial que estaba fijada en los USD 1.000, esta campaña obtuvo un 104% de éxito (Acolítame, 2016).

2.3.8. Tu sonrisa es mi gol

Ilustración 16. *Tu sonrisa es mi gol*



Adaptación: Autor

Fuente:(Haz Vaca, 2018)

Tu sonrisa es mi gol es un proyecto de inclusión social de la fundación el triángulo que tiene como objetivo fomentar el amor por el deporte y principalmente apoyar en el desarrollo psicomotriz de niños y también en el aprendizaje de niños con capacidades diferentes y que no se pueden involucrar por su propia voluntad (Haz Vaca, 2018).

La fundación brinda el apoyo a 90 niños que día a día descubren nuevas emociones a través del deporte. Este proyecto consiguió un apoyo financiero de USD 8.501, al inicio del proyecto esperaban recaudar USD 7.000, en alrededor de 40 días se logró llegar al 121% de recaudación (Haz Vaca, 2018), llegando a ser el proyecto más exitosos de HazVaca conjuntamente se convirtió en el segundo proyecto más exitoso en el país, por detrás de Guardarraya.

Tabla 36. *Proyectos más exitosos crowdfunding Ecuador*

Plataforma	Categoría	Proyecto	Monto recaudado	% Total requerido
Catapultados	Arte y Música	La banda que mezcla todo	\$13.500	135%
HazVaca	Impacto Social	Tu sonrisa es mi Gol	\$8.502	121%
Catapultados	Cine y Video	Estación Polar	\$6.645	111%
Catapultados	Impacto Social	Huertomanías	\$7.770	109%
Catapultados	Arte y Música	Ayúdanos a parir	\$10.795	108%
Catapultados	Cine y Video	Ayúdanos a terminar Alba	\$10.750	108%
Acolítame	Arte y Música	El boom del rock	\$1.041	104%
Catapultados	Editorial	El libro de Litro x Mate	\$8.225	103%

Elaborado por: Autor

A continuación, se presenta la tabla 37, en la misma que se podrá contemplar las categorías de los proyectos de *crowdfunding* que se han realizado en el país.

Tabla 37. *Categorías de los proyectos crowdfunding en Ecuador*

Categoría	# Proyectos	Monto Recaudado	% Alcanzado del requerido
Impacto Social	27	\$52.037	23%
Arte y Música	20	\$60.346	44%
Cine y Video	16	\$50.175	32%
Emprendimiento	5	\$1.904	8%
Editorial	4	\$14.415	42%
Educación	2	\$3.520	12%
Deporte	2	\$1.330	2%
Viajes	1	\$2.212	44%
Festival	1	\$18.800	19%
Total	78	\$204.739	

Elaborado por: Autor

CONCLUSIÓN

En Ecuador el modelo de financiamiento del *crowdfunding* se comienza a utilizar a finales del año 2014 mediante la plataforma Catapultados, denominada como la primera plataforma en el país. El *crowdfunding* se encuentra en una etapa inicial de desarrollo, las plataformas ecuatorianas trabajan bajo la modalidad de recompensa y donación.

Catapultados es la plataforma más popular y exitosa en Ecuador. De los proyectos que han logrado obtener el 100% o más de financiación, son considerados exitosos. Ocho de los proyectos expuestos han sobrepasado el monto requerido inicialmente, estos proyectos tienen varios puntos en común; seis de ellos pertenecen a la plataforma Catapultados, además son artísticos, cinematográficos y de impacto social.

Cabe destacar que de los 72 proyectos que se han realizado en Ecuador, tanto exitosamente como no, solamente el 7% de los mismos entran en la categoría de emprendimiento. Los proyectos en la categoría de Impacto Social son los más comunes y de los que más fondos recaudan.

CAPÍTULO 3: FACTORES DE INFLUENCIA DEL CROWDFUNDING Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizan los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales en torno al *crowdfunding* en Ecuador, con la finalidad de identificar fortalezas y debilidades en cada uno de los aspectos. Además, se presentan los resultados de entrevistas estructuradas aplicadas a catedráticos de cuatro universidades de la ciudad de Cuenca en donde se consultó sobre información general del *crowdfunding* y sus perspectivas de desarrollo en el país. Finalmente, se aplicó una herramienta de autoevaluación que permite conocer el grado de preparación de un país para el desarrollo del *crowdfunding*.

3.1. Análisis PESTEL

3.1.1. Factores Políticos

Los factores políticos representan una estructura sólida de un país y afectan directamente a las empresas y organizaciones que tienen actividades dentro del mismo. La estabilidad empresarial depende claramente de los sistemas políticos, estos varían de un país a otro, en algunas naciones menos estables la política interna ejerce un punto de inflexión en la forma de proceder de un gobierno y su relación con el sector productivo. Es necesario el análisis de los factores políticos, ya que estos factores dependen las actividades de las organizaciones, así como también su relación con los clientes internos y externos y demás actores. Los factores políticos tienen incidencia en temas primordiales del estudio sobre el desarrollo del *crowdfunding*, así como también los fiscales, económicos y financieros.

Constitución de la República del Ecuador de 2008

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 - carta magna que sustenta la existencia del país y su gobierno, es el principal texto de la política y la relación entre el gobierno y el pueblo. Esta plantea varias políticas destinadas a incentivar algunos puntos de inflexión del sistema económico, comercial y fiscal, que afectarán directamente e influenciarán el funcionamiento del *crowdfunding* en el país:

“**Art. 283.-** El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 140).

“**Art. 284.-** La política económica tendrá los siguientes objetivos: (...) Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional (...).” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 140).

“**Art. 285.-** La política fiscal tendrá como objetivos (...) La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 141).

“**Art. 304.-** La política comercial tendrá los siguientes objetivos: (...) 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional. (...) 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 146).

“**Art. 423.-** (...) el Estado ecuatoriano se comprometerá a: Impulsar la integración económica, equitativa, solidaria y complementaria; la unidad productiva, financiera y monetaria; la adopción de una política económica internacional común; el fomento de políticas de compensación para superar las asimetrías regionales; y el comercio regional (...).” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 187).

Las políticas fiscales y comerciales declaradas en la Constitución Ecuatoriana buscan fomentar la inversión en los sectores de producción de bienes y servicios con énfasis en aquellos que social y ambientalmente faciliten el buen vivir e impulsen la integración del sistema económico social y solidario. Se busca orientar la sociedad hacia el desarrollo inclusivo, equitativo y solidario. Por lo tanto, el *crowdfunding* como medio de financiamiento para pequeños emprendedores se enmarca en las políticas establecidas en la Constitución de la República del Ecuador ya que los proyectos de *crowdfunding* se caracterizan por su nivel de innovación y creatividad con un enfoque en la sostenibilidad y participación social.

Plan Nacional de Desarrollo

Según la Constitución de la República del Ecuador,

“**Art. 280.-** El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 137).

El cuarto Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” desarrollado y presentado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, está basado en tres ejes fundamentales, siendo el de nuestro interés el eje: 2) Economía al servicio de la sociedad, el mismo que contienen 3 objetivos:

1. Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.
2. Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.
3. Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Para alcanzar estos objetivos se han planteado varias políticas como:

“Política 4.2.- Canalizar los recursos económicos hacia el sector productivo, promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 79).

“Política 4.7.- Incentivar la inversión privada nacional y extranjera de largo plazo, generadora de empleo y transferencia tecnológica (...) incluyendo mecanismos de asociatividad y alianzas público-privadas, con una regulación previsible y simplificada.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 79).

“Política 5.4.- Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 83).

“Política 5.5.- Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 83).

“Política 5.8.- Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental (...) potenciando el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 83).

Tal como se establece en la política 4.2, las fuentes alternativas de financiamiento, tales como el *crowdfunding*, se deben promover a través de la articulación con el sector financiero público, privado y el popular y solidario. De igual forma, la inversión y transferencia tecnológica (mecanismos vinculados al *crowdfunding*) se deben enmarcar en una regulación simplificada.

A pesar de que la regulación previsible y simplificada es uno de los objetivos del Plan de Desarrollo Nacional, según el informe *Doing Business* de 2018 presentado por el Banco Mundial, Ecuador es uno de los países en los que es más difícil empezar un negocio pues en relación a la facilidad de la apertura de negocios ocupa la posición 168 de 190 (Banco Mundial, 2018).

Además, según el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, los bancos fueron la principal fuente de financiamiento externa para los emprendedores ecuatorianos durante 2016, seguido por el apoyo financiero de la familia y amigos, mientras que solo el 3% de los emprendedores se financió a través de ayudas gubernamentales, lo cual muestra una débil articulación entre el sector público-privado para el apoyo a los emprendedores.

Dinero electrónico

El término “moneda electrónica” se menciona en el Código Monetario y Financiero. La moneda electrónica es un medio de pago autorizado en Ecuador. Según el mismo código, el Banco Central del Ecuador era la única entidad autorizada para proveer y gestionar la moneda electrónica, respaldada con sus respectivos activos líquidos (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014).

Sin embargo, en enero de 2018 entró en vigencia la Ley para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera y según la Resolución 435-2018-M de la Junta de la Política y Regulación Monetaria y Financiera dictaminó el plazo hasta el 16 de abril de 2018 para que el manejo del sistema de dinero electrónico deje de ser exclusivamente del Banco Central del Ecuador y pase a ser manejado por el sistema financiero nacional compuesto por banca pública, privada y cooperativas (Ley orgánica para la reactivación de la economía, 2017).

La Asociación de Bancos Privados es la encargada de desarrollar el nuevo medio de pago digital que sustituya al sistema del Banco Central. A través de las políticas económicas se pretender fomentar las transacciones que se realicen por medios electrónicos para permitir mayor transparencia y eficiencia. El objetivo del dinero electrónico es fortalecer la dolarización y reducir la demanda de efectivo, sin olvidar que uso está sujeto a regulaciones de autoridades monetarias y financieras.

Según cifras del Banco Central, hasta 2017 existían 409.999 cuentas creadas en el sistema de dinero electrónico, para el mismo año se habían realizado 4.005.663 transacciones por un monto de USD 52.130.234. El promedio de usuarios que realizaban transacciones era de 33.643, superando ampliamente al promedio de 2016 que era de 8.558 (El telégrafo, 2018).

Además, considerando que la penetración del internet en Ecuador es del 81% y el 35% de los usuarios utiliza internet para realizar compras de productos y servicios (Universidad Espíritu Santo, 2017). Existen grandes expectativas por el incremento en el uso del dinero electrónico en el país con la aplicación de las medidas de la ley de reactivación de la economía y las medidas tomadas tanto por el sector público como privado. Se espera que se promuevan los mecanismos de transacciones electrónicas, lo cual representa un escenario favorable para el desarrollo del *crowdfunding* ya que incrementará la confianza en el uso de medios electrónicos.

3.1.2. Factores Económicos

De acuerdo con el informe realizado por *Massolution* en el año 2014, el volumen de crecimiento del *crowdfunding* ha sido del 145% llegando a USD 9.46 billones en Norte América, 141% en Europa alcanzando USD 3.26 billones, 320% en Asia llegando a USD 3.4 billones, USD 76 millones en Oceanía con un crecimiento del 59%, un crecimiento del 167% representando USD 0,8 millones en Sur América y 0,065 millones en África con un crecimiento del 101% (Massolution, 2015).

Situación en Ecuador:

Plan de perfeccionamiento empresarial, anunciado el 10 de abril de 2018. Se basa en la reestructuración y optimización de la Función Ejecutiva del Estado. Este plan procura lograr un ahorro fiscal de USD 1.000 millones, mediante la eliminación, racionalización de gastos, liquidación de empresas públicas a corto y largo plazo, fusión de entidades lo que resumiría en la disminución de 22 a 15 empresas públicas, cerrando 5 empresas y fusionando 4 de ellas. Este plan implica la desvinculación de mil servidores públicos, desde el estado afirman que los funcionarios afectados pueden contar con créditos para emprendimientos (Revista Vistazo, 2018).

Según el Foro Económico Mundial en su publicación anual, Índice de Competitividad Global, Ecuador se ubica actualmente en el puesto 97, este índice se encarga de medir los recursos y la capacidad que tiene una nación para generar un alto nivel de vida y prosperidad para la población, en el caso de Ecuador ha disminuido su índice de competitividad con referencia al año anterior, es decir, pasó de 4,07 a 3,91.

Este índice refleja una baja competitividad con relación al resto de países de Latinoamérica, ya que Ecuador solamente supera en competitividad a Paraguay y Venezuela, aunque en años anteriores el Ecuador había mejorado su índice, siendo la mejor posición en el año 2014 cuando llegó al puesto 71 (World Economic Forum, 2017).

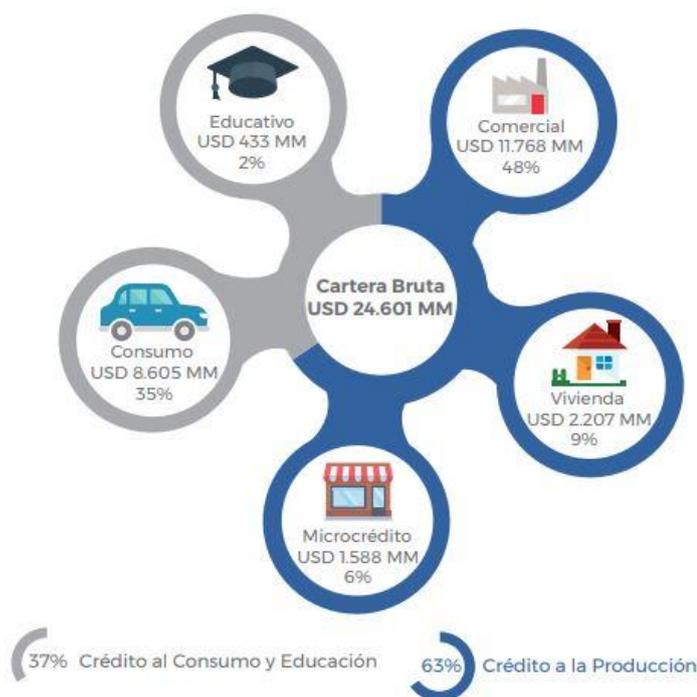
Un factor importante es la recesión económica sufrida en el año 2016, lo mismo que se tradujo en una disminución de la inflación anual, de acuerdo al Banco Central del Ecuador, desde el mes de Septiembre de 2017 se ha llegado a cifras negativas, en el mes de marzo de 2018 la inflación anual está en -0,21%, esta recesión generó que el nivel de desempleo llegara a su máximo durante el primer trimestre de 2016 con un 7,35%, durante 2017 se ha mantenido el nivel de desempleo en los 5 puntos y medio con un variación mínima lo que implica que se mantiene el nivel de despidos y la falta de inversión.

La página oficial de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, Asobanca (2018), indica que la composición de los activos de la banca privada en Ecuador en 2017 tuvo un incremento con respecto al 2016 del 20,7%, es decir cerca de USD 4,200, para establecerse a finales de 2017 en USD 24,6000 millones.

La cartera bruta está compuesta principalmente por la cartera de créditos la misma que representa un 58,7% de dicha composición, siendo el componente más importante e influyente seguido por un 18,9% de fondos disponibles y únicamente un 14,7 % por inversiones y otros componentes un 7,7%. La cartera bruta se subdivide en dos categorías: a) Créditos productivos y b) Créditos de consumo y educación.

Los créditos productivos están comprendidos por la categoría comercial con un 48% lo que es en monto USD 11.7000 millones, vivienda con un 9% representa USD 2.2000 millones y microcréditos un 6% con USD 1.5000 millones de créditos (Asobanca, 2018).

Ilustración 17. Composición de la Cartera Bruta, Banca Privada



Adaptación: Autor

Fuente: Asobanca, 2018

Por otra parte, según Asobanca (2018), el índice de morosidad del sector bancario privado en 2017 ha disminuido en un 0,58% hasta ubicarse en una tasa del 2,96%. Mientras tanto la Corporación Financiera Nacional Banca Pública del Ecuador presentó altas tasas de morosidad hasta octubre 2017, con un 16,90%, sus funcionarios aseguran que este índice se debe a los segmentos que se enfocan como Banca de Desarrollo (Corporación Financiera Nacional, 2017).

Posterior a este análisis del sector bancario privado, especialmente, es oportuno anotar que aunque hayan incrementado su saldo en cuanto a cartera bruta e implique directamente un incremento de créditos, estos no solventan las necesidades de los nuevos emprendedores, debido a que los montos de créditos mencionados, se otorgan con mayor facilidad principalmente a los usuarios o empresas que ya cuentan con varios años utilizando los servicios financieros de uno u otro banco, y que cuentan con un amplio historial de transacciones financieras.

Si nos enfocamos en los nuevos emprendedores, cuyo historial bancario es nulo o muchas veces es minúsculo, se les presenta una barrera demasiado alta como por ejemplo presentar estados financieros (en el caso de una empresa) en los cuales se verifique la utilidad generada para posteriormente aprobar un crédito para su empresa, por estas razones el *crowdfunding* es una alternativa más cómoda, accesible y eficiente, ya que el costo de oportunidad en cuanto a la relación tiempo - esfuerzo, dependerá del mismo dueño del proyecto que busca financiarse.

Alternativas a la banca tradicional

Debido a las múltiples garantías y avales que exigen los bancos y sus rigurosos estudios financieros, la devolución con intereses se vuelve obligatoria incluso si el proyecto tiene éxito como si no.

El Mercado de Valores brinda la posibilidad de financiamiento a largo plazo de los sectores productivos, a un menor costo que el que ofrece el sistema bancario. Este sistema es muy bien aprovechado sobre todo por economías consideradas como potencias mundiales ya que brinda un crecimiento económico al favorecer la atracción de capital (Suárez, 2015).

Nuestro mercado bursátil en el año 2016 generó alrededor de USD 8.000 millones representando un estimado del 8% del Producto Interno Bruto. De los USD 8.000 millones un 56,25% pertenece a documentos emitidos por el Estado Ecuatoriano, es decir USD 4.500 millones (El Telégrafo, 2017).

Evidentemente existe una mayor participación del sector público, siendo mucho menos representativa de la esperada la participación del sector privado desembocando en que desde el año 1993 hasta el 2006 hayan transcurrido 23 años desde la aprobación de la Ley del Mercado de Valores y nuestro mercado bursátil solamente haya generado un 3% adicional en todo este tiempo, ya que en 1993 generó un 5% del Producto Interno Bruto (El Telégrafo, 2017).

Uno de los problemas que presenta el Mercado de Valores ecuatoriano es que mayoritariamente se opera con papeles bancarios y títulos o documentos del estado, esto significa que el sector público usa este medio para obtener liquidez y los bancos para obtener financiamiento, es decir, el ahorro se está utilizando y designando al corto plazo lo que genera un desfase para el sector productivo, puesto que carecen de recursos para el correcto financiamiento a largo plazo, por lo tanto la banca genera una limitación al desarrollo del mercado de valores ecuatoriano (Suárez, 2015).

Entrar en el Mercado de Valores tiene sus complicaciones, ya que una empresa debe ser reconocida y confiable, debe tener buen récord de estados financieros y sobre todo deben generar la expectativa suficiente en el público para que sus acciones alcancen valores rentables. Además de lo mencionado, la República del Ecuador carece de una cultura inversionista, una falta de protección al inversionista, no cuenta con una adecuada plataforma tecnológica que permita la comunicación eficiente entre las dos bolsas de valores del país (Suárez, 2015).

La Corporación Financiera Nacional (CFN), en su propósito por impulsar el ingreso de capitales y dinamizar el Mercado de Valores, cuenta con USD 40 millones colocados en las bolsas de valores del país, con el fin de reforzar el sector productivo y su financiamiento en el mercado primario y secundario, mientras tanto a los exportadores e importadores de productos ecuatorianos la CFN se les permite tener acceso a cartas de crédito de: importación y exportación, *Stand By* y garantías bancarias, las mismas tienen establecido un monto mínimo de USD 50.000 (El Telégrafo, 2017).

En el caso de proyectos nuevos como los que generalmente se financian mediante el *crowdfunding*, cuando se generan utilidades gracias a los mercados bursátiles, estas se dividen entre todos los accionistas. Es común que empresas o proyectos nuevos no vean un retorno de la inversión a corto plazo, sino hasta cuando los mismos entran en una etapa de madurez.

Con el *crowdfunding* se requiere determinar un capital estimado para el proyecto y recompensas que se pueden ofrecer a los financiadores. Si el proyecto tiene éxito este se realiza y se entrega su contraparte a los financiadores. Si, por el contrario, el proyecto no tiene éxito este no se realiza y se anulan los compromisos y derechos adquiridos por los contribuyentes.

Una de las diferencias principales de una institución financiera con el *crowdfunding* es que la devolución del financiamiento no siempre es monetaria, ya que, puede incluir el producto o servicio como intercambio por la aportación, esto es bueno ya que el financiamiento no se centra en la solvencia económica del emprendedor sino en la viabilidad del proyecto y el interés que este despierta en el público.

Hay varios factores económicos que llevan a los emprendimientos a usar una alternativa de financiamiento como el *crowdfunding* entre ellos:

- Falta de recursos previos al proyecto.
- Riesgo y asimetría de la información.
- Estructura Organizacional.
- Cantidades requeridas por los promotores del proyecto.

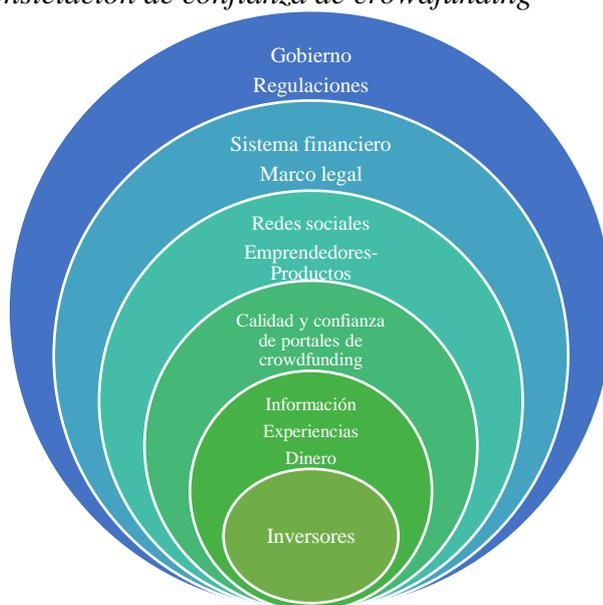
3.1.3. Factores Sociales

Participación de la comunidad

Según *The World Bank* (2013) dentro de los aspectos sociales, la participación de la comunidad es uno de los elementos fundamentales para la construcción de un ecosistema favorable para el desarrollo del *crowdfunding*. Las comunidades deben crear círculos o constelaciones de confianza. Los eventos para facilitar y fomentar el intercambio de ideas motivan la participación de la comunidad en la búsqueda de solución a los problemas, gestión del conocimiento, experiencias y estrategias para crear negocios sustentables.

El elemento más importante para el desarrollo del *crowdfunding* es la confiabilidad, entre emprendedores, inversores y clientes. La confianza es un sistema basado en la percepción de los individuos, grupos, compañías, gobierno e instituciones. La confianza se basa en las relaciones, mientras más cercanas son las relaciones, más alto es el grado de confianza. Es muy probable que los proyectos de *crowdfunding* tengan éxito cuando se desarrollan en una “constelación de confianza” entre los miembros de la comunidad ya que los inversores confiarán que los emprendedores podrán cumplir con sus ofrecimientos y retribuir su inversión. En la ilustración 18 se presentan los elementos y niveles de la constelación de confianza para el desarrollo del *crowdfunding* planteados en *The World Bank* (2013).

Ilustración 18. Constelación de confianza de crowdfunding



Elaborado por: Autor Fuente: *The World Bank*, 2013

Redes sociales

Un factor fundamental es la penetración de internet en un país, lo que incide directamente en la participación activa de la población en redes sociales, puesto que es el principal conductor de las actividades de *crowdfunding*. Las redes han jugado un rol importante en la financiación de los proyectos. Los contactos en redes sociales de los fundadores son importantes para la iniciación del proyecto. La influencia del tamaño de las redes ayuda a que el proyecto pueda llegar a más financiadores y provee señal de aprobación o calidad por parte de las personas que conocen el proyecto (Mollick, 2014).

De acuerdo a la investigación realizada por Mollick (2014), el éxito de los proyectos de *crowdfunding* está ligado a la calidad, ya que los proyectos que muestran características de calidad en sus videos, productos o servicios, es más probable que sean financiados con éxito. Además, también depende del impacto que causen en las redes sociales. Se evidencia un alto componente geográfico en el éxito de los proyectos, ya que aquellos que muestran aspectos ligados a la cultura del lugar de origen suelen ser más exitosos.

Mientras más cercano es el origen del proyecto más dispuestos estarán los inversores a contribuir. Las características del tipo de proyecto generan impacto positivo, si está ligado a la creatividad, tendrá más posibilidades de éxito.

El 70% de las personas que realizan compras *online* en Ecuador lo hace en base a referencias de amigos, conocidos y familiares. Además el 86% realiza las compras desde sus hogares (Universidad Espíritu Santo, 2017).

En Ecuador la penetración del internet es del 81%, superior al promedio de Sudamérica que es del 66,9%. De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, hasta 2015 el 58,6% de la población de 12 años y más poseía una cuenta en redes sociales y el 88,1% destinaba 7,22 horas semanales para el uso de las redes sociales. El 81,9% de los usuarios de redes sociales se encuentran en el sector urbano. La red social más usada en Ecuador es Facebook, el 40,6% de la población usa esta red social, lo que representa 4.888.541 de usuarios (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015).

Cultura emprendedora

Un ambiente legal favorable, la influencia de las iniciativas económicas, el desarrollo de las industrias y el éxito de las empresas son factores que pueden facilitar o restringir el desarrollo del *crowdfunding* con relación a la cultura emprendedora.

El gobierno debería fomentar la cultura emprendedora brindando espacios de trabajo, incubadoras, programas de tutoría entre pares, trabajo colaborativo con universidades e instituciones educativas, entre otros.

Los factores sociales y culturales que tienen gran influencia en el desarrollo del *crowdfunding* se podrán resumir a través de la información de la siguiente tabla:

Tabla 38. Factores que influyen en el desarrollo del *crowdfunding*

Factores positivos:	Factores negativos:
<ul style="list-style-type: none">- Alto uso de redes sociales.- Alto nivel de actividad emprendedora temprana.- Compromiso y apoyo de familiares y amigos de emprendedores para la financiación del proyecto.- Acceso a educación.	<ul style="list-style-type: none">- Protección de identidad virtual por parte de los emprendedores.- Altos índices de desempleo y despidos en el país.- Sobre-regulación a las inversiones.

Elaborado por: Autor Fuente: The World Bank, 2013

3.1.4. Factores Tecnológicos

Para contar con una sociedad interconectada es necesaria la ejecución de los servicios tecnológicos, contando con los servicios y productos de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's). La Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (2015) afirma que:

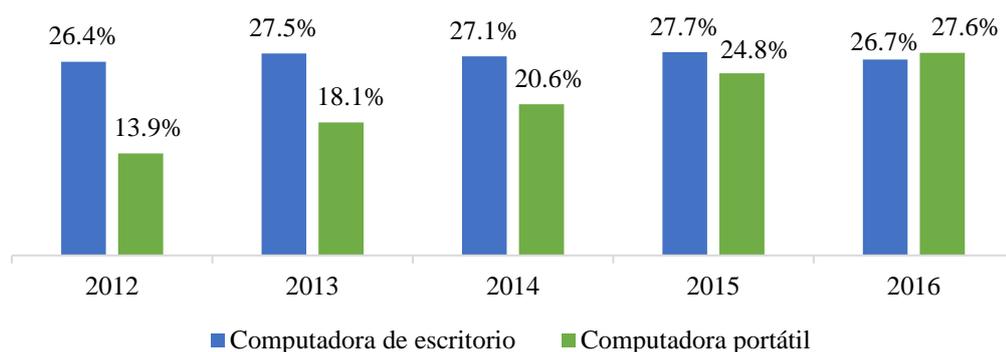
Nuestra cultura está transcurriendo una nueva etapa de la historia que tiene como esencia a la información, al conocimiento, y donde las tecnologías de la información y las comunicaciones son instrumentos necesarios y fundamentales para lograr una sociedad más equitativa, así como para alcanzar nuevos niveles de desarrollo económico y para mejorar la calidad de vida, y la convivencia misma. (p.18)

Portalanza, Duque, y Dakduk (2017) indican que las nuevas tecnologías son un pilar importante debido a su gran impacto en los consumidores, cambiando el enfoque al momento de adquirir servicios o productos. Lo mismo que ha desencadenado en una nueva relación comercial, el *E-commerce*, siendo sus principales características:

- Realizar transacciones comerciales mediante medios electrónicos.
- Contar con varios medios de pago, pero todos netamente tecnológicos.
- Proporciona una mayor legitimidad y seguridad transaccional.

En el Ecuador, es importante analizar ciertos indicadores proporcionados por el informe Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's), realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el último período dado por 2015-2016.

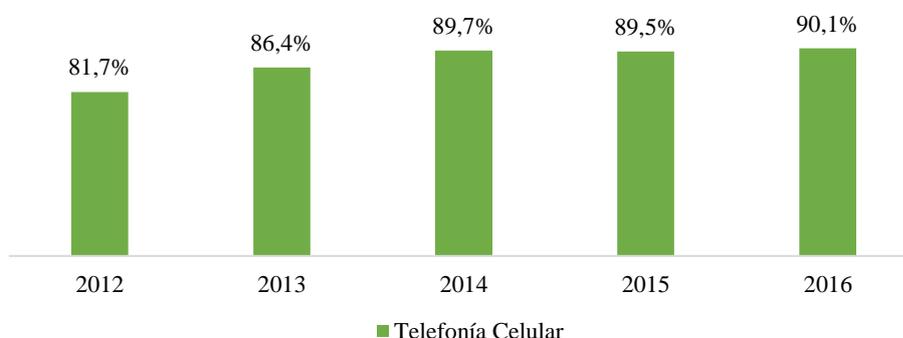
Ilustración 19. Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional



Elaborado por: Autor Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016

En la ilustración 19 se puede observar que el 27,6% de los hogares ecuatorianos cuentan con una computadora portátil, representando un incremento del 2,8% con relación al 2015. Por otra parte, los hogares ecuatorianos que cuentan con una computadora de escritorio, desde el 2012 solamente han incrementado en 0,3% estableciéndose en 26,7% hasta el 2016 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

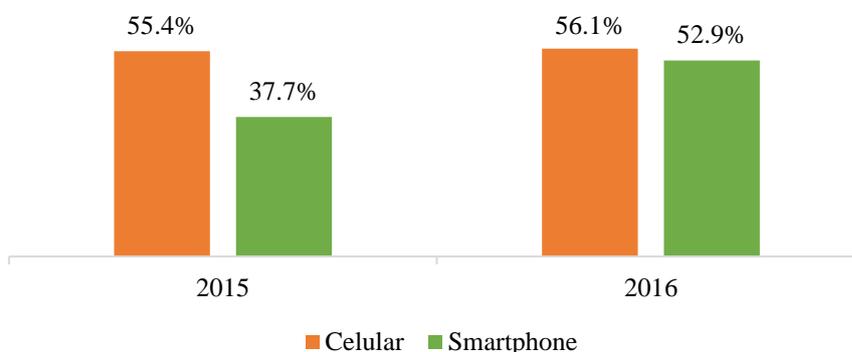
Ilustración 20. Hogares que tienen teléfono celular a nivel nacional



Elaborado por: Autor Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016

La ilustración 20 nos muestra que al menos 9 de cada 10 hogares ecuatorianos poseen al menos un celular, representando el 90,1% en el año 2016, es decir, que existió un incremento de 8,4% desde el año 2012. En otras palabras, el equipamiento tecnológico del hogar ecuatoriano en cuanto a la tenencia de un teléfono celular incremento de 8 a 9 de cada 10 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

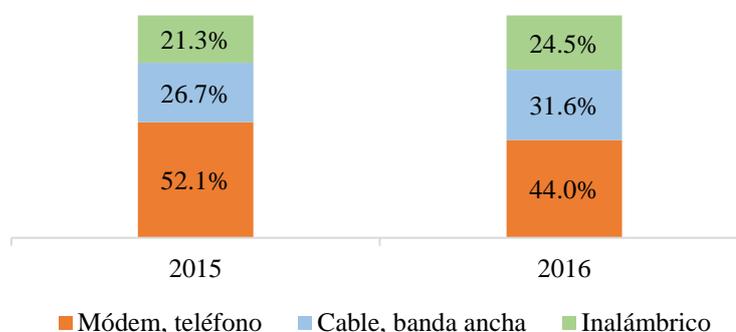
Ilustración 21. *Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado, y personas que tienen teléfono inteligente a nivel nacional*



Elaborado por: Autor Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016

Se puede observar en la ilustración 21 que el 56% de los hogares ecuatorianos cuentan con al menos un celular activado, mientras tanto, se nota un incremento notable en la tenencia de teléfonos inteligentes, llegando en el 2016 aproximadamente al 53% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

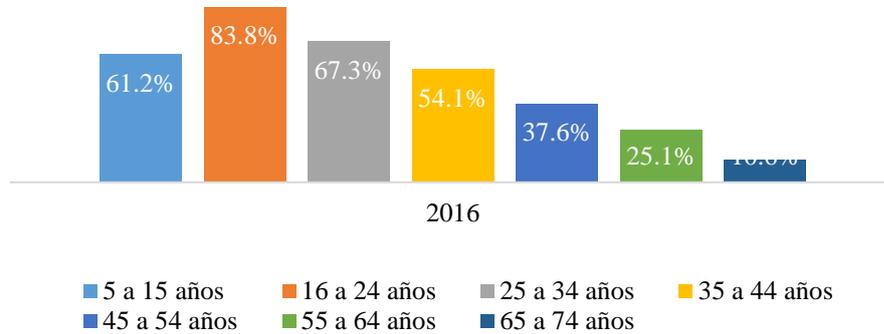
Ilustración 22. *Hogares que tienen acceso a internet a nivel Nacional*



Elaborado por: Autor Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016

En el país el 36% de los hogares cuenta con acceso a internet, de ellos el 44% accede desde módem o teléfono, el 31,6% a través de banda ancha y el 24,5% cuenta con internet móvil. Estos valores tienen relación directa con las ilustraciones 19 y 20, ya que en ellos se señalaba el incremento de hogares con computadoras portátiles y el incremento en la tenencia de un teléfono celular respectivamente, representando el incremento del uso de internet móvil y banda ancha (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

Ilustración 23. Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por grupos de edad a nivel Nacional



Elaborado por: Autor Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016

Se puede observar en la ilustración 23 claramente como el grupo de personas de 16 a 24 años son las personas que más han utilizado internet en el último año, con aproximadamente un 84% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

Ilustración 24. Perfil de las personas ecuatorianas que podrían invertir en crowdfunding



Elaborado por: Autor

3.1.5. Factores Ecológicos

Desarrollo Sostenible

Uno de los más grandes retos a los que se enfrenta la humanidad es el cambio climático. El acelerado agotamiento de recursos naturales, fruto de actividades humanas, ponen al planeta en una situación de riesgo. Este tipo de preocupaciones dieron nacimiento a lo que hoy se conoce como “Desarrollo Sostenible”. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la sostenibilidad es una apuesta al futuro que busca la perdurabilidad. Un sistema es sostenible cuando “el valor neto del producto obtenido no disminuye en el tiempo” (NU. CEPAL, 2003).

En la Conferencia Mundial sobre Atmósfera Cambiante, en Toronto 1988 se definió como desarrollo sostenible a “aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Saavedra Robledo, Muñoz Torres, & Cuesta González, 2010).

Una de las amenazas al desarrollo sostenible es el consumo irresponsable. El consumo es un hecho social que responde a la satisfacción de los sentidos y valores de los individuos en su búsqueda de marcar su identidad (Rodríguez, 2012). Las características y uso de los productos son cada vez menos importantes en las decisiones de compra. Los productos poseen valores simbólicos que se basan en deseos inconscientes, mayormente son ideados por grandes corporaciones y enmarcados en contextos comerciales sin dar valor al uso del producto en sí y a su consumo responsable con la naturaleza (Rodríguez, 2012).

Sostenibilidad en Ecuador

A nivel internacional, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el mayor organismo de cooperación global plantea los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también conocidos como Objetivos Mundiales los que “son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad” (Organización de las Naciones Unidas, 2018). Dentro de estos objetivos, el objetivo 12 se enfoca en la producción y consumo responsable.

A nivel local, la Constitución de la República del Ecuador de 2008 reconoció a la naturaleza como un sujeto de derecho. Además, en el eje 1 “derechos para todos durante toda la vida” del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 del gobierno ecuatoriano se establece como objetivo 3 “garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”. Entre las principales metas del gobierno está el fortalecimiento de una diplomacia verde que luche contra el cambio climático y exija respeto a la naturaleza. Según el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 el desarrollo sostenible implica la reestructuración de la economía, disminuyendo la dependencia de las actividades extractivas y fortaleciendo el bio-conocimiento (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Como política 3.4 del objetivo 3 “garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones” del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 se establece “promover buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la conservación, la mitigación y la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Ecuador es reconocido a nivel mundial por ser un país megadiverso tanto cultural como biológico, cuenta con múltiples zonas protegidas al ser parques nacionales entre ellos los más importantes: Parque Nacional Yasuní, Parque Nacional El Cajas, Galápagos, Parque Nacional Sangay y Parque Nacional Machalilla.

Es importante para la nación conservar estos parques lo mejor posible ya que se han vuelto identidad del país, la conservación se basa en estrictas leyes y controles con el fin de mantener lo más intacto posible las reservas naturales del país.

Ecuador es un país petrolero (representa un 28,4% del PIB 2016), negocio que ha traído prosperidad y recesión al pueblo ecuatoriano, por su gran dependencia del denominado “oro negro”, el petróleo en Ecuador también se usa como fuente de energía no renovable, en los últimos 10 años se ha intentado cambiar esta dependencia energética del petróleo, en base a la construcción de varias plantas hidroeléctricas como Coca-Codo Sinclair, Sopladora, Manduriacu, Minas San Francisco (lista en Mayo/2018), Toachi Pilatón (Inconclusa), Quijos (Inconclusa), Mazar-Dudas (Inconclusa), Proyecto eólico de Villonaco en la provincia de Loja.

Gracias a todos estos proyectos el país de a poco pierde dependencia de los combustibles fósiles para generar energía eléctrica. Ecuador ha dado apertura a muchos proyectos que garanticen la conservación del medio ambiente y se interesa por todo tipo de proyectos ya sean grandes o pequeños siempre y cuando no alteren el equilibrio ecológico del país.

Crowdfunding y desarrollo sostenible.

Actualmente en el mundo existen varias iniciativas en *crowdfunding* que priorizan el medio ambiente, tanto como conservación y purificación de agua, fuentes de energía alternativas, disminución de contaminación (emisiones de CO2), reciclaje, etc. Se espera que la apertura que el país tiene con estos proyectos motive a los ciudadanos a emprender proyectos que beneficien al medio ambiente a través del *crowdfunding*.

De los 101 proyectos de *crowdfunding* alrededor del mundo, presentados en el capítulo 1, el 22% buscan el cuidado del medio ambiente. En la tabla 39 se presenta el origen de los proyectos relacionados con el cuidado del medio ambiente. El 64% de los proyectos se presentaron en países europeos, principalmente en Holanda, Alemania y Austria.

Tabla 39. *Proyectos para cuidado del medio ambiente por continente*

Continente	Frecuencia	Porcentaje
Asia	3	14%
Europa	14	64%
América	1	5%
Oceanía	4	18%
TOTAL	22	100%

Elaborado por: Autor

Con la finalidad de comprender la naturaleza de los proyectos relacionados con el cuidado del medio ambiente, se los dividió en 7 categorías: Alimentos y salud, energía, reciclaje, transporte, consumo responsable, concientización, y protección de hábitat.

Dentro de las categorías alimentos y salud, y energía se encuentra el 50% de los proyectos. Los proyectos de *crowdfunding* relacionados con el cuidado del medio ambiente y que han tenido éxito a nivel mundial principalmente buscan el consumo de alimentos orgánicos, alargar la vida útil de los productos, uso de materiales reciclables y uso de la tecnología para fomentar el consumo responsable.

Tabla 40. Número de proyectos por categoría

Categoría	Número de proyectos	Proyecto/ Empresa	Monto recaudado	Objetivo
Alimentos y salud	7	- Paradiset - Redfellas - Foodist - 5 cups and some sugar - Aware Environmental Ltd - Sorbet (Ethique) - FLECKS Steiererbier, "Más que cerveza"	\$ 7.119.304	Proyectos relacionados a la alimentación saludable, consumo de productos orgánicos, cuidado de la salud con el uso de productos naturales
Energía	4	- Smart Plug 2: Segunda generación de enchufes inteligentes - Smart Plug K - Wakawaka - GW Energy	\$ 3.264.903	Uso responsable de energía eléctrica mediante uso de la tecnología, para el cuidado del medio ambiente y el uso óptimo de recursos
Reciclaje	4	- Panda Hill, pañuelos de papel elaborados con excremento de panda - Original Unverpackt - Cubiertos de madera - LCT, Light and concrete technology	\$ 2.904.811	Productos de consumo masivo elaborados a base de materiales reciclados, buscan promover el consumo responsable y alargar la vida útil de materiales amigables con el medio ambiente
Transporte	3	- Vanmoof - Greenstorm - OneBlip Pty Ltd	\$ 4.299.507	Uso de medios de transporte que no generan emisiones tóxicas para el medio ambiente, uso compartido de medios de transporte
Consumo responsable	2	- Honcho - Peerby	\$ 3.413.842	Uso de aplicaciones móviles para compartir bienes o servicios, para promover el consumo responsable y la cooperación en la comunidad.
Concientización	1	- Demian	\$ 534.623	Documental para generar concientización acerca del cambio climático y sus consecuencias en la vida de las personas
Protección de hábitat	1	- Saving the Quirky, Quizzical Quoll	\$ 60.726	Combatir la extinción de especies en peligro y cuya existencia contribuye al equilibrio ambiental
TOTAL	22		\$ 21.597.716	

Elaborado por: Autor

A nivel nacional, entre los proyectos de *crowdfunding* más destacados del Ecuador de la plataforma Catapultados, se encuentra “Huertomanias”, es huerto urbano que cultiva y elabora productos orgánicos. El proyecto está enfocado en brindar oportunidades laborales a las personas con enfermedades mentales y a la vez formar una cooperativa de trabajo al cuidado del medio ambiente. Este proyecto recaudó \$7.700 cumpliendo su meta en 109% (Catapultados, 2017f).

3.1.6. Factores Legales

Marco regulatorio - Casos de legislación internacional

Conforme el notable crecimiento a nivel mundial de las plataformas *crowdfunding* y su evidente facultad para la captación de capitales, emerge el compromiso de mitigar riesgos, prevenir el fraude, emitir confianza, proteger los derechos de los aportantes, evaluar proyectos, minimizar los conflictos de intereses, resolver problemas de identificación, gestionar las relaciones que nacen tras la aportación (Rodríguez de las Heras Ballell, 2013).

Como una medida de protección para las plataformas *crowdfunding* y para disminuir la carga regulatoria, en Estados Unidos en el mes de abril de 2012, se adoptó la primera regulación legislativa del *crowdfunding* que se encuentra en el tercer capítulo de la *Jumpstart Our Business Startups Act* o también conocida como *JOBS Act*, tiene como objetivo proteger los intereses generales y los derechos de los inversionistas, aplicando ciertas condiciones como la obligación de brindar información, protección de datos, y límites en la cantidad de aportaciones. No obstante, la *JOBS Act* depende directamente de la *Securities Exchange Commission (SEC)*, cuya principal función es solicitar la información que considere necesaria y está facultado legalmente para encargarse de regular la actividad de las plataformas de *crowdfunding* encargadas de vender títulos de valor o acciones, al mismo tiempo que estas plataformas deben estar registradas apropiadamente en la *SEC* (Rodríguez de las Heras Ballell, 2013).

En octubre de 2015 la *SEC* sugirió un grupo de medidas de carácter obligatorio para regular las plataformas de *crowdfunding* (*U.S. Securities and Exchange Commission, 2015*), entre las más importantes están:

- Proporcionar material educativo en donde se explica cómo invertir en la plataforma.
- Acatar medidas que permitan reducir el riesgo de fraude.
- Permitir el acceso a la información en su plataforma para el público en general.
- Proteger la transmisión de fondos y los requisitos de finalización, cancelación y reconfirmación de ofertas.

Por otra parte, en España se ha implementado la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial y entró en vigor el 27 de abril de 2015, esta Ley cuenta con varios objetivos, siendo el más trascendental la regulación de las plataformas de financiación colectiva o *crowdfunding* (Jefatura del Estado, 2015). Cabe mencionar los objetivos que se plantean con este texto normativo:

- Asegurar el derecho de las PYMES al crédito.
- Estipular los parámetros necesarios para la formación de empresas de financiación colectiva.
- Establecer el monto de capital que un proyecto puede recolectar.
- Establecer los límites que cada financiador puede aportar.
- Determinar cómo obligación el acceso a la información (Jefatura del Estado, 2015).

Es oportuno mencionar que las plataformas *crowdfunding* están reguladas por un ente de control, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, quien inspecciona y supervisa los mercados de valores españoles y los sujetos que participan en ella, ya sean sujetos físicos o jurídicos (Jefatura del Estado, 2015).

Marco regulatorio en Ecuador

Una vez analizados los marcos regulatorios encargados del *crowdfunding* en países como Estados Unidos con la *Jumpstart Our Business Startups Act* y España con la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, cabe mencionar que en Ecuador no existe un ente encargado de regular las actividades de las plataformas *crowdfunding*, es decir carecemos de un marco legal específico. A diferencia de los países mencionados anteriormente en donde la práctica del *crowdfunding* mueve millones de dólares, en nuestro país el *crowdfunding* es relativamente nuevo para muchas personas, y no representa una actividad considerable como para ser regulada, debido a que la cantidad recaudada es baja en relación con otros países por lo cual no ha existido preocupación de las autoridades competentes por establecer un marco regulatorio específico (Rugel, González, Navas, Torres, & Vera, 2017).

No obstante, ante la inexistencia de una regulación específica, existen ciertas normas de intermediación financiera y de oferta pública, representados por artículos de ley en los cuales se puede amparar la práctica del *crowdfunding* (Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores, 2017).

Es importante mencionar que el *crowdfunding* permite facilita la relación entre las personas que requieren financiamiento para sus proyectos y personas que están dispuestas a colaborar con el financiamiento del mismo, ya sea sin esperar nada a cambio; o a cambio de una recompensa, interés o participación. Es por esto que para los emprendedores es una herramienta fundamental por a su bajo costo frente a otras fuentes de financiamiento, a más ser más accesible.

La Constitución del Ecuador, 2008, menciona que fomentará las actividades de emprendimiento:

“**Art. 39.-** (...) El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 32).

“**Art. 308.-** (...) El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 147).

“**Art. 310.-** El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 148).

En Ecuador también existe la denominada Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, expedida en el año 2002 y reformada en el año 2014, su objetivo según el **Art. 1.-** de la misma es:

Regular los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. (Ley de Comercio Electrónico. Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, 2002, p. 1).

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos tiene como finalidad regularizar y proteger los derechos de los usuarios de plataformas electrónicas, reconociendo cierto valor jurídico mediante leyes, reglamentos y acuerdos internacionales que regulan el acceso a la información, principios de confidencialidad, protección de datos, entre otros. Esta ley no contiene parámetros específicos como regulaciones en lo que concierne al financiamiento colectivo o *crowdfunding*. (Ley de Comercio Electrónico. Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, 2002).

El Código Orgánico Monetario y Financiero, aprobado en el año 2014, es el responsable de regular los sistemas monetario y financiero. Según su **Art. 3.-** tiene por objetivo: “Potenciar la generación de trabajo, producción de la riqueza, su distribución y redistribución” (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014).

Según el **Art. 62.-** prescribe que la Superintendencia de Bancos posee la función de:

Inspeccionar y sancionar a las personas naturales o jurídicas que no forman parte de la economía popular y solidaria y que ejerzan, contra lo dispuesto en este Código, actividades financieras reservadas a las entidades del Sistema Financiero Nacional, especialmente la captación de recursos de terceros. Para el efecto, actuará por iniciativa propia o por denuncia. (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014, p. 25).

Con respecto a este artículo de ley, se determina que tanto el *crowdlending* o *crowdfunding* de préstamos y el *equity crowdfunding* o *crowdfunding* de inversión, están legalmente prohibidos en el país, debido a que estas modalidades de financiamiento colectivo realizan actividades financieras como la captación de recursos de terceros, siendo instituciones ajenas al Sistema Financiero Nacional y sin formar parte de la economía popular y solidaria, por estas razones en la República del Ecuador los modelos que se acoplan a las regulaciones legales son el *crowdfunding* de recompensas y de donaciones, los mismos que gozan de ser modelos no financieros.

El modelo de recompensas se basa en el principio que su funcionamiento se puede traducir como una especie de preventa de un bien o servicio mediante internet, lo cual permite a los financiadores o aportantes ser contemplados como un cliente anticipado, lo mismo que está permitido en el estado ecuatoriano, por lo tanto, no requiere de ningún tipo de regulación.

Por su parte el modelo de donaciones, al ser una herramienta usada con fines benéficos y sin ánimos de lucro, no está exenta de regulaciones, pero cabe destacar que no es por su modelo de funcionamiento sino más bien con la finalidad de evitar el fraude fiscal, por esta razón la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno prescribe en su “**Art. 36.-** (...) Los beneficiarios de ingresos provenientes de herencias y legados (...) así como los beneficiarios de donaciones, pagarán el impuesto, de conformidad con el reglamento, aplicando a la base imponible las tarifas contenidas en la siguiente tabla:” (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2004, p. 42).

Tabla 41. *Cálculo del impuesto a la renta sobre ingresos provenientes de herencias, legados y donaciones para el 2018*

Año 2018			
En Dólares			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	% Impuesto fracción excedente
0	71.810	0	0%
71.810	143.620	0	5%
143.620	287.240	3.561	10%
287.240	430.890	17.953	15%
430.890	574.530	39.500	20%
574.530	718.150	68.228	25%
718.150	861.760	104.133	30%
861.760	En adelante	147.216	35%

Elaborado por: Autor Fuente: Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2018

Las personas beneficiarias de proyectos de *crowdfunding* de donación deben pagar el impuesto a la renta siempre y cuando lo percibido sea mayor a los USD 71.810.

3.2. Entrevistas

Se aplicó una entrevista estructurada a dos catedráticos del área financiera de cada una de las 4 universidades más representativas de la ciudad: Universidad del Azuay, Universidad de Cuenca, Universidad Católica de Cuenca y Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca. Las entrevistas permitieron respaldar y sustentar más a profundidad el análisis del *crowdfunding* a nivel mundial y la situación en el Ecuador.

Tabla 42. *Catedráticos Entrevistados*

Catedráticos	Universidad
Eco. Washington Baldimir Proaño Rivera	Universidad del Azuay
Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo	Universidad del Azuay
Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez	Universidad de Cuenca
Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo	Universidad de Cuenca
Mg. Gina Patricia Cuadrado Sánchez	Universidad Católica de Cuenca
Mg. Rolando Patricio Andrade Amoroso	Universidad Católica de Cuenca
Eco. María Fernanda Guevara Segarra	Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca
Ing. Diego Santiago Alvarez Pinos	Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca

Elaborado por: Autor

Debido a que la finalidad de la entrevista es conocer si los expertos en temas financieros tienen conocimiento acerca del *crowdfunding*, a la vez de su situación en el país, se planteó en primer lugar la pregunta: ¿Conoce qué es el *crowdfunding*?, y si la respuesta es negativa, terminará de inmediato la misma.

3.2.1. Resultados

1. ¿Conoce qué es el *crowdfunding*?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

Se conoce que el *crowdfunding* es una alternativa de financiación para superar las limitaciones que enfrentan ciertos negocios, sujetos de crédito o emprendimientos.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Es el financiamiento que tenemos de manera colectiva, funciona muy bien en ciertas economías en donde las personas tienen un conocimiento financiero básico y en especial donde lo han podido aplicar.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Es una herramienta bastante nueva, esta herramienta no se ha desarrollado en nuestro país, yo entiendo por *crowdfunding* que es un espacio, un grupo de personas, un grupo de comunidades donde se puede conseguir financiamiento para cualquier tipo de proyecto.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Sí, se trata de una fuente de financiamiento.

Mg. Gina Patricia Cuadrado Sánchez

No.

Mg. Rolando Patricio Andrade Amoroso

No.

Eco. María Fernanda Guevara Segarra

No.

Ing. Diego Santiago Álvarez Pinos

No.

2. ¿Sabe cómo funciona?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

Este tipo “nuevo” de financiamiento se basa en la oportunidad de agrupar personas, esfuerzos recursos e ideas con el objetivo de obtener financiación para desarrollar un proyecto o proyectos específicos bajo esquemas legales o económicos diferentes a los tradicionales, apoyados con las tecnologías de la información.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

He visto que tienen una fortaleza en aquellos países donde fomentan los emprendimientos para generar exportaciones, es decir emprendimientos más empresariales, no de los emprendimientos que son de auto-ocupación. Como lo dicen las estadísticas en Ecuador, tenemos los índices más altos de emprendimiento, pero no un emprendimiento empresarial enfocado a la exportación, más bien tenemos un emprendimiento más de auto-ocupación.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Su funcionamiento no está todavía definido, en ciertos países ya está desarrollado este tema, principalmente creo que necesita una normativa, porque no está claro que ciertas personas, inversionistas colocan recursos en este espacio y aquellas que necesitan (financiamiento) ya sean personas o empresas, desconocen de cuáles son las características que deberían cumplir, pero lo que se debería hacer es tener clara una normativa de cómo funcionaría este tema, es importante comentar que un mecanismo que funciona al 100% en otros países como Chile, México están bien desarrollados en cuanto a la plataforma tecnológica, es decir son inversionistas.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Consiste en armar una red a través de la cual se pueda alcanzar o acceder a la financiación colectiva, normalmente este proceso se lo hace online y se puede acceder a esta red a través del internet.

3. ¿Qué sabe acerca de la iniciativa *crowdfunding* en otros países?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

He leído que en España existe un desarrollo y profundizado de esta alternativa de financiación sobre todo para el crecimiento sostenido de las pymes. México también es otro país que está desarrollando estas iniciativas a nivel de sectores vulnerables o menos atractivos para la intermediación financiera. Algunos países de Centroamérica, Guatemala, Costa Rica entre otros.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Cómo le mencionaba, principalmente funciona en las economías en las que la sociedad posee un conocimiento financiero apto y básico, para así poder ponerlo en práctica.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Hay países en Latinoamérica que ya están avanzados, personalmente tuve una experiencia hace un par de años en Chile y tuve la oportunidad de conocer CORPO (Corporación de Fomento, filial al Ministerio de Relaciones Exteriores), Chile incluso ya ha planteado una normativa, Colombia tengo el conocimiento que ya están con este tema, México igual, países asiáticos como Singapur, Tailandia, ya lo manejan al igual que Corea. Creo que son países más desarrollados en los que está mucho más claro lo que es temas de inversión. Existe beneficios en nuestro país, ya hay algunas iniciativas como la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI) ubicada en Quito; es un organismo mixto sin fines de lucro en el que están ayudando mucho en la generación de la innovación y el emprendimiento, ellos, hace un par de meses plantearon el tema del *crowdfunding* para que todos esos emprendimientos personales, o en base tecnológica tengan acceso a recursos indiscutiblemente.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

En otros países ha tenido mucho más desarrollo que en el nuestro, concretamente Estados Unidos es un buen ejemplo de *crowdfunding* o de redes armadas para conceder este tipo de financiación, otro de los países que trabajan en *crowdfunding* es España y tienen un muy buen desarrollo este mecanismo, en países como el nuestro, lamentablemente no han tenido la promoción que debería, no se ha dado el impulso quizás a través de leyes, regulaciones y de normativas que promuevan esta fuente, sería muy interesante, ya que nos hace falta mucho como una estructura definida que nos respalde en ese sentido.

4. ¿Cree que el desarrollo de esta iniciativa en el país tendría buena aceptación por parte de la población ecuatoriana?

(Tomando en cuenta que la penetración de internet es de 81%, que 8.000.000 de personas utilizan redes sociales y el 35% de la población compra en línea)

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

Pensaría que estamos ya entrando en este tipo de iniciativas, si bien de manera muy informal y de manera subterránea puesto que ya hay grupos de amigos que buscan presentar sus ideas para conseguir de otros los recursos para desarrollar sus emprendimientos.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Sí, en un nicho específico de jóvenes que tienen una preparación profesional, técnica, que les apasiona y que quieren ser empresarios, se enfocarían más como una meta personal, indistintamente de su profesión; no necesariamente les veo a los profesionales del área contable, financiera gerencial utilizando esta iniciativa, más bien veo a los profesionales de otras áreas, que estarían dispuestos a buscar fondos para dar vida a sus proyectos.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Una de las ventajas es la penetración que posee el internet en el país, por el mismo hecho que el modelo del *crowdfunding* hace que la comunidad necesite una plataforma tecnológica, creo que eso sí es un componente para que nuestro país procure entrar en estos procesos, lo que pasa es que faltaría un poco de iniciativa en cuanto a la cultura de la población; además de ello pienso que existe un tema de riesgos, como el analizar qué ventajas me otorga entrar en cierto proyecto, ser socio del mismo. Pienso que se necesita implicar un tema de seguridad en la inversión para este sistema.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Sí, se debería, como Estado deberíamos impulsar este tipo de iniciativas, sobre todo en aquellos sectores en donde la asociación o la asociatividad tienen mucha fuerza. Nuestra ciudad y nuestra provincia (Cuenca-Azuay) serían muy buenos puntos de análisis para este tipo de financiamiento, a través de ellos (*crowdfunding*) se podrían fortalecer a sectores completos, por ejemplo, al sector del calzado, joyería, del sombrero de paja toquilla en los que hay muchos inversionistas o micro empresarios que estas fuentes no les caería nada mal, además les permitirían asociarse (clúster), entonces sí sería una buena iniciativa.

5. ¿Conoce los tipos de *crowdfunding*?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

De la literatura que he leído al menos cuatro modalidades están visibles del *crowdfunding* como el: 1) basado en donaciones, 2) basado en recompensas, 3) basado en equidad y 4) préstamos o basado en deuda.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Son los 4 tipos que son: por acciones, por créditos y el de recompensas básicamente.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Tengo conocimiento que hay varios tipos, existen los financieros y los no financieros. Los no financieros están ligados más hacia proyectos de orden social y de orden económico, es decir de donaciones y también esta las recompensas es decir un apoyo a cambio de algo en contraparte, prácticamente son proyectos en los que hasta cierto punto el riesgo es menor, por el mismo hecho de que es una donación, una recompensa no hay el riesgo, como cuando hay el costo del dinero. En cuanto al *crowdfunding* financiero tenemos dos tipos: de deuda e inversión de capital o lo que son los ángeles inversionistas, estos dos tipos son mucho más riesgosos por el hecho de que hay un costo de capital, es decir hay una tasa de interés y por el otro lado el inversor espera acciones a cambio de su inversión. En nuestro país no se ha trabajado mucho con *crowdfunding*, pero hay un mix, por decirle supongamos que hay fondos de la Unión Europea, fondos de la CAF o fondos del BID que les otorgan como apoyo para la creación de sectores productivos empresariales, entonces en estos casos está el mix ya que existe una donación y también la empresa pone recursos. Entonces esto es importante para que la empresa y el sector se sientan identificados que no solamente debe ser donación para que pueda funcionar un proyecto.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Hay diferentes tipos de *crowdfunding*, concretamente hay como 4 tipos que se podrían identificarse a nivel de fuentes de financiamiento. Tenemos los tipos de donaciones, recompensas, el *equity-crowdfunding* (de inversión) y el *lending-crowdfunding* (de préstamos).

6. ¿Qué tipo de *crowdfunding* cree que tendría un mayor desarrollo en Ecuador?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

Creería que el basado en recompensas y el basado en deuda.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Por nuestra cultura, que nos gusta el premio, la recompensa, creo que ese sería el más aceptado, pero me suena más apasionante el de acciones, porque uno debe ser parte de algo, que no solamente consiste en ayudar a gestionar un fondeo de recursos y que termine la relación, el proceso ahí, sino más bien pasar a ser parte de estos emprendimientos, demostrando la confianza que tengo en el proyecto, siendo parte de ese equipo accionario.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Creo que depende de las instituciones, vamos al tema empresarial, si usted quiere ponerse una empresa creo que vamos por los temas financieros por el mismo hecho por el concepto de crear una empresa, a la larga el fin es la rentabilidad, es la utilidad sobre los recursos, aunque depende, por ejemplo, si voy a un gobierno provincial y necesito una carretera también se podría trabajar mediante un *crowdfunding* no financiero, es decir una donación. Hay empresas que sí lo hacen como Graiman lo hace mediante su responsabilidad social, que pienso está ligado bastante a este tema.

En conclusión creo que nuestro país necesita generar tecnología y nuevas empresas de base tecnológica, las personas buscamos la manera más fácil como decir que alguien nos de algo, nos done, yo pienso que debe haber ese esfuerzo adicional para un mayor desarrollo del país, como empresas de investigación, de base tecnológica en las que si se debe invertir para que sea un sustento, porque los recursos sabemos que son limitados y no siempre le van a dar temas de donaciones, personalmente si queremos sacar a nuestro país de la pobreza tenemos que crear empresas, es cuestión de romper paradigmas.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

El que nosotros podríamos desarrollar o al que podrían tener acceso (emprendedores), el modelo del *crowdfunding* de recompensas, en el que les dan el financiamiento y a cambio les entregan alguna obra, creo que no hay un tipo de *crowdfunding* como de peso, que surta como fuente de financiamiento, por ejemplo, el *equity*, que es muy interesante debería promoverse en el país, pero no se lo hace, al punto que ni siquiera nuestro mercado de valores está desarrollado, entonces este tipo como el *equity-crowdfunding* consiste en entregar acciones, entonces si en el país no hay un mercado de valores que promueva la negociación de acciones, difícilmente esta alternativa podría tener cabida. Los modelos que personalmente creo podrían surtir efecto si se promoviera como debería promoverse serían el *equity* y también el *lending* (de intereses), que es en lo que nos movemos como país, el de donación pienso que ya entra en países grandes, como en Estados Unidos un ejemplo claro es el de Bill Gates en donde con un socio recaudaron dinero para importar de agua potable un país África, Senegal.

7. ¿Cuál cree que es un factor determinante para que un proyecto de *crowdfunding* tenga éxito?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

El carácter crediticio de los demandantes de los recursos, la calidad y claridad de su iniciativa.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Creo que el nivel cultural es algo fundamental, sustentado, fundamentado en la lectura que tenemos de las alternativas, lamentablemente en nuestro país, las estadísticas y los resultados de la parte política, nos cuentan otra historia, ya que están ganando aquellas personas que ofrecen lo más fácil, lo más rápido como recompensas inmediatas.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sanchez

Pienso que hay varios multiniveles, de varios factores, factores externos como la parte macroeconómica, la inflación, la tasa de interés, el riesgo país, pero también hay factores internos como en las empresas es el tema de gerenciamiento, un correcto manejo del capital de trabajo, verificar como van mis ventas, también pienso que va por un tema socio-emocional de las personas, al fin y al cabo no somos máquinas, pienso que sacarles a las personas de esa zona de confort porque eso es lo que se necesita, un claro ejemplo, yo he tenido experiencias en Colombia y el sector empresarial de ellos es mucho más desarrollado, los indicadores lo dicen todo, el índice de competitividad de Colombia a nivel Latinoamericano está en el cuarto puesto, la forma en la que piensan los colombianos le han dado el giro de 180 grados, la empresa colombiana es mucho más competitiva que la empresa ecuatoriana, a pesar que ellos cuentan con el problema social de la guerra interna, sobre todo es la actitud de cada persona, pienso que eso serían los factores determinantes.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

El factor determinante creo que es la confianza, sobre todo en su negocio luego el sentar las bases sólidas y las condiciones de hacer el financiamiento, también es importante el tema de valores, principios como inversionistas o inversores. Pienso que la confianza es el factor determinante hablando en términos de una financiación colectiva.

8. ¿Cuáles cree que serían las perspectivas para el desarrollo del *crowdfunding* en Ecuador?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

El sistema cooperativo debería bajar un poco más su segmento de mercado que atiende y promover la especialización en este tipo de financiación.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Le veo como una perspectiva el concientizar a los jóvenes, transmitirles la pasión por hacer las cosas por sí mismos, demostrarnos de que en otras partes del mundo no solamente necesitas capacidad intelectual, veo que podemos generar desarrollo fundamentado en ideas, modelos y conceptos, y le veo con muy buenos ojos este concepto como una fuente de recursos, concebido como una alternativa a las tradicionales.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Creo que es un tema cultural, creo que hay unas iniciativas, principalmente participé de dos talleres en Quito, por parte del Banco de desarrollo de América Latina (CAF) y con la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), ya dieron cursos para dar a conocer en que consiste este fondeo para que las *Startup*, las nuevas empresas puedan conseguir fondos. Yo creo que las perspectivas depende mucho de la generación de una política pública, esto principalmente debe salir como apoyo del gobierno, es decir que tenga una reglamentación y una normativa que no todos puedan hacer, hay que tener mucho cuidado porque se puede dar mucho el tema de las estafas, pienso que se debe minimizar el riesgo también creo que debería ir este proceso como parte del rol de las propias universidades, siendo uno de los factores fundamentales para que se pueda transmitir a todos los profesionales de todas las áreas, y así puedan conocer para qué sirve el *crowdfunding*, en la AEI hay un apoyo del 100% del Grupo La Favorita, tengo entendido que hay iniciativa por parte del sector privado de poner recursos para que este fondo pueda darse en nuestro país.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Yo veo muy complejas sobre todo por la situación actual del país, el que llegase a promover estos tipos de fuentes de financiamiento, por las razones ya mencionadas carecemos de una ley, normativa, regulaciones que amparen, promuevan el desarrollo de este mecanismo. En perspectiva es muy complicado poder avizorar algo que coadyuve a promover la situación actual, por ejemplo, la administración del riesgo que traería consigo la financiación de esta alternativa es lo que debería gestionarse (leyes, normas, regulaciones), mientras no se cuente con ese respaldo, difícilmente se van a lanzar a este mecanismo, creo que como Estado debería dar los mecanismos necesarios para tratar de administrar ese riesgo, y así promover el acceso al *crowdfunding*. Le veo como se dice comúnmente “un arma de doble filo” ya que por un lado exigimos leyes, y creemos que las leyes podrían controlar y regular o evitar el acceso a estas fuentes, y por otro lado decimos no, las leyes deberían promover el acceso a estas fuentes, entonces hay que buscar un equilibrio.

9. ¿Cuáles serían las razones para que se fomente el *crowdfunding*, y las razones por las que no?

Eco. Washington Bladimir Proaño Rivera

Los factores que impulsan esta alternativa son en principio las grandes necesidades que sienten los sectores vulnerables por desarrollar o hacer crecer sus ideas, las limitaciones que tienen cuando acuden al sistema financiero tradicional (intermediación financiera).

En tanto que los factores adversos para el desarrollo está el riesgo que para los inversionistas significa arriesgar sus recursos en iniciativas (proyectos) que no sean sostenibles y retarden o no se materialice la cobertura de sus necesidades y aspiraciones.

Eco. Lenin Patricio Zuñiga Condo

Le veo positivamente a esta alternativa, creo que no hay razones para dejar de fomentar de incentivar esta opción, y yo le veo como una alternativa viable es que en nuestro país como somos conservadores somos bastante dejados, vamos sencillamente a la alternativa de acudir a un banco a que ellos nos presten dinero, a pesar de que ahora han mejorado los controles al sistema financiero, estos no son suficientes para hacer que estas tasas de interés bajen. Entonces esta alternativa (*crowdfunding*) es la mejor manera personalmente para lograr que las tasas de interés del sector financiero formal y legal empiece a disminuir, porque tendrían una competencia con una alternativa de recursos cuyos costos van a ser considerablemente más bajos.

Ing. Gustavo Giovanni Flores Sánchez

Para generar emprendimiento, uno de los factores y limitantes es el crédito, hasta que no se normalice el costo del dinero y este sea mucho menor para emprender, habría que ver si este sistema va a funcionar como un giro de mercado financiero, es decir es parte de un mercado financiero pero se necesita una regulación al respecto, como quién le va a controlar, quién será el ente de control que le regule al *crowdfunding*, porque como se va a recibir dinero de varias partes del mundo existe el riesgo que pueda ser un lavado de activos, aunque un tema de inversión siempre lleva consigo un tema de riesgo, a mayor riesgo mayor rendimiento eso deberíamos tener presente para que se fomente de una manera correcta. Finalmente, cerca del 90% del financiamiento que tiene nuestro sector empresarial, siempre son por los intermediarios financieros (bancos y cooperativas), yo creo que hay que buscar nuevas formas de financiamiento, creo que el *crowdfunding* si es que se le sabe manejar bien el concepto y más una buena regulación, yo creo que puede ser una muy buena alternativa de financiamiento especialmente pienso que para los emprendimientos, yo no pienso que sea para empresas que ya están funcionando, para estas empresas hay otras formas como mercados de capital (bolsa de valores), pero para los emprendimientos, el *crowdfunding* pienso que es un buen elemento para que puedan crecer.

Ing. Ximena Katherine Peralta Vallejo

Pienso que debería fomentarse como una fuente de financiamiento para promover el desarrollo económico de un Estado. Este mecanismo colaborativo de financiación de proyectos además fomentar el desarrollo y crecimiento de un Estado son las razones propias (personales) es decir las que un inversionista podría llegar a tener para ser parte de este tipo de proyectos, entonces si yo estoy armando una red, si estoy utilizando este mecanismo para financiar un proyecto, un negocio mío, debería tener mis propios objetivos, mis propias razones como tener niveles de rentabilidad, un nivel de financiamiento controlado, equilibrado, todas las razones que traen consigo el emprender en un proyecto.

Pensaría que no hay muchas razones por las cuales no debería promoverse el *crowdfunding*, soy muy partidaria de que estos mecanismos nuevos deberían ponerse en marcha. Una razón podría ser, el que no se asocien podría generar algo de inestabilidad (en términos de Estado) en el sentido de que el micro mecenazgo el tipo de *crowdfunding*, si es que yo me apunto sólo a ellos, podría afectar a algún sector económico, quizás por ahí, en el sentido de privilegiar a unos y no a otros, y en ese sentido vaya el riesgo, porque las razones por las que no, me hace solamente la parte del riesgo de este mecanismo.

3.2.2. Resumen de resultados

Conocimiento acerca del *crowdfunding*: La mitad de los catedráticos poseen conocimiento acerca del *crowdfunding*, todos coinciden que se trata de una fuente nueva de financiamiento, que es una alternativa para los emprendedores.

Funcionamiento del *crowdfunding*: Los expertos opinan que se trata de una fuente de financiamiento que se la puede desarrollar mediante grupos o redes, con la finalidad de obtener financiación, mediante una plataforma *online*.

Crowdfunding en otros países: Concuerdan en que principalmente países mucho más desarrollados que tienen ya un sistema de funcionamiento establecido, el mismo que es apoyado con un ente regulador estatal, principalmente se habla del modelo de Estados Unidos, España, México y Chile, que son países en donde se ha profundizado esta alternativa.

Desarrollo de esta iniciativa y aceptación ecuatoriana: Se concluye que debido a factores como la penetración en internet, son puntos a favor de este modelo de financiamiento, en Ecuador ya se practica el *crowdfunding* pero de una manera muy informal, el nivel cultural de la población es un factor de incidencia debido a que están acostumbrados a los modelos tradicionales de financiación, el riesgo que implica tanto para los emprendedores como para los inversionistas es un factor a tomar en cuenta, pero su correcto manejo podría fortalecer a sectores productivos completos, incentivando una asociación.

Tipos de *crowdfunding*: Existen 4 tipos de *crowdfunding*, estos a su vez se dividen en dos categorías: financieros y no financieros. Los financieros están conformados por: el modelo de *equity* o inversión y el *lending* o préstamos, por su parte los no financieros los conforman: el modelo de donaciones y también de recompensas.

Mayor desarrollo en Ecuador (Tipo de *crowdfunding*): El modelo de *crowdfunding* de recompensas es el que obtendrá un mayor desarrollo en el país, ya que la mayoría de emprendedores ecuatorianos puede acceder a este tipo de *crowdfunding*, no obstante, se cree necesario la implementación de modelos de inversión, ya que implicaría directamente en el crecimiento y desarrollo de un país, principalmente se debe generar empresas con bases tecnológicas.

Factor determinante para que un proyecto tenga éxito: Los factores que influyen directamente pasan por un tema cultural que implicaría valores, principios y confianza de las dos partes incidentes en el modelo de *crowdfunding*, si lo ponemos desde un punto de vista macro implicaría hacer un cambio socio emocional, que beneficiaría sin lugar a dudas a la productividad y desarrollo del Ecuador, mejorando el índice de competitividad del país.

Perspectivas del *crowdfunding* en Ecuador: Se cree que debido a la falta de regulación y al temor de los inversionistas por cuestiones de riesgo, el *crowdfunding* está en una etapa temprana en Ecuador y requiere apoyo gubernamental mediando políticas públicas y de la banca privada para desarrollarse.

Razones por las que se fomente el *crowdfunding*, y razones por las que no: Entre los factores por los que se debería fomentar esta iniciativa están las limitaciones que un emprendedor encuentra en su búsqueda de financiamiento mediante el sistema financiero tradicional, se debería reducir el costo del dinero en lo que respecta a créditos para emprendedores, un factor adicional es la rentabilidad que espera personalmente cada uno de los emprendedores. En cuanto a los factores por los que no se debe fomentar, tenemos principalmente el riesgo que implicaría para los inversores colocar su dinero en un proyecto que no sea sostenible o que no se materialicen sus necesidades, otro riesgo muy alto es el origen de las divisas recibidas ya que puede ser netamente un lavado de activos, una falta de asociatividad por parte de los grupos implicados podría generar inestabilidad; es decir que un sector puede ser beneficiado totalmente y otro sector puede salir afectado.

3.3. Cuestionario de autoevaluación

AUTOEVALUACIÓN DEL CROWDFUNDING EN ECUADOR

En el documento “El potencial del *crowdfunding* para el mundo en desarrollo (*Crowdfunding’s potential for the developing world*), publicado por infoDev, del programa del Banco Mundial que está encargado de brindar apoyo para el crecimiento del emprendimiento y el desarrollo económico, se presenta una herramienta de autoevaluación para conocer el grado de preparación de un país con respecto al *crowdfunding* (infoDev-World Bank, 2013).

La herramienta evalúa 4 aspectos fundamentales para el desarrollo del *crowdfunding*: (1) Tecnología, aspectos tecnológicos y educacionales necesarios para el desarrollo del *crowdfunding*, (2) Cultura, existencia de cultura emprendedora, consideración del emprendimiento como una carrera profesional, (3) Regulación, la regulación puede permitir o limitar el emprendimiento y el *crowdfunding* dependiendo de la estructura y el alcance, y (4) Capital, la disponibilidad del capital es usualmente uno de los elementos determinantes cuando se trata de construir un sistema emprendedor exitoso (infoDev-World Bank, 2013).

A continuación, se presenta la aplicación de la herramienta en Ecuador, para lo cual se recurrió a datos secundarios con la finalidad de disminuir el grado de subjetividad en la calificación de cada aspecto.

3.3.1. Tecnología

PREGUNTA	CALIFICACIÓN
----------	--------------

- | | |
|---|-----------|
| 1. ¿Cuál es el nivel de penetración del internet en el país? | 10 |
|---|-----------|

(1= Bajo, 10= Alto)

Según Universidad Espiritu Santo (2017), la penetración del internet en Ecuador es del 81,0%, por encima del promedio de Sudamérica que es del 66,9%. Además, es el segundo país con el mayor índice.

- | | |
|--|-----------|
| 2. ¿Cuál es la velocidad de conectividad móvil más fácilmente disponible en las áreas urbanas de su país? | 10 |
|--|-----------|

(1= sin conectividad, 4= conectividad 2G, 7= conectividad 3G, 10= conectividad 4G)

Según Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2015), La implementación de la tecnología 4G empezó a finales de 2013 en Ecuador, el 50% de la población ecuatoriana tiene cobertura de internet 4G LTE. Hasta marzo de 2017 se registraron 2,17 millones de conexiones 4G en dispositivos móviles.

- | | |
|---|----------|
| 3. ¿Cuán participativa es la población en redes sociales como LinkedIn, Facebook, Twitter y otras? | 8 |
|---|----------|

(1= bajo uso, 10= alto uso)

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, hasta 2015 el 58,6% de la población de 12 años y más poseía una cuenta en redes sociales y el 88,1% destinaba 7,22 horas semanales para el uso de las redes sociales (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

Hasta 2016, en Ecuador el porcentaje de usuarios de Facebook es del 58,3%, el promedio a nivel de Sudamérica es del 55% (Universidad Espiritu Santo, 2017).

4. ¿Cuál es el promedio de años de escolaridad del país? 7

(1= menos de 4 años, 10= más de 12 años)

Según el Ministerio de Educación, el promedio nacional de años de escolaridad de las personas de 24 años en adelante fue de 10,13 años hasta diciembre del 2016 (Ministerio de Educación, 2016).

5. ¿Se enseñan habilidades empresariales (contabilidad, marketing, etc)? 10

(1= en los trabajos, 10= en educación formal)

Según el Ministerio de Educación, dentro de las asignaturas del segundo año de bachillerato general unificado, se dicta “Emprendimiento y Gestión” en donde se busca desarrollar las capacidades emprendedoras de los jóvenes, así como la futura generación de autoempleo. La cátedra se dicta desde la perspectiva empresarial y como una alternativa para fortalecer el emprendimiento en el país (Ministerio de Educación, 2018). Además, según el Senescyt las carreras de Administración de Empresas y Contabilidad y Auditoría están entre las 20 carreras más demandadas en las universidades públicas (El Universo, 2017).

Es importante resaltar que el 32% de los emprendedores ecuatorianos han concluido únicamente la primaria, 33% la secundaria y solo el 15% han finalizado sus estudio superiores (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

6. ¿El sistema bancario brinda soporte a transferencias electrónicas, o existen otros medios disponibles para realizar transacciones por internet o celular? 10

(1= no común, 10= muy común)

Según el BCE el 40% de las personas posee una cuenta bancaria. El sistema de dinero electrónico surgió en 2014 por medio del Código Monetario y Financiero y era administrado por el Banco Central del Ecuador (BCE) desde 2014 hasta 2017. Hasta 2017 existían 409.999 cuentas creadas, a través de las que se hicieron 4.005.663 transacciones por más de USD 52 millones durante 2017.

Con la Ley de Reactivación Económica se ordenó la desaparición de la plataforma del BCE con la finalidad de incrementar la confianza por el dinero electrónico. Para sustituir dicha plataforma se creó un sistema administrado por el sistema financiero nacional que comprende banca pública, privada y cooperativas (El telégrafo, 2018).

TOTAL TECNOLOGÍA

55/60

3.3.2. Cultura

PREGUNTA	CALIFICACIÓN
----------	--------------

- | | |
|--|-----------|
| 7. Cómo trayectoria profesional, ¿cuán favorable ven las personas al emprendimiento en el país? | 10 |
|--|-----------|

(1= no muy favorable, 10= muy favorable)

Según el *Global Entrepreneurship Monitor- Ecuador 2016*, el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador fue de 31,8% siendo 2,2 veces mayor que el promedio de las economías de eficiencia. La TEA representa la proporción de la población adulta que había realizado gestiones para crear un negocio o que poseía uno cuya antigüedad no era mayor a 42 meses. Ecuador es el país con TEA más alta de la región (*Global Entrepreneurship Monitor, 2016*).

El 20,8% de la población adulta emprendió por oportunidad, mientras que el 8,9% lo hizo por necesidad. Los principales motivos de los emprendedores por oportunidad son mejorar sus ingresos e independencia económica. En Ecuador el 59,5% de la población de 18 a 64 años considera que empezar un negocio es una buena opción profesional, el 69% considera que confiere estatus (*Global Entrepreneurship Monitor, 2016*).

- | | |
|---|----------|
| 8. En las inversiones, ¿Cuán tolerantes al riesgo son las personas en el país? | 1 |
|---|----------|

(1= las personas no toman riesgos con sus inversiones, 10= las personas entienden el riesgo e incluyen una pequeña porción de inversiones de alto riesgo en su cartera de inversiones)

Según la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, (2018) en Ecuador existe un bajo nivel y calidad de la inversión en capital. El monto total de inversión societaria entre 2013 y 2017 fue de USD 9.503 millones, siendo 2015 el año en el que mayor inversión se registró. La inversión empresarial en Ecuador tradicionalmente había mantenido un patrón similar a la tasa de crecimiento del PIB, sin embargo, durante los últimos años ha decrecido.

El monto del capital invertido resulta de la constitución de compañías o de aumento de capital de compañías existentes, siendo la segunda la más común y significativa por el monto de inversión. El panorama de inversión ha sido poco atractivo durante los últimos años, debido principalmente a la caída del precio del petróleo y a la apreciación del dólar. Es así que para 2016 la inversión empresarial disminuyó en un 50% con relación al año 2015 (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2018).

Además de acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales 2011-2012 (Enighur), el ingreso promedio de los hogares ecuatorianos es de USD 892,9 mientras que el gasto es de USD 809,6. Además el 58,8% de los hogares tienen ingresos mayores a sus gastos, y estos ingresos principalmente se originan del trabajo, únicamente el 2,6% de los ingresos resulta de renta de la propiedad y del capital. Los principales gastos de los ecuatorianos son para cubrir rubros de alimentación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012).

Los ahorros de los ecuatorianos se destinan principalmente a cubrir emergencias o para alcanzar metas. Quienes realizan inversiones con su dinero, generalmente lo hacen a través de instituciones bancarias con tasas de interés y plazos fijos.

9. ¿Cuán tolerantes al riesgo son las personas en el país para cambiar de trabajo? 1

(1= las personas no toman riesgo con sus carreras profesionales, 10= las personas entienden el riesgo e incluyen cambios de trabajo como parte de crecimiento profesional estratégico)

Según la Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo actualizada a marzo 2018, el 95,6% de la población económicamente activa tiene empleo, mientras que el 4,4% está desempleada. La población económicamente activa es de 8,2 millones de personas.

La tasa de empleo adecuado durante marzo de 2018 fue de 41,1%, este porcentaje representa a las personas que perciben ingresos iguales o superiores al salario mínimo y que trabajan igual o más de 40 horas a la semana.

El resto de la población económicamente activa que tiene empleo está bajo condiciones de subempleo, empleo no pleno, o empleo no remunerado (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018). En base a las estadísticas presentadas, se concluye que la mayoría de los ecuatorianos no toman riesgo en el cambio de trabajo.

10. En general, ¿las acciones son tomadas en base a metas individuales o grupales? 10

(1= las personas actúan de manera individual, 10= las personas toman decisiones basadas en la dinámica del grupo)

Según un estudio publicado durante 2016 por la Universidad Estatal de Michigan, la Universidad de Chicago y la Universidad de Indiana. Ecuador es el país más empático del mundo. La empatía es la capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos. Según las conclusiones del estudio la empatía predomina en países donde la cultura está vinculada a la comunidad más no a la individualidad (El telégrafo, 2016).

11. ¿Cómo describiría en general el nivel de confianza de los individuos dentro de la sociedad/ cultura? 10

(1= construir relaciones de confianza entre los individuos demanda tiempo y experiencia, 10= las relaciones de confianza se forman rápidamente)

Como se había mencionado, durante 2016 un estudio concluyó que Ecuador es el país más empático del mundo. Es decir, los ecuatorianos pueden construir vínculos sociales positivos con facilidad y tienen mayor predisposición a ayudar (El telégrafo, 2016).

Según el informe de 2016 de los países más amistosos desarrollado por Expat Insider, en donde se califican parámetros como: la facilidad de hacer amigos, trato a extranjeros, amabilidad de los residentes y la importancia de conocer el idioma. La calificación se divide en 7 categorías con puntajes entre 1 a 67. Los países en los que es más fácil hacer amigos están en la categoría 1 con puntaje entre 1 a 10, mientras que los países con mayor dificultad para hacer amigos se encuentran en la categoría 7 con puntaje entre 56 y 67. Según el estudio, Ecuador es un país en donde es fácil construir relaciones de amistad y confianza ya que encuentra en la categoría 2, con puntaje entre 11 y 19 (Muhimu, 2017).

12. ¿Cuánta confianza tiene los individuos en los negocios de los que son parte? 5

(1= es inusual para los negocios construir confianza en sus clientes, 10= marcas/negocios construyen lazos fuertes y de confianza)

El índice de confianza del consumidor (ICC) muestra el grado de optimismo de los consumidores con respecto a la situación económica del país y su situación financiera del hogar. Las respuestas se ponderan de 0 a 100 puntos, siendo 0 una condición de empeoramiento, mientras que 100 representa una situación de mejora (Banco Central del Ecuador, 2017).

Durante febrero del 2018, el índice de confianza del consumidor en Ecuador fue de 40,3. Con la misma tendencia se presenta el indicador de situación presente (ISP) que es de 38,5 puntos, y el indicador de expectativas (IDE) de 43,9. Los consumidores se muestran pesimistas ante la situación presente y futura en aspectos relacionados a la economía del país, el hogar, empleo, alimentación y entretenimiento (Banco Central del Ecuador, 2018).

13. ¿Cuánta confianza hay entre los individuos y el gobierno? 5

(1= bajo nivel de confianza, 10= alto nivel de confianza)

Según CEDATOS (2018), durante abril del 2018, la aprobación y credibilidad de los Ecuatorianos en el gobierno disminuyó, ubicándose en un 50,5% debido al anuncio de las nuevas medidas económicas. Sin embargo, la gestión del presidente Lenin Moreno tuvo un nivel de aprobación histórico durante agosto de 2017, con 77% de aprobación.

14. ¿Incubadoras, aceleradores en mi país capacitan activamente a los emprendedores? 5

(1= incubadoras/aceleradores tienen espacios físicos sin programas de educación, 10= incubadoras/aceleradores tienen espacios físicos con entrenamiento activo en la iniciación y crecimiento de negocios exitosos)

El ciclo del emprendimiento se divide en 5 etapas: (1) motivación, (2) estímulo a la creatividad, (3) planificación, (4) financiamiento, y (5) puesta en marcha. De acuerdo con el reporte de Emprendimiento en Ecuador realizado por la revista de negocios EKOS durante 2015, las actividades de apoyo al emprendimiento en Ecuador se tienen a enfocar en la etapa de motivación, ya que 6 de cada 10 proyectos de impulso al emprendimiento se basan en charlas, conferencias, foros o seminarios que tienen la finalidad de crear interés por la creación de una empresa. El 51% busca el desarrollo de la creatividad para identificar oportunidades de negocio. El 58% de los proyectos se relacionan a la fase de planificación, brindando asesoría para los planes de negocio. Únicamente 37% muestra fuentes de financiamiento para emprendedores, y el 15% brindan soporte para la etapa de puesta en marcha (EKOS, 2015).

Además, según el mismo reporte, se evidencia una desarticulación de esfuerzos entre las organizaciones que buscan promover el emprendimiento ya que se presentan propuestas individuales sin ningún criterio de coordinación interinstitucional (EKOS, 2015).

15. ¿El emprendimiento en el país es fomentado por el gobierno u organizaciones no gubernamentales? **4**

(1= no, poco común, 10= mucho, muy común)

Los expertos mencionan que el marco jurídico ecuatoriano es una de las principales restricciones para el emprendimiento, debido a las barreras para crear y disolver empresas, además de los constantes cambios tributarios y regulatorios. Existe una contradicción a nivel de gobierno ya que a pesar del deseo de promover el emprendimiento en el país, las políticas actuales han incrementado el riesgo de inversiones en negocios y únicamente están potenciando emprendimientos por necesidad, aquellos surgidos de la contracción económica y el desempleo (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

Entre las condiciones que obstaculizan el emprendimiento en Ecuador están las políticas de gobierno. Según el “Análisis de la situación actual del emprendimiento: sus actores públicos y privados” de la Universidad Andina Simón Bolívar y el *Young Americas Business Trust* en el país existen grandes esfuerzos de actores públicos y/o privados, sin embargo, las acciones promovidas se han caracterizado por una tendencia hacia la escasa articulación y concentración en determinadas etapas del ciclo del emprendimiento (EKOS, 2015).

16. ¿Las personas acostumbran a comprar y vender bienes o servicios on-line? 3

(1= compras y ventas online no son comunes, 10= compras y ventas online son muy comunes)

Según el reporte de *e-commerce* en Ecuador realizado por la Universidad Espíritu Santo, las actividades on-line todavía están en evaluación en nuestro país. El 35% utiliza internet para realizar compras de productos y servicios. Los compradores son mayormente universitarios entre 23 y 33 años de nivel socioeconómico medio-alto. Entre las principales razones para no realizar compras on-line están: preferencia de ver los productos o servicios, miedo a entregar información personal, desconfianza de las formas de pago y miedo a fraudes (Universidad Espíritu Santo, 2017).

17. ¿Cuán cómodas están las personas usando mecanismos de calificación online (botón de like, calificación con estrellas, retroalimentación) en sitios web? 4

(1= incomodidad usando mecanismos de calificación online, 10= muy cómodo utilizando mecanismos de calificación online)

Según el Observatorio TIC del Ministerio de Telecomunicaciones, el analfabetismo digital -personas entre 15 a 49 años, era del 10,48% durante 2017. Mientras que de las personas que usan internet, el 31% lo utiliza como medio de comunicación (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2018).

De acuerdo a un estudio realizado por el IAB (*Interactive Advertising Bureau*), principal organismo de la industria publicitaria en el mundo; las funciones principales para las que los ecuatorianos usan las redes sociales son para revisar historias y colecciones de imágenes o moodboards a través de Facebook e Instagram. La red social LinkedIn es utilizada para buscar oportunidades laborales, mientras que twitter es una red social informativa. La aplicación para comunicación más utilizada es WhatsApp (IAB - Ecuador, 2017).

Con la información presentada y debido a la escasa información específica con respecto a los mecanismos de calificación on-line, se concluye que los ecuatorianos utilizan las redes sociales principalmente para el intercambio de información.

TOTAL CULTURA

58/110

3.3.3. Regulación

PREGUNTA	CALIFICACIÓN
----------	--------------

- | | |
|--|----------|
| 18. ¿Cuál es el nivel de regulación/ complejidad del proceso para empezar un negocio? | 3 |
|--|----------|

(1= muy complicado, 10= muy fácil)

Según el informe Doing Business de 2018 presentado por el Banco Mundial cuya última actualización fue en junio de 2017, con relación a la facilidad para la apertura de un negocio, Ecuador ocupa la posición número 168 de 190. El país que ocupa la posición número 1 es Nueva Zelanda. Ecuador es uno de los países en los que es más difícil empezar un negocio (Banco Mundial, 2018).

- | | |
|---|----------|
| 19. ¿Cuál es el nivel de regulación/proceso/gasto en la contratación y despido de empleados? | 3 |
|---|----------|

(1= muy complicado, 10= muy fácil)

Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (2016), la rigidez de las normas laborales es uno de los principales problemas que afectan el emprendimiento y la innovación en el Ecuador. Por lo que entre sus recomendaciones se encuentra la mejora de la flexibilidad laboral.

Los emprendimientos ecuatorianos no están generando plazas de trabajo que disminuyan el desempleo y el empleo inadecuado del país. Únicamente los negocios establecidos generan entre 1 y 5 plazas de trabajo. Apenas el 4,6% de los emprendedores en la TEA genera más de 10 empleos, muy por debajo de países como Colombia y Chile donde la tasa es del 25% (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

20. ¿Cuál es el nivel de regulación para disolver una empresa? 3

(1= muy complicado, 10= muy fácil)

De acuerdo con el informe Doing Business de 2018 presentado por el Banco Mundial, Ecuador ocupa la posición 157 de 190 con respecto a la resolución de insolvencia de compañías. El tiempo para que los acreedores recuperen su deuda tras la disolución es de 5,3 años mientras que el promedio de América Latina y el Caribe es de 2,9 años. El índice de fortaleza del marco regulatorio de la insolvencia para Ecuador es de 5 puntos sobre una escala de 16 puntos (Banco Mundial, 2018).

Las principales razones del cierre de negocios de emprendedores nacientes son “razones personales”, mientras que los nuevos emprendedores cerraron debido a que “el negocio no era lucrativo” (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

21. En relación a la regulación financiera, ¿hasta qué punto la protección del inversionista tiene prioridad sobre la capacidad de las empresas para recaudar dinero para comenzar o crecer? 6

(1= el gobierno está enfocado principalmente en la protección al inversor, 10= el gobierno está enfocado principalmente en el acceso al capital para los negocios)

Con relación a la protección al inversionista, según el informe Doing Business de 2018 presentado por el Banco Mundial, Ecuador ocupa la posición 124 de 190. El índice del alcance de la regulación en materia de conflicto de interés es de 4,3 de 10 puntos, el promedio de América Latina y el Caribe es de 5,3. Además, el índice de gobernanza corporativa - que engloba los derechos de los accionistas, transparencia corporativa y fortaleza de la estructura de gobernanza- es de 5 sobre 10 puntos (Banco Mundial, 2018).

TOTAL REGULACIÓN

15/40

3.3.4. Capital

22. **¿El financiamiento para nuevos negocios es principalmente entregado por (1= gobierno/bancos, 10= amigos y familia)?** 5

Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (2016), el promedio del factor de apoyo financiero a los emprendimientos en Ecuador es de 2,86 este valor está por debajo del promedio de las economías de eficiencia en donde es de 4,07, además también es inferior al promedio de la región que es de 3,42. En Ecuador se carece de fuentes de financiamiento para los emprendedores, el soporte financiero para los emprendedores proviene principalmente de “inversión informal, familiares, amigos y terceros privados”.

Los bancos son la fuente de financiamiento externa más importante, durante 2016 el 45% de los emprendedores utilizaron el sistema bancario para su financiamiento, el 33% recibieron inversiones de sus familiares, el 5% recibió el apoyo de amigos, el 3% utilizó fondos del gobierno para financiarse, y el 3,2% usó inversionistas privados o capital de riesgo. La tasa de utilización del *crowdfunding* a 2015 era del 1,7% y se usa principalmente para proyectos creativos (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

23. **¿El financiamiento para pequeñas empresas es principalmente entregado por (1= gobierno/bancos, 10= amigos y familia)?** 1

La fuente de financiamiento más común para las PYMES en Ecuador son los créditos bancarios y fondos propios. Sin embargo, los estándares de garantía y requisitos impuestos por las instituciones financieras -justificados por los altos índices de morosidad de las PYMES- resultan difíciles de cumplir para las pequeñas empresas. Aproximadamente el 13% de las PYMES cierran su negocio por problemas de financiamiento (Observatorio PYME - UEES, 2015).

Entre los obstáculos para el emprendimiento establecidos por *Global Entrepreneurship Monitor* se encuentra la falta de fuentes de financiamiento dedicadas para emprendedores, es necesario que se implementen mecanismos de financiamiento no tradicionales. Se menciona que “los créditos actuales no están diseñados para empresas pequeñas y menos aún para productos intangibles o innovadores con alto componente de riesgo” (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

24. ¿Los bancos otorgan préstamos a pequeños y nuevos negocios de manera activa? (1= Si, 10= No) 1

Los bancos fueron la fuente de financiamiento más importante de los emprendedores en Ecuador, esta fuente de financiamiento fue usada por el 45% de los emprendedores durante 2016, debido al auge de líneas de créditos para emprendedores durante los últimos años. Los bancos como fuente de financiamiento su utilizados principalmente por los emprendedores más jóvenes entre 18 a 24 años. El porcentaje de emprendedores que utilizaron el sistema bancario para financiarse disminuyó del 47% en 2015 a 45% en 2016 (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

25. ¿Los inversores ángeles están haciendo inversiones activamente en negocios en etapas tempranas en el país? (1= No, 10= Si) 3

Los inversionistas ángeles son empresarios o profesionales que invierten en negocios en sus etapas tempranas, lo hacen normalmente a través de clubes. Según la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) en Ecuador este tipo de inversionistas financia entre \$25.000 y \$100.000 (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

Considerando que el monto requerido para iniciar un negocio en Ecuador durante 2016 fue de \$2.000 (Global Entrepreneurship Monitor, 2016). Los inversionistas ángeles podrían financiar la creación entre 13 y 50 nuevos negocios anuales. Sin embargo, según GEM se evidencian avances en el desarrollo de nuevos mecanismos de financiamiento como inversionistas ángeles y capital de riesgo.

26. ¿Los fondos de capital de riesgo de etapa inicial están haciendo inversiones activamente en empresas nuevas y pequeñas en mi país? (1= No, 10= Si) 1

Los capitales de riesgo (*venture capital*) son inversiones en fases de crecimiento de nuevas empresas y tienen riesgo elevado. En Ecuador el uso de inversionistas privados o capital de riesgo como medio de financiamiento para los emprendedores fue del 3,6% en 2016. En la región la tasa es menor al 10%, a excepción de países como Colombia con 19% y Chile con 15%. La inversión promedio de capitales de riesgo para *startups* está entre \$100.000 y \$400.000, a pesar de que este tipo de inversiones se encuentran en una etapa inicial en Ecuador, se evidencia avances en su desarrollo (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

TOTAL CAPITAL

11/50

3.3.5. Resultados de la evaluación

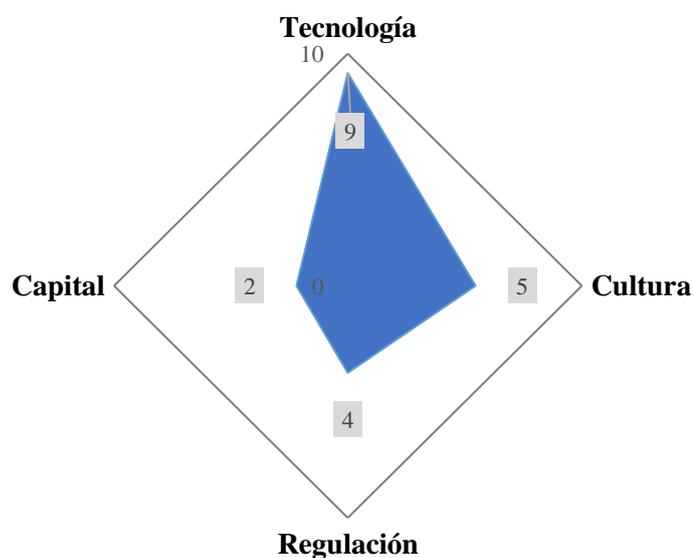
En la tabla 41 se muestran los resultados de la metodología aplicada, además de las recomendaciones brindadas en la misma herramienta.

Tabla 43. Resumen de resultados de autoevaluación del crowdfunding en Ecuador

Aspecto	Calificación	Calificación (escala 10)	Resultado	Recomendación
Tecnología	55/60	9	La tecnología está disponible y se usa fácilmente	Participar en eventos y usar la tecnología y las redes sociales para promover el <i>crowdfunding</i> y la inversión en <i>crowdfunding</i> como mecanismo para promover el emprendimiento, la innovación y el empleo.
Cultura	58/110	5	Capacidad empresarial moderadamente desarrollada y cierta tolerancia a inversiones de riesgo	Continuar con capacitación y programas de orientación, lanzar iniciativas más amplias que muestren historias de éxito temprano, creando vínculos externos para incrementar la capacidad.
Regulación	15/40	4	La regulación existente es suficiente	El gobierno podría analizar las leyes de valores para encontrar maneras de permitir negocios y formación de capital.
Capital	11/50	2	El mercado privado de capitales es inexistente	El gobierno debería considerar formas en las cuales el mercado de capitales privados pueda fomentar el emprendimiento y la innovación.
Total	139/260	5	Buenas posibilidades para el éxito del <i>crowdfunding</i>	Existen buenas posibilidades para que el <i>crowdfunding</i> se desarrolle de manera exitosa. El <i>crowdfunding</i> basado en recompensas debe promoverse como un primer paso hacia la inversión en <i>crowdfunding</i> .

Elaborado por: Autor

Ilustración 25. Autoevaluación por aspectos



Elaborado por: Autor

Como se aprecia en la ilustración 25, el aspecto más débil para el desarrollo del *crowdfunding* en Ecuador es el Capital ya que existen limitaciones en las formas de financiamiento existentes por lo que se recomienda la adopción de nuevos mecanismos para el financiamiento de emprendimientos, tales como el *crowdfunding*.

El factor con mejor calificación es el Tecnológico, se cuenta con los recursos tecnológicos suficientes para el desarrollo del *crowdfunding* en el Ecuador.

De acuerdo al resultado total de la autoevaluación de los aspectos, existen buenas condiciones en el país para el desarrollo del *crowdfunding*, además se recomienda fortalecer el *crowdfunding* de recompensas como primer paso.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a las políticas gubernamentales, se busca promover medios de financiamiento alternos para emprendedores, además el gobierno se encuentra fomentando el uso de medios electrónicos como forma de pago, por lo que los factores políticos y económicos se presentan como una oportunidad para el *crowdfunding*.

En el país se cuenta con la tecnología necesaria para el desarrollo del *crowdfunding* además de un gran uso de redes sociales y alto nivel de actividad emprendedora temprana, sin embargo, es necesario fortalecer la participación e interacción de los usuarios en redes sociales ya que este factor es sumamente importante para el desarrollo del *crowdfunding*.

Existe un bajo nivel de competitividad de los emprendedores ecuatorianos, ya que en su mayoría los emprendimientos surgen por necesidad y tienen bajo nivel de creatividad e innovación. Considerando que el *crowdfunding* es el mecanismo de financiamiento en donde los proyectos con características de creatividad, innovación y cuidado del medio ambiente son los de mayor éxito, es necesario que los proyectos de los emprendedores ecuatorianos fortalezcan estos aspectos.

Los catedráticos coinciden en que el *crowdfunding* es una alternativa de financiamiento para emprendedores, para cuyo desarrollo es necesaria la existencia de mecanismos reguladores gubernamentales. La población ecuatoriana aún desconoce y siente temor por nuevos modelos de financiación, el aspecto cultural es uno de los factores más cruciales para el éxito del *crowdfunding*. El *crowdfunding* de donación y de recompensas se debería fortalecer en el país ya que actualmente se encuentra en una etapa temprana, además consideran que en el futuro se debería implementar *crowdfunding* de inversión y de préstamos en base a los resultados de los modelos que están funcionando actualmente en Ecuador.

De acuerdo con la autoevaluación, el capital y la regulación son los factores más débiles para el desarrollo del *crowdfunding*, se recomienda fortalecer el *crowdfunding* de recompensas como primer paso.

Debido al débil Mercado de Valores ecuatoriano y a la falta de regulación, el *crowdfunding* de inversión y de préstamos son las modalidades que tienen menores posibilidades de desarrollo en Ecuador. De acuerdo con el análisis y a la opinión de los catedráticos, es fundamental que se fortalezca el desarrollo del *crowdfunding* de recompensas y donaciones que se encuentran en etapas tempranas para que en el futuro sean el marco de referencia para el funcionamiento del *crowdfunding* de inversiones y de préstamo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El *crowdfunding* es un mecanismo emergente de financiación alternativa que funciona mediante una convocatoria abierta en internet, en donde participan emprendedores o creativos, financiadores, patrocinadores o inversores, y la plataforma. Los factores que fortalecen el desarrollo del *crowdfunding* son regulaciones económicas, disponibilidad de medios tecnológicos, cultura emprendedora, y participación de la comunidad.
- A través de la experiencia de países como China, se evidencia que para el fortalecimiento del *crowdfunding* es necesaria la vinculación del sector financiero privado. Además, en países europeos y norteamericanos se aprecia que los proyectos con características de innovación, creatividad y cuidado del medio ambiente son los que tienen mayor probabilidad de éxito. En Ecuador, generalmente los proyectos de los emprendedores carecen de características innovadoras, por lo que es necesario que se trabaje en la capacitación en temas relacionados con la innovación y desarrollo de nuevos productos, preferiblemente aquellos enfocados al cuidado del medio ambiente para que así los proyectos puedan alcanzar éxito a nivel nacional e internacional. Además, a nivel local, los proyectos más exitosos, se relacionan a aspectos sociales y culturales por lo que existe la disponibilidad de apoyar a este tipo de proyectos.

- En el análisis de factores en el ámbito político existen varias políticas gubernamentales que buscan el surgimiento de mecanismos alternativos de financiamiento. Con respecto al ámbito económico la mayor debilidad es el bajo desarrollo de mecanismos alternos de financiamiento, como el Mercado de Valores, además de la alta aversión al riesgo por parte de los inversores. En los factores sociales y tecnológicos, a pesar del alto índice de penetración de internet y del elevado uso de redes sociales, es necesario que se fortalezca la interacción y participación de los usuarios, necesario para el desarrollo del *crowdfunding*. En relación a los factores ecológicos, como ya se mencionó, los proyectos exitosos suelen reunir características del consumo responsable y cuidado del medio ambiente, por lo que se debe fortalecer el desarrollo de este tipo de proyectos en Ecuador. Finalmente, con respecto al ámbito legal, no existe un marco regulatorio específico para el *crowdfunding*, el establecimiento de un marco legal es clave para el éxito del *crowdfunding*.
- De acuerdo a la información analizada y a la opinión de los expertos, Ecuador cuenta con los medios tecnológicos y el enfoque de las políticas gubernamentales para el desarrollo de nuevos mecanismos de financiamiento para los emprendedores, por lo que es necesario el fortalecimiento de los modelos de *crowdfunding* existentes en el país (*crowdfunding* de recompensa y de donación), mediante la vinculación y trabajo conjunto con organismos públicos y privados.
- Es recomendable trabajar en el fortalecimiento de la constelación de confianza para el desarrollo del *crowdfunding*. La confianza es un sistema que se basa en la percepción de los individuos, empresas, gobierno e instituciones, y se fortalece a través de la construcción de relaciones cercanas y de las buenas experiencias. Por lo cual es fundamental la realización de actividades de cooperación comunitaria, tales como incubadoras, aceleradores, talleres, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Acolítame. (2016). El Boom del Rock. Retrieved from <https://www.acolitame.org/proyectos/elboomdelrock>
- Acolítame. (2017a). Acolítame campañas. Retrieved from <https://www.acolitame.org/explorar>
- Acolítame. (2017b). Preguntas frecuentes. Retrieved from <https://www.acolitame.org/preguntas>
- Acolítame. (2018). Acolítame. Retrieved from <https://www.acolitame.org/explorar>
- Afluenta. (2018). Afluenta. Retrieved from <https://www.afluenta.com/>
- Akabbo. (2018). Akabbo - Raise funds locally for the things you care about.
- Aleman, L., & Bultó, I. (2014). "Crowdfunding": nueva forma de financiación para emprendedores. *Harvard Deusto Business Review*, 6–19.
- Asobanca. (2018). *Evolución de la Banca Privada Ecuatoriana*.
- Banco Central del Ecuador. (2017). Metodología del Índice de Confianza del Consumidor.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Índice de Confianza del Consumidor*.
- Banco Mundial. (2018). Clasificación de las economías - Doing Business - Banco Mundial.
- Barbato, A. (2017). *Enfermedad cero: El nacimiento del modelo colaborativo de la salud (Commons). El nacimiento de las redes digitales*. Tektime.
- Brabham, D. C. (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 75–90. <https://doi.org/10.1177/1354856507084420>
- Broota. (2018). Broota. Retrieved from <https://inversion.broota.com/>
- Business Victoria. (2018). Planning successful crowdfunding.
- Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina. (2015). *El Impacto de las TIC en la Economía y la Sociedad*. Retrieved from <http://www.cicomra.org.ar/cicomra2/2015/El-Impacto-de-las-TIC-en-la-economia-y-la-sociedad.pdf>
- Cambridge Centre for Alternative Finance. (2017). Crowdfunding in East Africa: Regulation and Policy for Market Development. *Report*, (January).
- Campfire. (2018). クラウドファンディング - CAMPFIRE (キャンプファイヤー) .
- Catapultados. (2016). La banda que lo mezcla todo. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/la-banda-mezcla/>
- Catapultados. (2017a). Ayúdanos a Parir. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/ayudanos-a-parir/>

- Catapultados. (2017b). Ayúdanos a terminar Alba. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/ayudanos-terminar-alba/>
- Catapultados. (2017c). Cómo funciona catapultados. Retrieved from <https://catapultados.com/como-funciona/>
- Catapultados. (2017d). El libro de Litro x Mate. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/libro-litro-x-mate/>
- Catapultados. (2017e). Estación Polar. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/estacion-polar/>
- Catapultados. (2017f). Huertomanías | Catapultados. Retrieved from <https://catapultados.com/proyecto/huertomanias/>
- Catapultados. (2018a). Catapultados. Retrieved from <https://catapultados.com/>
- Catapultados. (2018b). Explora proyectos catapultados. Retrieved from <https://catapultados.com/explorar/>
- Catarse. (2017). Catarse. Retrieved from <https://www.catarse.me/>
- CEDATOS. (2018). Bajan los índices de aprobación y credibilidad del presidente Lenin Moreno luego de medidas económicas.
- Código Orgánico Monetario y Financiero. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*.
- Companisto. (2018). Crowdfunding for Start-ups | Equity-based Crowdfunding for.
- CONDA. (2018). CONDA Crowdfunding.
- Constitución del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador. Retrieved from http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Corporación Financiera Nacional. (2017). *Análisis del Sistema Financiero Nacional*. Retrieved from <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/12/Informe-Sector-Financiero-Nov-2017-Final.pdf>
- Crowdcube. (2018). Online investing, equity crowdfunding, business finance : Crowdcube.
- Crowdfund Insider. (2014). JD.com & Grameen Trust Partner Up on Micro-loans for Entrepreneurs | Crowdfund Insider.
- CrowdfundingHub. (2016). Current State of Crowdfunding in Europe.
- Crowdium. (2018). Crowdium. Retrieved from <https://www.crowdium.com.ar/>
- Crunchbase. (2018). Tumblbug | Crunchbase.
- Cuesta, Carmen; Fernández de Lis, Santiago; Roibas, Irene; Rubio, Ana; Ruesta, Macarena; Tuesta, David; Urbiola, P. (2014). Crowdfunding en 360° : alternativa de financiación en la era digital Observatorio Economía Digital. *Observatorio Economía Digital*, 1–27. Retrieved from <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/10/Observatorio-crowdfunding-vf.pdf>
- Cumplo. (2018a). Cumplo. Retrieved from <https://secure.cumplo.cl/>

- Cumplo. (2018b). Qué es Cumplo. Retrieved from https://secure.cumplo.cl/que_es_cumplo
- Demohour. (2017). Demohour.
- Ecuavisa. (2016). Once cintas ecuatorianas se estrenarán en 2016. Retrieved from <http://www.ecuavisa.com/articulo/televistazo/entretenimiento/127106-once-cintas-ecuatorianas-se-estrenaran-2016>
- EKOS. (2015). Emprendimiento en Ecuador. *Core Business*.
- El telégrafo. (2016a). ALBA marca una nueva ruta en el financiamiento del cine local. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/alba-marca-una-nueva-ruta-en-el-financiamiento-del-cine-local>
- El telégrafo. (2016b). Ecuador es el país más empático y emocional del mundo.
- El telégrafo. (2018). “Bimo” reemplazará al dinero electrónico.
- El Telégrafo. (2017a). El negocio bursátil solo creció 3% en 23 años en el país. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-negocio-bursatil-solo-crecio-3-en-23-anos-en-el-pais>
- El Telégrafo. (2017b). La CFN dispone de \$ 700 millones para créditos. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-cfn-dispone-de-usd-700-millones-para-creditos>
- El Universo. (2017). Medicina, psicología y derecho, entre 10 carreras más elegidas en Ecuador | Comunidad | Guayaquil | El Universo.
- Enable Funding. (2018). Past Opportunities Archives - Enable Funding: Enable Funding.
- Fintech. (2017). Top 11 Donation and Reward-Based Crowdfunding Platforms in Asia | Fintech Singapore.
- Forbes. (2015). Europe’s Five Biggest Crowdfunding Centres.
- Forbes. (2016). How Asia Is Adopting Crowdfunding From The West.
- Franke, N., & Klausberger, K. (2008). Designcommunities Business Model of the Future. *Institute or Entrepreneurship and Innovation*, (January), 1–7.
- Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Retrieved from <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2017/03/estudiocompleto.pdf>
- FundedByMe. (2018). Crowdfunding for intelligent growth through FundedByMe | FundedByMe.
- Fundwise. (2018). Fundwise.
- Gallardo, E. (2015). *¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding?* (Editorial UOC, Ed.) (1st ed.). Barcelona. Retrieved from <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/reader.action?ppg=4&docID=11217025&tm=1498067618741>

- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador-2016*. <https://doi.org/ISSN No.13903047>
- Green Rocket. (2018). GREEN ROCKET - Crowdfunding para empresas sostenibles y nuevas empresas.
- GreenCrowds. (2018). GreenCrowds - Impulsa grandes comunidades. Retrieved from <https://dev.greencrowds.org/>
- Haz Vaca. (2017). Instructivo campañas. Retrieved from <https://www.hazvaca.com/content/pages/instructivo>
- Haz Vaca. (2018a). Haz Vaca. Retrieved from https://www.hazvaca.com/category/most_funded
- Haz Vaca. (2018b). Tu sonrisa es mi gol. Retrieved from <https://www.hazvaca.com/campaign/tusonrisaesmigol>
- Hooandja. (2018). Hooandja - Ühisrahasutusplattvorm, kus head ideed leiavad toetuse.
- Howe, J. (2006). The rise of Crowdsourcing. Retrieved from https://www.wired.com/2006/06/crowds/?pg=1&topic=crowds&topic_set=
- IAB - Ecuador. (2017). *Consumo Digital Ecuador 2017*.
- Indiegogo. (2017a). How it works. Retrieved from <https://entrepreneur.indiegogo.com/how-it-works/>
- Indiegogo. (2017b). Indiegogo Campaigns. Retrieved from https://www.indiegogo.com/explore/all?project_type=campaign&project_timg=all&sort=most_funded
- infoDev-World Bank. (2013). *Crowdfunding 's Potential for the Developing World*. Washington DC: infoDev Growing Innovation.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011-2012*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *La Encuesta de Condiciones de Vida ECV 2014*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2016*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo.
- Jefatura del Estado. (2015). Ley de fomento de la financiación empresarial. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-4607-consolidado.pdf>
- Jingdong. (2017). Coufenzi Crowdfunding.
- Ketto. (2017). Best Crowdfunding Platform & Website in India | Online Fundraising Website - Ketto.
- Kickstarter. (2017). Estadísticas Kickstarter. Retrieved from https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=about_subnav
- Kiss Kiss Bank Bank. (2018). KissKissBankBank — Let's unleash Creativity!

- Kleemann, F., Voß, G. G., & Rieder, K. (2008). Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. *Science, Technology & Innovation Studies*, 4(1), PP. 5-26. <https://doi.org/10.1007/s00256-006-0244-8>
- Kopernik. (2018). Kopernik | Finding What Works.
- Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). An Empirical Analysis of Crowdfunding.
- Lanzanos. (2018). Crowdfunding - Index - Lanzanos.
- Ley de Comercio Electrónico. Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. (2002). Ley de Comercio electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. Retrieved from http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley_de_Comercio_Electronico.pdf
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (2004). *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno*.
- Ley orgánica para la reactivación de la economía. Ley orgánica para la reactivación de la economía, fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera. (2017). Quito: Asamblea Nacional de la República del Ecuador.
- M-Changa. (2018). Mobile camp; Online Fundraising For Africa | M-Changa.
- Massolution. (2015). Massolution Posts Research Findings: Crowdfunding Market Grows 167% in 2014, Crowdfunding Platforms Raise \$16.2 Billion. Retrieved June 23, 2017, from <https://www.crowdfundinsider.com/2015/03/65302-massolution-posts-research-findings-crowdfunding-market-grows-167-in-2014-crowdfunding-platforms-raise-16-2-billion/>
- Ministerio de Educación. (2016). Índice de indicadores – Ministerio de Educación.
- Ministerio de Educación. (2018). Malla Curricular – Bachillerato General Unificado – Ministerio de Educación.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2015). Ecuador cuenta con la mayor velocidad de internet 4G LTE en América Latina - Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2018). Observatorio TIC - Estadísticas.
- Molina, F. X., Martínez, V., & Del Corte, L. (2016). ANÁLISIS DEL FENÓMENO DEL CROWDFUNDING: EL CASO DE LA PLATAFORMA VERKAMI. *Economía Industrial*.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Muhimu. (2017). Este es el mapa de los mejores países para hacer amigos.
- NU. CEPAL. (2003). MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO Sostenibilidad y desarrollo Sostenible: un enfoque sistémico.
- Observatorio PYME - UEES. (2015). Sistema financiero ecuatoriano y el acceso a financiamiento de las Pymes. Ecuador.

- One planet crowd. (2018). Oneplanetcrowd.
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible | UNDP.
- Pascal, A. (2016). *Crowdfunding - A successful Way of New Venture Financing? tradition.*
- Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.*
- PledgeMe. (2018). PledgeMe - New Zealand's Crowdfunding Platform.
- Portalanza, A., Duque, E., & Dakduk, S. (2017). *Antecedentes y situación del E-commerce en Ecuador.*
- Pozible. (2018). Pozible - Crowdfunding Artists & Communities in Australia.
- Quero, M., & Ventura, R. (2014). Análisis de las Relaciones de Co-creación de valor. Un estudio de casos de crowdfunding Value Cocreation System. Analysis of crowdfunding. *Bussines Review*, 128–143.
- Radio Cocoa. (2016). Guardarraya. Retrieved from <http://radiococoa.com/RC/guardarraya/>
- Revista Ekos. (2012). Creatividad e innovación, claves para la competitividad - ECUADOR #negociosEC.
- Revista Ekos. (2016a). *Emprendedores ecuatorianos lanzan al mercado la plataforma digital HAZVACA.COM.* Retrieved from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8388>
- Revista Ekos. (2016b). Tema Central: Ranking Pymes - ECUADOR #negociosEC.
- Revista Gestión. (2017). Un huerto orgánico con una loca misión. Retrieved from <http://www.revistagestion.ec/empresas/un-huerto-organico-con-una-locamision>
- Revista Vistazo. (2018). Plan de optimización busca ahorrar \$1000 millones al estado. *Revista Vistazo.* Retrieved from <http://www.vistazo.com/seccion/pais/politica-nacional/plan-de-optimizacion-busca-ahorrar-1000-millones-al-estado>
- Rodríguez, S. (2012). Consumismo y Sociedad: una visión crítica del Homo Consumens. *Nómadas.*
- Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2012). *El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. Pensar en derecho Nro. 3 Año 2* (1st ed., Vol. 1). Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires. Retrieved from <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/revista-pensar-en-derecho3.pdf>
- Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2013). El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Pensar En Derecho Nro. 3 Año 2*, 101–123.
- Rugel, C., González, F., Navas, W., Torres, P., & Vera, D. (2017). *Crowdfunding: una alternativa de financiamiento para las PYMES* (Primera). Grupo Compás.
- Saavedra Robledo, I., Muñoz Torres, M. J., & Cuesta González, M. de la. (2010).

Introducción a la sostenibilidad y la RSC. Netbiblo.

- Schawbel, D. (2012). Slava Rubin on How Indiegogo Has Created Jobs. *Forbes Magazine*, 3. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2012/10/04/slava-rubin-on-how-indiegogo-has-stimulated-economic-growth/#7acd22ca4dbd>
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1699183>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2018). Tabla de impuesto a la renta para el 2018. Retrieved from <http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle-noticias?idnoticia=520>
- Start next. (2018). Startnext - Crowdfunding für Ideen, Projekte und Startups.
- Suárez, J. (2015). *Crowdfunding y su implementación en el Ecuador*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5905/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-247.pdf>
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2018). *Panorama de la Inversión Empresarial en Ecuador*.
- TechCrunch. (2015). Alibaba Rival JD.com Launches Crowdfunding Site For Startups | TechCrunch.
- TECHINASIA. (2014). China JD launches Kickstarter-like crowdfunding site.
- The World Bank. (2013). *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. Washington DC. Retrieved from https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf
- The World Bank. (2017). *Crowdfunding's Potential in The Caribbean - A preliminary assessment*. Washington DC. Retrieved from https://www.infodev.org/infodev-files/crowfundings_potential_in_the_caribbean_-_a_preliminary_assessment_-_infodev_-_epic_-_2017.pdf
- Thundafund. (2018). Thundafund - the leading crowdfunding platform for South Africa.
- Toborrow. (2018). Toborrow företagslån - En digital marknadsplats för företagslån.
- Tumblbug. (2018). 텀블벅 :: tumblbug.
- U.S. Securities and Exchange Commission. (2015). SEC Adopts Rules to Permit Crowdfunding. Retrieved from <https://www.sec.gov/news/pressrelease/2015-249.html>
- Ulule. (2018). Ulule - La 1ª plataforma de crowdfunding en Europa.
- Universidad Espíritu Santo. (2017). *Antecedentes y situación del e-commerce en Ecuador*. Guayaquil.
- Vakinha. (2017). Vakinha. Retrieved from <https://www.vakinha.com.br/>
- Verkami. (2018). About us – Verkami.

- Voordekunst. (2018). voordekunst - Crowdfunding voor de creatieve sector.
- Weeboon. (2017). Weeboon.
- World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. Retrieved from <http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2017-2018/TheGlobalCompetitivenessReport2017–2018.pdf>
- Yahoo Finanzas. (2018). Yahoo Finanzas - Financiación empresarial, bolsa de valores, cotizaciones, noticias.
- Zhang, T., Yip, C., Wang, G., & Zhang, Q. (2014). China Crowdfunding Report. *China Impact Fund of Dao Ventures*, 64.

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración
de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 28 de julio de 2017, conoció la petición del estudiante **CHRISTIAN ISMAEL CALLE AGUIRRE** con código 63454, quien presenta su diseño del trabajo de titulación denominado: "**ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR**", previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial.- El Consejo de Facultad acogió el informe de la Junta Académica de Administración de Empresas y resolvió aprobar el diseño Designa como **Directora a la ingeniera Ximena Moscoso Serrano** y como miembros del Tribunal Examinador a los economistas Luis Tonon Ordóñez y José Vera Reino.- En esta misma sesión el Consejo de Facultad fija como plazo para la entrega del trabajo de titulación, seis meses contados desde la fecha de su aprobación, esto es hasta el 28 de enero de 2018, debiendo el Director presentar a la Junta Académica, dos informes bimensuales.

Cuenca, julio 31 de 2017



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración



SECRETARIA
DE
TITULACION



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 21 de julio de 2017

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo **Ximena Moscoso Serrano** informo que he revisado los cambios realizados al protocolo del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero/Ingeniera Comercial, denominado "Análisis comparativo entre los factores que influyen en el nivel de éxito o fracaso del crowdfunding a nivel mundial y su situación en el Ecuador", elaborado por la/el estudiante **Christian Ismael Calle Aguirre**, con código/s estudiantil 63454. Trabajo que según mi criterio cumple con las modificaciones sugeridas por el Tribunal y puede continuar su desarrollo planificado.

Sin otro particular, suscribo

Atentamente

Ing. Ximena Moscoso Serrano



Cuenca, 13 de julio de 2017
Oficio: EA-1339-2017-UDA

Ingeniero
OSWALDO MERCHÁN MANZANO
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Su despacho

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por Calle Aguirre Christian Ismael con código 63454, tema: "ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para elaboración y presentación de la denuncia/ protocolo de trabajo de titulación"

Director: Ing. Moscoso Serrano María Ximena
Tribunal sugerido: Econ. Tonón Ordóñez Luis Bernardo
Econ. Vera Reino José Leonardo

Atentamente,

ECO. ANDREA FREIRE PESÁNTEZ
Coordinadora (E) de la Junta de Administración
Universidad del Azuay



CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **“ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR”** presentado por el estudiante Christian Ismael Calle Aguirre con código 63454, previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial, para el día **Jueves, 20 de julio de 2017 a las 08h30 en la Sala Adrián Domínguez.**

Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificación ni cambios en la documentación; únicamente, en caso de aprobación con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.

Cuenca, 14 de julio de 2017

Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

Ing. Ximena Moscoso Serrano

✓

Eco. Luis Tonón Ordóñez

Econ. José Vera Reino

..... (NO TENGO JUNTA EL JUEVES)

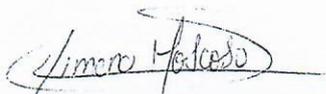
Amorok



**RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
(Tribunal)**

- 1.1 Nombre del estudiante: Christian Ismael Calle Aguirre
 1.1.1 Código : 63454
 1.2 Director sugerido: Ing. Ximena Moscoso Serrano
 1.3 Codirector (opcional):
 1.4 Título propuesto: "ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR"
 1.5 Revisores (tribunal): Eco. Luis Tonón Ordóñez y Econ. José Vera Reino
 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple	No cumple
Problemática y/o pregunta de investigación		
1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	x	
2. ¿Tiene relevancia profesional y social?	x	
Objetivo general		
3. ¿Concuerda con el problema formulado?	x	
4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	x	
Objetivos específicos		
5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	x	
6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	x	
Metodología		
7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	x	
8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	x	
9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	x	x
10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	x	
Resultados esperados		
11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	x	
12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	x	
13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	x	
14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	x	



Ing. Ximena Moscoso Serrano



Econ. Luis Tonón Ordóñez



Econ. José Vera Reino



ACTA
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1. Nombre del estudiante: Christian Ismael Calle Aguirre
1.2. Código: 63454
1.3. Director sugerido: Ing. Ximena Moscoso Serrano
1.4. Codirector (opcional): _____
1.5. Tribunal: Econ. Luis Tonón Ordóñez y Econ. José Vera Reino
1.6. Título propuesto: **“ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR”**
1.6.1. Aceptado sin modificaciones : _____

- 1.6.2. Aceptado con las siguientes modificaciones:

Reforzar la metodología

- 1.6.3. No aceptado
1.6.4. Justificación:

Tribunal

Ing. Ximena Moscoso Serrano

Econ. Luis Tonón Ordóñez

Econ. José Vera Reino

Sr. Christian Ismael Calle Aguirre

Dra. Jenny Rios Coello
Secretaria de la Facultad

Fecha de sustentación: Jueves, 20 de julio de 2017 a las 08H30 en la Sala Adrián Domínguez

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FECHA: 13-07-2017

Estudiante: CALLE AGUIRRE CHRISTIAN ISMAEL

Oficio Estudiante: Aprobación diseño

ADM-RE-EST-37
Versión 01
08/02/2017
Página 1 de 1



Escuela
Administración
de Empresas

Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 11 de julio de 2017

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Estimado Señor Decano yo, **Christian Ismael Calle Aguirre** con C.I. 0105187512, código estudiantil 63454 y; estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, solicito muy comedidamente a usted la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema **"ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR"** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento

Atentamente,

Christian Calle

Estudiante de la Carrera de Administración de Empresas



RECIBIDO
17/07/2017
FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN
DECANO



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRE-
TARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACION DE LA UNI-
VERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, el señor **Christian Ismael Calle Aguirre**, registrado con código 63454, luego de cumplir con todas las asignaturas del pensum de Estudios y cumplir con todos los requisitos legales y reglamentarios de la Escuela de Administración de Empresas, finalizó sus estudios el 17 de Mayo de 2017.

Cuenca, Julio 4 de 2017

No. Derecho 0119912

rgp.-



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 11 de julio de 2017

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, **María Ximena Moscoso Serrano** informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación elaborado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial denominado, **"ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE ÉXITO O FRACASO DEL CROWDFUNDING A NIVEL MUNDIAL Y SU SITUACIÓN EN EL ECUADOR"**, realizado por el estudiante **Christian Ismael Calle Aguirre**, con código estudiantil 63454, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente

Ximena Moscoso



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY



Escuela
Administración
de Empresas

Protocolo de Trabajo de Titulación

ADM-RE-EST-43
Versión 01
10/03/2017
Página 1 de 13

Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en repositorio digital de la Universidad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

“Análisis comparativo entre los factores que influyen en el nivel de éxito o fracaso del *crowdfunding* a nivel mundial y su situación en el Ecuador”

Nombre de Estudiante:

Calle Aguirre Christian Ismael

Directora sugerida:

Ing. Moscoso Serrano María Ximena

Cuenca - Ecuador

2017

1. Datos Generales

1.1. Nombre del Estudiante

Calle Aguirre Christian Ismael

1.1.1. Código

ua063454

1.1.2. Contacto

Calle Christian

Teléfono: 074187475

Celular: 0995663215

Correo Electrónico: christiancalle18@hotmail.com

1.2. Director Sugerido: Moscoso Serrano María Ximena, Ing.

1.2.1. Contacto:

Celular: 0998433027

Correo Electrónico: xmoscoso@uazuay.edu.ec

1.3. Co-director sugerido:

1.3.1. Contacto:

1.4. Asesor Metodológico:

1.5. Tribunal designado:

1.6. Aprobación:

1.7. Línea de Investigación de la Carrera:

5311 Organización y dirección de empresas

1.7.1. Código UNESCO: 5311.99 Otras: Gestión Estratégica

1.7.2. Tipo de trabajo:

a) Modelo de negocios

b) Investigación formativa

1.8. Área de Estudio:

Área: Finanzas

Administración Financiera I y II, Administración

1.9. Título Propuesto:

“Análisis comparativo entre los factores que influyen en el nivel de éxito o fracaso del *crowdfunding* a nivel mundial y su situación en el Ecuador”

1.10. Subtítulo:

No Aplica



1.11. Estado del proyecto Nuevo

2. Contenido

2.1. Motivo de la Investigación:

En 2015 las Pymes Ecuatorianas reportaron ingresos de 25.962,4 millones de dólares lo que representó el 26% del PIB ecuatoriano, del total de 52.554 empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros hasta junio de 2016, 21.922 son Pymes, las cuales generaron 1.366,5 millones de dólares en utilidades y representan el 34% de las personas afiliadas al IESS (Revista Ekos, 2016).

A pesar de que se han puesto en marcha varios programas estatales para fomentar la inyección de capital en este segmento de empresas, las fuentes tradicionales preferidas por las empresas Ecuatorianas (bancos, cooperativas de ahorro, entre otras) no siempre logran una asignación eficiente y productiva de los recursos, sino que muchas de las veces presentan fallas principalmente en los pequeños negocios y actividades empresariales emergentes (García T, Galo H, Villafuerte O, 2015).

Las características del mundo globalizado hacen que las empresas estén obligadas a desarrollar prácticas empresariales creativas e innovadoras. De igual manera, las políticas públicas, el sector privado y la educación superior en nuestro país buscan fomentar la creatividad e innovación como parte fundamental del sector productivo ecuatoriano.

El *crowdfunding* ha emergido como una novedosa forma para democratizar las fuentes de financiamiento, a través de este medio los emprendedores pueden acceder a recursos financieros a través de los esfuerzos de individuos o grupos quienes realizan aportaciones (generalmente pequeñas) a través de internet y sin intermediarios financieros.

En Estados Unidos, las plataformas de *crowdfunding* movieron cerca de 6 billones de dólares durante 2016, a pesar de que este mecanismo de financiación aún se considera como un nicho (Yale School of Management, 2017). Se puede evidenciar que los proyectos más exitosos en plataformas como Indiegogo y Kickstarter son financiados por personas que están interesadas en productos y servicios nuevos y novedosos, es decir son creativos e innovadores.

Los motivos expuestos, son las principales razones por las cuales es importante conocer los factores de éxito del *crowdfunding*, en los países en los que este mecanismo de financiación se encuentra más desarrollado para analizar las posibles oportunidades y amenazas que se pueden presentar en Ecuador.

2.2. Problemática

El apoyo a los emprendedores es un factor clave de crecimiento para los países en desarrollo. Las pequeñas empresas cumplen un papel fundamental en la creación de empleo y el crecimiento económico, ya que según un estudio de la Corporación Financiera Internacional (IFC), las PYMES representan más de la mitad de empleos formales en todo el mundo, además de que abordan grandes retos principalmente relacionados con la sostenibilidad y la prestación de servicios (Banco Mundial, 2016).

El papel que juega el sistema de financiación es uno de los principales aspectos que limitan el crecimiento y desarrollo de las PYMES, ya que debido al elevado poder de negociación, muchas de las veces, el sector bancario no es la mejor fuente de provisión de recursos para este tipo de empresas (García T, Galo H, Villafuerte O, 2015). Es por estas razones que, en el mercado de capitales ha penetrado con fuerza una forma de financiación denominada *crowdfunding* como una alternativa para los problemas de financiación para PYMES, es por estas razones, que surge la necesidad de investigar esta alternativa de financiamiento con el fin de comprender su funcionamiento y desarrollo en los países más desarrollados, así como también las oportunidades y amenazas que se podrían presentar en Ecuador.

2.3. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son los factores de éxito o fracaso del *crowdfunding* a nivel mundial que contribuirán a conocer las oportunidades y amenazas que se pueden presentar en Ecuador?



2.4. Resumen

El presente trabajo pretende explorar y conocer la importancia y crecimiento del *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento no tradicional en Ecuador y que se encuentra en auge a nivel global. El trabajo se realizará a través de un análisis comparativo de los factores de éxito o fracaso a nivel mundial que permita determinar oportunidades y amenazas para el mercado ecuatoriano.

2.5. Estado del Arte y marco teórico

La palabra *crowdfunding* proviene de los términos en inglés *crowd* que significa “multitud” y *funding* “financiación”. Según Luisa Alemany e Inés Bultó, como se citó en (Gallardo, 2015), el término *crowdfunding* fue utilizado por primera vez en 2006 por Michael Sullivan en su blog fundavlog y se define como:

“una convocatoria abierta, fundamentalmente mediante internet, para solicitar recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de algún tipo de recompensa y/o derechos de voto, con el fin de apoyar proyectos específicos o nuevos negocios. El *crowdfunding* constituye así un tipo de *crowdsourcing*, término amplio que describe el proceso de conectar con grandes grupos de personas mediante internet para utilizar sus conocimientos, experiencia, tiempo o recursos.

El *crowdfunding* se utiliza para conseguir financiación para una extensa variedad de actividades, incluyendo proyectos solidarios, nuevos videojuegos, el desarrollo de software libre, la producción de películas o la financiación de nuevas empresas”. (p. 9)

El 60% de las principales plataformas de *crowdfunding* a nivel mundial pertenecen a países anglosajones, en sus inicios este mecanismo de financiamiento fue usado principalmente por artistas sin embargo, el segmento de emprendedores que lo utilizan como mecanismo de financiamiento está en aumento ya que, de acuerdo a Kleeman, como se citó en (Schwienbacher & Larralde, 2010), entre las principales razones por las que las compañías solicitan recursos a personas a través de internet se encuentra la reducción de costos. A través del concepto de “inteligencia colectiva” también se puede resaltar la importancia del *crowdfunding* ya que una multitud (*crowd*) puede resultar más eficiente que pequeños grupos en la resolución de

problemas que generen valor y tengan mayor grado de aceptación ya que se toma en cuenta los requisitos y necesidades y se genera participación activa de los futuros clientes en el desarrollo del producto, servicio o idea de negocio.

Según el Observatorio para la Economía Digital sobre la situación global del *crowdfunding* afirman que: el *crowdfunding* ha experimentado un gran desarrollo a nivel global en los últimos años, debido a la conjunción de tres fuerzas fundamentales, que son: las movilizaciones de oferta y demanda propiciadas por el escenario de crisis económica, el avance de las telecomunicaciones y la tecnología en la era digital, y a la ausencia de un marco regulatorio específicamente definido. (Cuesta, Carmen; Fernández de Lis, Santiago; Roibas, Irene; Rubio, Ana; Ruesta, Macarena; Tuesta, David; Urbiola, 2014, p.1)

La consultora *Massolution* en su informe anual de 2015 indica que el monto que el *crowdfunding* financió en el 2014 a nivel mundial fue de 16.2 billones de dólares, es decir incrementó en un 167% con relación al 2013 (Massolution, 2015). Por su parte *Juniper Research* en 2016 concluye que la industria del *crowdfunding* ha tenido un crecimiento acelerado ya que para 2015 el monto financiado incrementó nuevamente alcanzando 34.4 billones de dólares, es decir más del doble (Juniper Research, 2016).

En Ecuador, el segmento más significativo de empresas son las PYMES ya que las mismas contribuyen con ingresos que representan el 26% del PIB (Revista Ekos, 2016). El sistema financiero constituye un pilar fundamental en el crecimiento económico de países en desarrollo y son también las restricciones en las fuentes de financiamiento los principales problemas que enfrentan este tipo de empresas.

En Ecuador las fuentes tradicionales de financiamiento son: a través de bancos en 74,84% ; cooperativas de ahorro y crédito en 17,68%; propia de la empresa u otros 3,59%; mutualistas en 3,27% y bolsa de valores 0,33%, sin embargo el mercado financiero a menudo presenta fallas principalmente con relación a negocios nuevos y actividades emergentes (García T, Galo H, Villafuerte O, 2015) por lo cual, es indispensable que se cuente con mecanismos de financiamiento alternativos, ya que hoy en día son precisamente los nuevos e innovadores negocios los que pueden sobrevivir en el entorno global que se caracteriza por la intensa competencia. Según el Banco Interamericano de Desarrollo, "el desarrollo de ideas creativas como la base del surgimiento de nuevos emprendimientos es el gran desafío para Ecuador y



América Latina” (Revista Ekos, 2012) y es una de las principales diferencias que hace más competitivos a los emprendedores del Este de Asia en relación con los de América Latina, precisamente ante estas evidentes carencias de los mecanismos de financiamiento tradicionales y las necesidades del mercado globalizado, que surge el *crowdfunding* como un nuevo paradigma para emprendedores e inversionistas que puede contribuir a democratizar y canalizar el financiamiento entre ideas innovadoras y personas interesadas en algo nuevo.

2.6. Hipótesis

No Aplica

2.7. Objetivo General

Conocer la situación actual del *crowdfunding* en Ecuador, como mecanismo de financiamiento y realizar un análisis comparativo con relación a los factores de éxito a nivel mundial.

2.8. Objetivos Específicos

1. Analizar los modelos de funcionamiento del *crowdfunding* en los países en los que se encuentra más desarrollado.
2. Analizar la situación actual y perspectivas del *crowdfunding* en Ecuador
3. Identificar las fortalezas y debilidades del *crowdfunding* en el Ecuador, en función del análisis de modelos de otros países.

2.9. Metodología

El presente trabajo se desarrollará bajo diferentes tipos de investigación entre las cuales tenemos:

Primera fase de la investigación:

Investigación Bibliográfica

Fuentes Secundarias

- **Investigación en libros:** Se recopilará información sobre la historia, definiciones, conceptos, características y casos de éxitos del *crowdfunding* en diferentes revistas, boletines, artículos indexados, trabajos de investigación.

Segunda fase de la investigación:

Investigación Exploratoria, descriptiva

- Para conocer la situación actual y antecedentes del *crowdfunding* como un mecanismo de financiamiento, además de identificar las principales plataformas en el Ecuador que nos permita analizar las características de los proyectos y los factores de influencia en su desarrollo.

Tercera fase de la investigación:

Investigación Exploratoria

Fuentes primarias, en este caso se realizará:

- **Entrevistas no estructuradas:** Pues será de gran apoyo para la investigación contar con la información, aporte de catedráticos y expertos en el *crowdfunding*.

Investigación concluyente:

- Basándonos en los datos obtenidos anteriormente se puede crear un documento formal con conclusiones que guíen a brindar información sobre el mecanismo de financiamiento del *crowdfunding*.

2.10. Alcances y resultados esperados

El resultado del trabajo será un documento en el que se analizará la situación actual del *crowdfunding* como un mecanismo de financiamiento y los factores que influyen en su éxito a nivel mundial y se establecerán comparaciones con el desarrollo del *crowdfunding* en Ecuador. El documento contará con diagramas de funcionamiento, tablas descriptivas, gráficos y cuadros comparativos para una mejor comprensión.

2.11. Supuestos y riesgos

- Falta acceso a información de plataformas ecuatorianas de *crowdfunding*.
- No identificar todos los factores de éxito.
- Demora en el proceso de desarrollo.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2.12. Presupuestos

Rubro	Costo (USD)	Justificación
Uso de computadora y software	\$266.67	Equipo de computación para elaborar y desarrollar la investigación.
Impresiones y empastado	\$130.00	Necesario para la presentación final de la investigación.
Internet	\$20.00	Medio requerido para la obtención y búsqueda de datos e información necesaria para la investigación.
USB	\$10.00	Equipo para respaldar la información, datos y documentos necesarios para la investigación.
TOTAL	\$426.67	

2.13. Financiamiento Propio.

2.14. Esquema tentativo

Introducción

Capítulo 1. *Crowdfunding* como alternativa de financiamiento

- 1.1. Historia, definiciones y conceptos
- 1.2. Funcionamiento
- 1.3. Características
- 1.4. Casos de éxito a nivel mundial
- 1.5. Características de los proyectos exitosos

Capítulo 2. Situación actual y perspectivas en Ecuador

- 2.1. Antecedentes del *crowdfunding* en Ecuador
- 2.2. Principales plataformas de *crowdfunding* en Ecuador
- 2.3. Casos de éxito de *crowdfunding* en Ecuador

Capítulo 3. Factores de influencia del *crowdfunding* y su situación en el Ecuador

- 3.1. Factores Políticos
- 3.2. Factores Económicos
- 3.3. Factores Sociales
- 3.4. Factores Tecnológicos
- 3.5. Factores Ecológicos
- 3.6. Factores Legales

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



2.15. Cronograma

Objetivo Específico	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
1. Analizar los modelos de funcionamiento del <i>crowdfunding</i> en los países en los que se encuentra más desarrollado.	Búsqueda de literatura, definiciones existentes acerca del <i>crowdfunding</i>	Comprensión de la definición de <i>crowdfunding</i> , orígenes, ventajas, funcionalidad y otras características	1 semanas
	Revisión de las plataformas más sobresalientes a nivel mundial y las perspectivas de crecimiento del <i>crowdfunding</i>	Información de las particularidades de las plataformas más sobresalientes y las perspectivas de desarrollo	2 semanas
	Estudio de casos de éxito y sus principales características	Definición de características que reúnen los proyectos exitosos	2 semanas
2. Analizar la situación actual y perspectivas del <i>crowdfunding</i> en Ecuador	Revisión de información de <i>crowdfunding</i> en Ecuador	Principales características y antecedentes del <i>crowdfunding</i> en Ecuador	1 semana
	Búsqueda de plataformas de <i>crowdfunding</i> en Ecuador	Definición y características de plataformas de <i>crowdfunding</i> en Ecuador	3 semanas
	Estudio de los casos exitosos de <i>crowdfunding</i> en Ecuador	Establecimiento y análisis de los casos de éxito de <i>crowdfunding</i> en Ecuador	3 semanas
3. Determinar y analizar los factores que influyen en el desarrollo del <i>crowdfunding</i> y compararlos con Ecuador.	Determinación de los factores de influencia a nivel mundial	Factores de influencia de los países en los que las plataformas de <i>crowdfunding</i> se encuentran más desarrolladas	4 semanas
	Estudio de los factores de influencia a nivel mundial	Análisis comparativo de los factores de influencia de los países en los que las plataformas de <i>crowdfunding</i> se encuentran más desarrolladas	3 semanas
	Comparación de los factores de influencia a nivel mundial con Ecuador	Análisis situacional de los factores de influencia a nivel mundial con Ecuador	4 semanas
TOTAL			24 semanas

2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición: Sexta edición

Banco Mundial. (2016). Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos. Retrieved June 21, 2017, from <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>

Cuesta, Carmen; Fernández de Lis, Santiago; Roibas, Irene; Rubio, Ana; Ruesta, Macarena; Tuesta, David; Urbiola, P. (2014). Crowdfunding en 360°: alternativa de financiación en la era digital Observatorio Economía Digital. *Observatorio Economía Digital*, 1-27.

Gallardo, E. (2015). *¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding?* (Editorial UOC, Ed.) (1st ed.). Barcelona.

García T, Galo H, Villafuerte O, M. F. (2015). Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la política de inversiones. *Mérida. Venezuela*, 30, 49-73.

Juniper Research. (2016). The Global Crowdfunding Industry Raised \$34.4 Billion In 2015, And Could Surpass VC In 2016.

Massolution. (2015). Massolution Posts Research Findings: Crowdfunding Market Grows 167% in 2014, Crowdfunding Platforms Raise \$16.2 Billion.

Revista Ekos. (2012). Creatividad e innovación, claves para la competitividad - ECUADOR #negociosEC. Retrieved June 21, 2017, from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1203>

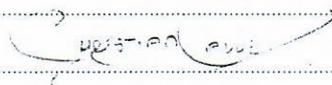
Revista Ekos. (2016). Tema Central: Ranking Pymes - ECUADOR #negociosEC. Retrieved June 23, 2017, from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8091>

Schwiebacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1699183>

Yale School of Management. (2017). Could Crowdfunding Reshape Entrepreneurship? *Yale Insights*, 1-4.

2.17. Anexos

2.18. Firma de responsabilidad (estudiante)





2.19. Firma de responsabilidad (director sugerido)

[Handwritten signature]

2.20. Fecha de entrega

11 de julio de 2017