

SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



**“ANÁLISIS DEL *CROWDFUNDING* EN EL ECUADOR COMO
MECANISMO ALTERNATIVO DE FINANCIAMIENTO DE
PROYECTOS”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa la obtención del Título de:

ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Presentado por:

VANESSA ALEXANDRA APOLO LAZO

JUAN CARLOS JARAMILLO CASTRO

2015

TRIBUNAL DE TITULACIÓN

MBA. Jenny Tola Cisneros

Presidente del Tribunal

M.Sc. Javier Burgos Yambay

Directora de Tesis

M.Sc. María Elena Romero

Vocal Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica Del Litoral”

Juan Carlos Jaramillo Castro

Vanessa Alexandra Apolo Lazo

CONTENIDO

TRIBUNAL DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN EXPRESA	iii
RESUMEN	vi
ABREVIATURAS	ix
CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4. JUSTIFICACIÓN Y/O IMPORTANCIA	5
1.5. ALCANCE DEL ESTUDIO	7
CAPÍTULO 2 REVISIÓN LITERATURA	9
2.1. DESARROLLO ACADÉMICO Y TECNOLÓGICO EN EL ECUADOR	9
2.1.1. EVOLUCIÓN DE LA PREPARACIÓN ACADÉMICA	9
2.1.2. CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO	9
2.2. AMBIENTE CULTURAL EMPRESARIAL	11
2.2.1. EL EMPRENDIMIENTO	11
2.2.2. EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO	11
2.2.3. EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN ECUADOR	13
2.2.3.1. EMPRENDEDORES	15
2.2.3.2. INVERSIONISTAS	16
2.3. ENTORNO LEGAL PROPICIO PARA EL CROWDFUNDING	17
2.3.1. INCENTIVOS	17
2.3.2. REGULACIONES	18
2.4. FUENTES TRADICIONALES DE FINANCIAMIENTO EN EL ECUADOR	19
2.4.1. FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDEDOR	19
2.4.2. EL CROWDFUNDING	21
2.4.2.1. TIPOS DE CROWDFUNDING	22
2.4.2.2. CROWDFUNDING EN EL MUNDO	24
2.4.3. MECANISMOS MÁS UTILIZADOS EN EL ECUADOR	28

2.4.4. BARRERAS EXISTENTES PARA LA OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO	29
CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA	31
CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	34
4.1. RESULTADO ENCUESTAS	34
4.1.1. TECNOLOGÍA	34
4.1.2. CULTURA	37
4.1.3. REGULACIÓN	49
4.1.4. CAPITAL	51
4.1.5. PREGUNTAS GENERALES	53
4.1.6. DATOS DEMOGRÁFICOS	64
4.2. RESULTADOS ENTREVISTAS	65
4.3. RESULTADOS ENCUESTAS DE GRUPOS GUÍA	67
4.3.1. TECNOLOGÍA	67
4.3.2. CULTURA	67
4.3.3. REGULACIONES	68
4.3.4. CAPITAL	68
CONCLUSIONES	70
REFERENCIAS	73
APÉNDICE A - ENCUESTA	78
APÉNDICE B - ESTADÍSTICA DEMOGRÁFICA ENCUESTADOS	85
APÉNDICE C - GUÍA DE ENTREVISTA	89
APÉNDICE D - PERFIL DE ENCUESTADOS	93
ANEXOS	94

RESUMEN

La idea del Crowdfunding es aportar dinero a negocios de terceros. En esencia, el concepto no es algo nuevo. Es más, se podría incluso decir que la práctica de “prestar dinero” existe desde el inicio de los tiempos en el momento en que nace el comercio. Lo que hace del Crowdfunding una herramienta nueva que ha gozado de una gran aceptación y se ha popularizado rápidamente es la forma en que funciona. El Crowdfunding como mecanismo de financiamiento es una práctica común ya establecida en países de Norteamérica y Europa para recaudar los fondos necesarios para financiar una idea de negocio. Progresivamente, países de Latinoamérica se suman cada vez más al grupo de quienes usan esta herramienta. Hablar de Crowdfunding significa hablar de innovación tecnológica ya que el principal medio de comunicación para esta herramienta son las plataformas virtuales en donde se promocionan ideas que van desde grabar un disco hasta crear un dispositivo electrónico que ayuda a manejar el equipaje de los viajeros por control remoto. En este estudio se pretende analizar si el Ecuador está o no preparado para utilizar el Crowdfunding como alternativa de financiamiento. El primer capítulo ofrece una introducción que reseña el desarrollo del Crowdfunding a través del tiempo y los tipos de Crowdfunding que hay. Seguido se encuentra el segundo capítulo con una revisión de literatura existente acerca del tema. Luego está el tercer capítulo que explica la metodología empleada. Se usaron encuestas y entrevistas enfocadas en cuatro ámbitos clave: tecnología, cultura, regulación de mercado, y capital disponible. Para armar la estructura en base a esos cuatro pilares, se usó el reporte del infoDev, Banco Mundial conocido como *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. Finalmente, se definieron tres grupos representativos de acuerdo a las respuestas más comunes obtenidas de los individuos en la muestra y se armó una matriz con indicadores que, dependiendo del puntaje, dirán si el país está listo o no. Una vez realizado el estudio, se tiene que el Ecuador efectivamente puede aplicar el Crowdfunding pero necesita reforzar dos ámbitos: la regulación del mercado y el capital disponible para fomentar la interacción entre inversionistas y emprendedores.

LISTA DE FIGURAS

ILUSTRACIÓN 4.1 USO DE REDES SOCIALES	35
ILUSTRACIÓN 4.2 PREPARACIÓN ACADÉMICA EN EL ECUADOR	36
ILUSTRACIÓN 4.3 ORIGEN DE LAS APTITUDES LABORALES	36
ILUSTRACIÓN 4.4 TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS	37
ILUSTRACIÓN 4.5 ATRACTIVO DE SER EMPRENDEDOR	38
ILUSTRACIÓN 4.6 PERFIL DE RIESGO DE LA PERSONA PARA INVERSIÓN	39
ILUSTRACIÓN 4.7 PERFIL DE RIESGO DE LA PERSONA PARA EL TRABAJO	40
ILUSTRACIÓN 4.8 TOMA DE DECISIONES	41
ILUSTRACIÓN 4.9 FIABILIDAD SOCIAL	42
ILUSTRACIÓN 4.10 FIABILIDAD LABORAL	43
ILUSTRACIÓN 4.11 LEALTAD DEL CONSUMIDOR ECUATORIANO	44
ILUSTRACIÓN 4.12 CONFIANZA EN EL GOBIERNO	45
ILUSTRACIÓN 4.13 PROGRAMAS QUE CONTRIBUYEN A LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES	46
ILUSTRACIÓN 4.14 COMPRAS POR INTERNET	47
ILUSTRACIÓN 4.15 DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	48
ILUSTRACIÓN 4.16 USO DE RESEÑAS ELECTRÓNICAS	49
ILUSTRACIÓN 4.17 DIFICULTAD PARA ABRIR NEGOCIOS NUEVOS	50
ILUSTRACIÓN 4.18 CAPITAL DISPONIBLE PARA NUEVOS NEGOCIOS	51
ILUSTRACIÓN 4.19 FINANCIAMIENTO PARA NUEVOS NEGOCIOS	52
ILUSTRACIÓN 4.20 FINANCIAMIENTO BANCARIO A MICROEMPRESAS EXISTENTES	53
ILUSTRACIÓN 4.21 ATRACTIVO DE SER INVERSIONISTA	54
ILUSTRACIÓN 4.22 PERFIL DEL ENCUESTADO	55
ILUSTRACIÓN 4.23 EMPRENDIMIENTO DE UN NEGOCIO	55
ILUSTRACIÓN 4.24 EMPRENDIMIENTO DE UN NEGOCIO	56
ILUSTRACIÓN 4.25 INVERSIÓN EN UN NEGOCIO	57
ILUSTRACIÓN 4.26 INVERSIÓN EN UN NEGOCIO	58
ILUSTRACIÓN 4.27 FUENTES DE FINANCIAMIENTO PREFERIDAS	59
ILUSTRACIÓN 4.28 FUENTES DE FINANCIAMIENTO VÍA INTERNET	60
ILUSTRACIÓN 4.29 FINANCIAMIENTO POR INTERNET	61
ILUSTRACIÓN 4.30 APORTAR POR INTERNET	62
ILUSTRACIÓN 4.31 TIPO DE APORTACIÓN POR INTERNET	63
ILUSTRACIÓN 4.32 DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS UTILIZADOS	63
ILUSTRACIÓN 4.33 CONOCIMIENTO DEL CROWDFUNDING	64
ILUSTRACIÓN 4.34. GRÁFICO MATRIZ DE RESULTADOS	69

LISTA DE TABLAS

TABLA 4.1 USO DE REDES SOCIALES	34
TABLA 4.2 PREPARACIÓN ACADÉMICA EN EL ECUADOR	35
TABLA 4.3 ORIGEN DE LAS APTITUDES LABORALES	36
TABLA 4.4 TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS.....	37
TABLA 4.5 ATRACTIVO DE SER EMPRENDEDOR.....	38
TABLA 4.6 PERFIL DE RIESGO DE LA PERSONA PARA INVERSIÓN	39
TABLA 4.7 PERFIL DE RIESGO DE LA PERSONA PARA EL TRABAJO	40
TABLA 4.8 TOMA DE DECISIONES.....	41
TABLA 4.9 FIABILIDAD SOCIAL.....	42
TABLA 4.10 FIABILIDAD LABORAL	43
TABLA 4.11 LEALTAD DEL CONSUMIDOR ECUATORIANO	44
TABLA 4.12 CONFIANZA EN EL GOBIERNO.....	45
TABLA 4.13 PROGRAMAS QUE CONTRIBUYEN A LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES.....	46
TABLA 4.14 PROGRAMAS QUE CONTRIBUYEN A LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES.....	46
TABLA 4.15 COMPRAS POR INTERNET	47
TABLA 4.16 DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	48
TABLA 4.17 USO DE RESEÑAS ELECTRÓNICAS	49
TABLA 4.18 DIFICULTAD PARA ABRIR NEGOCIOS NUEVOS	50
TABLA 4.19 CAPITAL DISPONIBLE PARA NUEVOS NEGOCIOS	51
TABLA 4.20 FINANCIAMIENTO PARA NUEVOS NEGOCIOS	52
TABLA 4.21 FINANCIAMIENTO BANCARIO A MICROEMPRESAS EXISTENTES	52
TABLA 4.22 ATRACTIVO DE SER INVERSIONISTA	53
TABLA 4.23 PERFIL DEL ENCUESTADO	54
TABLA 4.24 EMPRENDIMIENTO DE UN NEGOCIO	55
TABLA 4.25 EMPRENDIMIENTO DE UN NEGOCIO	56
TABLA 4.26 INVERSIÓN EN UN NEGOCIO	57
TABLA 4.27 INVERSIÓN EN UN NEGOCIO	58
TABLA 4.28 FUENTES DE FINANCIAMIENTO PREFERIDAS	59
TABLA 4.29 FUENTES DE FINANCIAMIENTO VÍA INTERNET.....	59
TABLA 4.30 FINANCIAMIENTO POR INTERNET.....	60
TABLA 4.31 APORTAR POR INTERNET	61
TABLA 4.32 TIPO DE APORTACIÓN POR INTERNET	62
TABLA 4.33 CONOCIMIENTO DEL CROWDFUNDING	64
TABLA 4.34 MATRIZ DE RESULTADOS	68

ABREVIATURAS

JOBS ACT	Jumpstart Our Business Startups Act
CFN	Corporación Financiera Nacional
TERCE	Tercer Estudio Regional y Comparativo
ENEMDU	Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo
ESPAE	Escuela de Posgrado en Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
TEA	Tasa de Actividad Emprendedora
PIB	Producto Interno Bruto
CNMV	Comisión Nacional del Mercado de Valores de España
FFF	Friends, Family and Fools
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

Al buscar información acerca de los orígenes del Crowdfunding, existen diversas teorías sobre líneas de tiempo que remontan a épocas pasadas cuando presuntamente nació esta práctica de financiamiento. Sin embargo, el factor común que todas las fuentes comparten es el hecho de que hablar de Crowdfunding no es nada nuevo (Fundable LLC, s.f.).

Realmente, lo nuevo es la adopción del término per se. Y consigo, la creación de un mercado específico para este tipo de transacciones y sus regulaciones. Es así que, en Abril 2012, en Estados Unidos, bajo el mandato de Barack Obama, se firmó una ley conocida como “la ley del Crowdfunding” – JOBS Act – (Attuel-Mendes, 2014).

Pese a lo antes mencionado, el auge del Crowdfunding ha sido ubicado alrededor del periodo 2005-2009 (Pazowski & Czudec, 2014). Desde entonces hasta la actualidad, el mercado se ha desarrollado amplia y exitosamente en países de Europa y Norteamérica. E inclusive, en algunos países de América Latina como Brasil, Argentina, Chile, México, Colombia, Perú, Cuba, Puerto Rico, Uruguay, Paraguay, Venezuela (Jiménez, 2013).

Se define el Crowdfunding como un medio de financiamiento en masa. Es decir, obtener los recursos económicos necesarios para emprender un proyecto a través de pequeñas aportaciones de un numeroso grupo de personas. El proyecto puede ser con o sin fines de lucro; y, asimismo, las aportaciones pueden ser donaciones o inversiones que, a diferencia de las primeras, esperan recibir algo a cambio.

Entonces, al hablar de Crowdfunding: ¿A qué hacemos referencia realmente? Para ponerlo de la manera más sencilla, se trata de una persona que necesita los recursos (capital) suficientes para emprender una idea (negocio/proyecto) y acude a otras personas (terceros) a través de una plataforma diseñada para promocionar este tipo de propuestas.

Hoy en día, utilizar el término Crowdfunding en el Ecuador es hablar de un tema desconocido para muchos todavía. Es por eso que, respecto al tema de estudio del presente proyecto, y dada la prematura etapa de desarrollo en la que se encuentra el mercado aún en el país, toda la información encontrada se ha considerado valiosa, tanto artículos como páginas web.

A partir del 2013 se evidencian las primeras señales de conocimiento en el mercado ecuatoriano puesto que varios artículos de opinión de diferentes periódicos del país ya hablan sobre Crowdfunding y, específicamente, su relación con el emprendimiento. En el 2014 se crea la primera campaña de Crowdfunding llamada Wembaú para ofertar el proyecto Plansaso, mismo que fue completado en su totalidad (WEMBAÚ Cia. Ltda., 2014).

La campaña #TuAportePorLaQultura, a través de la cual se promocionó la creación de la aplicación tecnológica Plansaso utilizando crowdfunding es un ejemplo perfecto del tema que trata el actual estudio. Sin embargo, es una muestra también, de lo poco desarrollado que se encuentra el mercado aún en el país. Más aún si lo comparamos con otros países como los mencionados en párrafos anteriores.

Simultáneo al tema de Crowdfunding, se encuentra el del emprendimiento. A pesar de que el Ecuador demuestra tener altos niveles de emprendimiento, las condiciones del mercado ecuatoriano no siempre han sido las propicias al momento de fomentar el desarrollo de un ambiente favorable para dicho emprendimiento (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2013).

Desde el 2010 se evidencia una estructuración más concreta en cuanto al mercado del emprendimiento. Por ejemplo, existe el portal web Startups & Ventures que está dedicado a apoyar y potenciar a los emprendedores ecuatorianos (Startupsventures Emprendimientos S.A., s.f.).

Por otro lado, la página El Emprendedor.ec la cual se dedica a documentar las historias de emprendimiento ya consumados y aquellos que recién se establecen, así como ofrecer ayuda e información a quienes desean poner cualquier tipo de negocio (El Emprendedor, s.f.).

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Es inevitable ocultar que los nuevos emprendedores tienen que enfrentar numerosas barreras al momento de poner en marcha sus proyectos empresariales, tecnológicos o socioculturales. Estas barreras en su mayoría no llegan a ser sobrepasadas y dicho emprendedor termina frustrándose. Muchas veces no se debe al simple hecho de que no existió innovación en su idea o que no obtuvo una visión clara del negocio, sino que la falta de financiamiento o la forma en que se financió el

emprendedor provocó que fracasase en el intento. Sin embargo, no determina el éxito de un emprendedor, pero es indispensable para comenzar.

En la actualidad, conseguir financiamiento de la forma tradicional ya sea pública o privada, se ha convertido en un proceso mucho más complejo que en los años anteriores, ya que después de las crisis financieras del 2008 a nivel mundial provocó una retracción en las fuentes de financiamiento y en la disponibilidad de crédito (Laffaye, 2008).

Los emprendedores, en especial los jóvenes suelen recurrir a las fuentes de financiamiento comúnmente utilizadas como la Banca Comercial o también conocida como la Banca Privada donde se otorga un crédito dependiendo de la necesidad de cada empresa o persona con un costo de financiamiento relativamente alto, además, el apoyo de dichas instituciones financieras suelen ser rígidas, creando limitaciones de acceso a créditos para las personas que no tienen el respaldo económico suficiente, es decir, por falta de garantías.

Otra fuente de financiamiento que se suelen utilizar con frecuencia son las Sociedades Financieras de objetivo múltiple que son intermediarios financieros no bancarios y muchas veces suelen ser entidades públicas. También, pueden acudir a los Inversores Angelicales, el Mercado de Capitales, entre otros; todo depende de la capacidad y la fuerza de voluntad del emprendedor. Incluso existen los emprendedores que logran autofinanciarse por medio de sus ahorros o también suelen acudir a sus familiares y/o amigos para que los ayuden económicamente.

A nivel internacional existen distintas formas de lograr financiar un proyecto y algunas ya fueron mencionadas pero en cada región es diferente y lastimosamente en ciertos países las alternativas son pocas y prevalece la Banca Comercial. Para el caso del Ecuador, las alternativas de financiamientos son escasas. La mayoría de los proyectos terminan siendo financiados por los bancos privados y algunos por los bancos públicos.

De acuerdo a los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador (2015), las entidades bancarias representan aproximadamente el 80% de los activos totales y el 71.92% de las operaciones crediticias del sistema financiero privado ecuatoriano. En lo que se refiere a la oferta y demanda crediticia del país, las instituciones financiera tuvieron un fortalecimiento de la demanda en el tercer trimestre de 2014 en el segmento

Productivo, Microcrédito, y de Consumo, con un crecimiento del 6%, 21%, y 11% respectivamente.

A pesar de que existe una creciente demanda crediticia en el Ecuador la oferta en los últimos años se ha vuelto más restrictiva en el otorgamiento de crédito, en especial para el segmento de Consumo y Microcrédito. Las estadísticas reflejan un cuadro económico bastante desalentador para los emprendedores en busca de financiamiento con fuentes tradicionales.

A pesar de que en los últimos años la participación del estado va en aumento con el objetivo de incentivar a los emprendedores actuales y a los jóvenes por emprender, a que colaboren con el cambio de la matriz productiva. Sin embargo, las alternativas de financiamiento siguen siendo pocas y las preferencias del Estado por cierto tipo de proyecto terminan desmotivando algunos emprendedores.

El Estado ha logrado desarrollar algunos programas para incentivar al emprendedor como se mencionó anteriormente. Como ejemplo, está el programa “Progresar” impulsado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) que es un Banco Público donde dicha corporación asume el riesgo, otorgando crédito a los emprendedores que no disponen de garantías, pero existe una condición. Y es que cualquier tipo de proyecto aprobado deberá ser relacionado con la producción y que ayude al cambio de la matriz productiva. Cualquier otro tipo de proyecto social o que tenga relación con la oferta de servicios no es considerado. A pesar de que existe dicha condición, el fondo sigue estando compuesto por la Banca Pública e invita a los Bancos Privados a participar en dicho fondo (Vicepresidencia, 2014).

Pero sigue habiendo el problema que para la cantidad de demanda que existe de emprendedores, las alternativas siguen siendo pocas y las ofertas de otras herramientas de financiamiento como los Inversores Angelicales es escasa y poco son los beneficiados y el Mercado de Capitales en el Ecuador es un mercado subdesarrollado.

Sin embargo, existen otras herramientas de financiamiento que suelen ser usadas y una de ellas está ganando popularidad cada vez más. El “Crowdfunding”, también conocido como financiamiento colectivo está revolucionando el mercado financiero y miles de emprendedores se han beneficiado de este mecanismo moderno. Es por ello que este estudio trata de investigar su grado de aceptación y analizar si el

Ecuador está preparado, para que sirva como una alternativa de financiamiento para los proyectos en Ecuador.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

El presente estudio tiene como objetivo principal:

“Demostrar que el Ecuador está preparado para utilizar el Crowdfunding como alternativa de financiamiento”.

En una economía como la ecuatoriana, las alternativas de financiamiento, aunque necesarias, son poco exploradas. Por tal motivo, este estudio explorará las condiciones y el entorno del país para comprender si el Ecuador está preparado para adoptar una fuente de financiamiento que ya se encuentra revolucionando algunos países alrededor del mundo.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos del presente estudio son los siguientes:

- Examinar la evolución del Ecuador en el aspecto tecnológico y académico.
- Calificar el ambiente cultural empresarial en el Ecuador para los inversionistas y emprendedores.
- Determinar qué tan regulado se encuentra el mercado empresarial.
- Definir el origen principal del capital para los emprendimientos.
- Deducir si en el país existiría aceptación de la figura del Crowdfunding por parte de emprendedores e inversores.

1.4. JUSTIFICACIÓN Y/O IMPORTANCIA

La manera de hacer comercio ha cambiado gracias al internet, convirtiéndose en un sistema mucho más competitivo y dinámico que antes. Ya no existe la necesidad de trasladarse para concretar negocios. Ahora solo se necesita un dispositivo electrónico con conexión a internet para realizar cualquier tipo de transacciones. En la actualidad, El internet se ha convertido en un medio indispensable para el estilo de vida de la humanidad.

Los elevados estándares de competitividad que existen hoy en día como resultado de la Globalización en los mercados y el internet han provocado que la idea de

emprender un negocio – ya sea éste con o sin fines de lucro – se convierta en una iniciativa impulsada más por necesidad que por ambición. Paralelamente, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes, haciendo que los servicios y productos sean más personalizados, y formando mercados más complejos y difíciles de satisfacer.

Un ejemplo es la industria tecnológica, mercado en el cual existen constantes cambios y el ciclo de vida de los productos es mucho más corto que antes. Una computadora portátil puede ser remplazada por un modelo sucesor al año siguiente y así sucesivamente. La demanda de innovación va en aumento.

El cambio es inevitable y como resultado las empresas están implementando diferentes estrategias. Existen algunas empresas que ya han optado por enfocarse en nichos de mercado mucho más específicos y ya no consideran el mercado masivo como en el pasado.

Las pequeñas y medianas empresas muchas veces prefieren enfocarse en satisfacer la necesidad de un nicho en específico y a su vez innovar con su producto o servicio para lograr el éxito y no enfocarse en un nicho mucho más amplio donde lograr cierto grado de innovación es mucho más complejo. Las empresas grandes, incluso comienzan a diversificar de forma más agresiva e invierten una gran cantidad de su fortuna en investigación y desarrollo. Las personas que llegan a emprender pero no logran innovar el mercado no logran prevalecer en él.

Es claro que lograr un cierto grado de innovación es algo primordial al momento de emprender un negocio y todos están conscientes que las personas en general tienen un cierto nivel de creatividad para lograr dicho grado. Sin embargo, al momento de emprender una idea, no solo es necesario una idea innovadora sino existe múltiples variables que afectan y que son necesarias considerar.

El conocimiento del mercado en el que la persona decide incursar es una de las variables que se deben considerar. Muchas veces productos innovadores no logran impactar el mercado como deberían. Es necesario que se investigue el mercado para identificar el panorama global y analizar si los consumidores meta llegarán a valorar dicho producto o servicio así como su disponibilidad de pago.

También, se debería de considerar el equipo de trabajo donde los emprendedores suelen crearse en el trabajo o lugares de estudio, donde suelen contar

con perfiles similares dejando perfil comercial a parte. No obstante, la complementariedad de los perfiles es clave para lograr un equipo emprendedor donde decisiones deben ser tomadas diariamente y es importante siempre tener diferentes puntos de vista.

El conocimiento del producto, el esquema de cobranza y de las ventas, la logística, los insumos, entre otras variables son sustanciales al momento de emprender pero existe una variable que se debería de considerar muy en cuenta y es el financiamiento del emprendedor.

A los emprendedores no les hace falta el entusiasmo ni tampoco la ambición pero muchas veces les hace falta los recursos económicos para comenzar con sus ideas. Sin embargo mucho no acuden las fuentes tradicionales sino a las alternativas poco consideradas y obtienen éxito. Es por ello que tener alternativas de financiamiento es necesario para los emprendedores.

En la historia existen eventos que sobresalen sobre todos los demás y es importante recalcar como las Elecciones Presidenciales de Estados Unidos en el 2008 cambiaron la forma de financiar proyectos. En el 2008, Barack Obama ganó la elección presidencial, pero para ganarla su campaña tuvo que acudir a fuentes de financiamiento. La forma que financió su campaña fue impactante y poco usual y atrajo mucha atención ya que no recurrió a las fuentes de financiamiento tradicionales. La campaña de Barack Obama obtuvo más de \$750 millones (dólares americanos) en 21 meses, rompiendo record en lo que se refiere a campañas presidenciales en la historia norte americana (Zhang, 2012). Su fuente de financiamiento fue el “Crowdfunding”.

El Crowdfunding es una herramienta de financiamiento que tiene sus ventajas y sus desventajas y su gran mayoría se definirán por medio de este estudio. No obstante, este mecanismo en los últimos años está logrando cambiar la forma como el mundo se está financiando y las barreras para los emprendedores se están reduciendo.

1.5. ALCANCE DEL ESTUDIO

El presente trabajo está enfocado en analizar qué tan desarrollado está el Crowdfunding en el Ecuador. A efectos de lograr dicho cometido, es necesario ahondar en el estudio de dos mercados específicos: el emprendimiento y el financiamiento.

Tal y como se expuso anteriormente, la figura del Crowdfunding es relativamente nueva para nuestro mercado. Por ende, éste será un estudio exploratorio que tiene como propósito examinar este tema poco desarrollado hasta ahora.

Los resultados y conclusiones obtenidos en el mismo, servirán como guía y fuente de consulta para futuros proyectos relacionado al tema.

CAPÍTULO 2 REVISIÓN LITERATURA

2.1. DESARROLLO ACADÉMICO Y TECNOLÓGICO EN EL ECUADOR

2.1.1. EVOLUCIÓN DE LA PREPARACIÓN ACADÉMICA

En la última década, La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura ha evidenciado como el sistema educativo del Ecuador ha obtenido cambios significativos con respecto a otros países de acuerdo a los resultados obtenidos en el Tercer Estudio Regional y Comparativo (Terce) donde participaron 15 países en total. En el 2011, el Ecuador obtuvo uno de los avances más importantes en materia educativa, como es la universalización de la educación general básica, haciendo que sus resultados fueran los mejores en su historia en todas las áreas evaluadas como Lenguaje, Matemáticas y Ciencias Naturales (Ministerio de Educación, 2014).

Los resultados a nivel nacional desde entonces han sido alentadores ya que la tasa de crecimiento de matriculación en lo que se refiere a la Educación Inicial aumentó un 11.3% y un 7% el bachillerato en el 2012 (Ministerio de Educación, 2013). La tasa de asistencia a nivel nacional en Bachillerato también aumentó 14.6% en seis años (2007-2013). Con respecto a la educación básica, la tasa de asistencia es una de las más altas con un 82.9% en el 2013 de acuerdo a la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU- siendo esta la principal herramienta para el levantamiento de información socio-demográfica y laboral del país. Incluso el Analfabetismo en el país ha disminuido de un 8% en el 2012 a un 6.7% en el 2013 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013). Las decisiones que se han realizado con respecto a la política económica, social y productiva han creado un ambiente en el Ecuador que permitió dar un impulso significativo en la educación del país.

El gobierno actual en el Ecuador está enfocado en cerrar las brechas de acceso a la educación, revolucionar y capacitar docentes con el objetivo de crear estándares de calidad en la educación, actualizando y fortaleciendo constantemente el currículo académico cumpliendo con lo establecido por la ley (Ministerio de Educación, 2014).

2.1.2. CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO

En los últimos 6 años, el gobierno ecuatoriano ha invertido en el sector de tecnología y telecomunicaciones con el objetivo de reestructurar el país, comenzando con los sistemas informáticos y por ende aprovechar las tecnologías de información y comunicación para generar conocimiento y desarrollar el país.

Desde que se constituyó el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información en el 2009, el Ecuador se ha destacado entre los primeros países a nivel regional en tener una de las tasas más elevadas respecto al crecimiento de usuarios y de conexiones de internet. El país en el 2006 solo contaba con 207,277 conexiones y en marzo 2013 este número incremento drásticamente a 4'463,390 conexiones, incrementando más de 2,100% en siete años (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2013).

En la actualidad, tener acceso a internet es fundamental en especial para el desarrollo educativo, económico y tecnológico en cualquier país. Y el Gobierno Ecuatoriano está consciente de su importancia y una gran parte de su presupuesto está enfocado en hacer que el internet sea asequible para todos y en todas las regiones. La necesidad de incrementar el acceso a los servicios de telecomunicaciones ha hecho que en los últimos años la extensión de fibra óptica crezca de 3,500km de fibra en el 2007 a 35,111km en el 2013. En el sector de la telefonía móvil también ha vivido cambios alentadores e impresionantes alcanzando más de 17 millones de líneas activas que representan el 115.4% de penetración de la población total (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2013).

Según los datos ofrecidos por la Agencia de Regulaciones y Control de las Telecomunicaciones (2015) hasta el 2014, el 82.55% de la población ecuatoriana son considerados usuarios de internet, donde el 60.63% de los usuarios de internet fijo se encuentran en la provincia de Pichincha y Guayas (Superintendencia de Telecomunicaciones, 2014).

Es evidente como los índices de disponibilidad tecnológica está en aumento constantemente en el país haciendo que disminuya a un 20,0% aproximadamente la población analfabeta digital en el 2013 con respecto al 2010 donde la población analfabeta digital representaba el 29.2%. En el Ecuador, los usuarios conocidos también como internautas utilizan el internet para comunicarse, informarse, educarse y trabajar, la

mayoría siendo hombres según la encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicaciones del 2013 (Instituto Nacional de Estadística y censos, 2013).

Es importante resaltar que existe evidencia a nivel mundial, en especial en países de Asia que muestran que las mejoras tecnológicas son medios para que las instituciones financieras expandan su cobertura, contribuyendo al crecimiento económico (FLACSO Ecuador - Ministerio de Industrias y Productividad, 2012).

2.2. AMBIENTE CULTURAL EMPRESARIAL

2.2.1. EL EMPRENDIMIENTO

La palabra “emprendimiento” acoge mayor importancia en la economía mundial y su práctica es cada vez más exigible en los medios económicos como los académicos. Sin embargo, el concepto fue por primera vez introducido por un fisiócrata francés llamado Richard Castillón (1680-1734) a comienzos del siglo XVIII y lo definió como el sujeto que asume riesgos en escenarios de incertidumbre. El fisiócrata francés consideraba dos tipos de individuos, uno conocido como el “contratado” y el otro el “emprendedor”. El contratado lo definía como aquel sujeto que recibía un salario o renta fija y el emprendedor era aquel que recibía ganancias variables e inciertas (Rodríguez Ramírez, 2009).

Verín (1982b) en su tesis doctoral describió la evolución del término “emprendedor” mostrando como en el siglo XVIII los arquitectos eran considerados emprendedores así como también a los maestros de obra, ya que emprendían grandes y desafiantes construcciones de grandes obras por encargo. De igual manera, el término fue utilizado para aquellas personas que fueron innovadoras o de alguna forma agregaban valor a un producto que ya existía (Jaramillo, 2008) y poco a poco a la definición del término “emprendedor” ha ido evolucionando basándose en que la característica del individuo siempre debe de mantener un estado de innovación, con una alta motivación y además con mucho compromiso para la planeación y ejecución de cualquier proyecto asumiendo el riesgo del mismo (Rodríguez Ramírez, 2009).

2.2.2. EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

A principios del siglo XIX, el filósofo, político y economista inglés John Stuart Mill, resaltó la importancia que es el emprendimiento para el crecimiento económico y que su desarrollo requiere de habilidades no comunes (Cardona A., Vera A., & Tabares Q., 2008). Existen estudios realizados por diversos autores que respaldan la idea de que

emprender se ha convertido en una práctica necesaria para el desarrollo económico. Hérbert y Link (1982) destacaron alguno de ellos como el estudio de Frederick Hawley (1827-1889) donde enfatizó la importancia del emprendedor en el crecimiento económico; John Bates Clark (1847-1938) reforzó dicha importancia describiendo al emprendedor como el director de la actividad económica (Rodríguez Ramírez, 2009).

Sin embargo, en el año 1880, Alfred Marshall demostró formalmente la necesidad del emprendimiento para la producción donde el introdujo un nuevo factor de producción, la organización. Este cuarto factor se lo denominó como el factor coordinador, ya que el emprendedor es el que organiza y dirige en cualquier condición, en especial, las condiciones de incertidumbre por falta de información al momento de tomar decisiones (Cardona A., Vera A., & Tabares Q., 2008).

En estudios empíricos se ha manifestado como el emprendedor tiene un efecto en la economía. El economista Joseph Schumpeter en 1911 planteó en su libro “La teoría de la dinámica económica” la existencia del desequilibrio dinámico que es generado por un emprendedor innovador ya que sus ideas conllevan a reformar el patrón de producción al momento que crean un nuevo producto, insumo o técnica no probada (Cardona A., Vera A., & Tabares Q., 2008). A pesar del cambio que generan, el entorno que les rodea a los emprendedores también afecta las decisiones que llegan a tomar y es por ello que es importante considerar la política económica en donde reside dicho emprendedor para acondicionarla de una forma que el efecto que generen, sea positivo y agresivo (Galindo Martín & Méndez Picazo, 2011).

En la actualidad las políticas económicas se vienen analizando hace algún tiempo, y es para determinar que política económica es la más apropiada para desarrollar un modelo a seguir para las demás naciones. El objetivo principal de dicho modelo es poder alcanzar mayores índices de crecimiento económico y bienestar social, en especial en épocas de recesión. Es por ello, que los países alrededor de mundo están constantemente analizando aquellos factores que potencian el crecimiento.

Como ya se había mencionado anteriormente, uno de los factores que afecta el crecimiento es el emprendimiento, ya que un país con personas no dispuestas a arriesgar y utilizar sus recursos para producir un producto o servicio no tendría un crecimiento y mucho menos sostenible en el tiempo. Holcombe (1998) respalda la importancia que tiene el emprendedor sobre la economía ya que su éxito, no solo motiva a otros a seguir

su ejemplo sino que también genera empleo y oportunidades para terceros. Sin embargo, resalta que es necesario un entorno adecuado donde proteja la propiedad privada con cierto grado de libertad en el comercio.

Galingo y Méndez (2011) también demuestran que la relación entre los emprendedores y el crecimiento económico es positiva con la condición que debe de tener un “clima social adecuado” y una política monetaria estable. Es por ello que establecer un ambiente favorable para el emprendedor es clave para el desarrollo económico en especial para países en desarrollo.

2.2.3. EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN ECUADOR

En la última década, países de América Latina, consideradas economías emergentes se han convertido en motores de crecimiento según algunos inversionistas y analistas económicos. El Economista Jefe y el Vicepresidente de la Región de América Latina y el Caribe del Grupo del Banco Mundial (De la Torre & Tuluy, 2014) resaltaron que dicho reconocimiento se debe al cambio estructural que realizaron algunos países y sus resultados fueron alentadores, sin embargo, en estos últimos meses el gran crecimiento económico que han estado viviendo las naciones latinoamericanas están desacelerando y pone en cuestión la sostenibilidad de las altas tasas de crecimiento.

La mayoría de los líderes de la región están conscientes que el principal reto para mantener el crecimiento es volverse más productivos, que surge del emprendimiento, y la labor de dichos líderes es construir un entorno adecuado donde los emprendedores de cualquier nivel socio económico puedan arriesgar, surgir, competir e innovar en cualquier mercado de su interés. Para obtener dicho entorno son necesarios algunos elementos como la generación de capital humano, mejorar la logística e infraestructura, aumentar la competencia, y la mejora del entorno contractual (De la Torre et al., 2014).

Cuando existe una relación significativa entre el emprendimiento y el crecimiento, es inevitable recurrir a los instrumentos políticos para acelerar el proceso de desarrollo del emprendimiento e innovación mediante incentivos y apoyo por parte de las instituciones para lograr mayores índices de productividad, creando trabajos y un aumento en los ingresos de la población y a su vez los del estado.

En la actualidad, ya existen empresas que están conscientes que deben de emprender e innovar constantemente para mantenerse altamente competitivas en el mercado y como efecto han logrado generar nuevas oportunidades de empleo y muchas veces empleos mejor remunerados.

Las empresas que logran la alta productividad por su fortaleza de emprender constantemente suelen ser las más grandes y esto se debe a que ofrecen un mayor salario a los emprendedores más dinámicos. Según Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolini (2014) en América Latina y el Caribe las empresas grandes (empresas con más de 25 empleados) ofrecen un salario 30 – 60 por ciento más alto que las medianas y pequeñas empresas.

Entre los países que componen a la región de América Latina y el Caribe se encuentra el Ecuador. En los últimos años el Ecuador está considerado como uno de los países más emprendedores de América Latina en el *Reporte Global Entrepreneurship Monitor*, con un índice de actividad emprendedora temprana del 36% en el 2013. Estableciendo que aproximadamente uno de cada tres adultos realizó gestiones para crear un nuevo negocio o tiene serios planes de iniciar uno en el corto plazo (menor a 42 meses).

Para el caso de Ecuador, el estudio elaborado por la ESPAE Graduate School of Management de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Sin embargo, todos los países utilizan el mismo índice, que es para el estudio conocido como Global Entrepreneurship Monitor GEM y es realizado anualmente en 63 países y siguen aumentando con el objetivo de estudiar la actividad emprendedora temprana, la percepción, actitudes y aspiraciones de los emprendedores.

En el Ecuador, el continuo incremento en la TEA que ha surgido recientemente se debe al aumento de emprendedores nacientes, con una tasa de crecimiento del 25.3% en el 2013, superando considerablemente al 16.7% observado en el 2012. Existen varios motivos para emprender y entre los adultos encuestados el 22.7% de las personas decidieron emprender aprovechando una oportunidad en el mercado, de los cuales el 25.2% lo hicieron con el objetivo de aumentar sus ingresos; 27.2% para independizarse; y el 47.6% lo hicieron también por necesidad (motivos mixtos). No obstante, los emprendimientos motivados por la necesidad es el 36.7% de la TEA, convirtiéndose en

una de las tasas más elevadas en la región, seguido de Perú con 5.25% y Brasil con 4.95% (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2013).

A pesar de los altos índices de emprendimiento, el 67% de los negocios en el país son unipersonales, es decir, solo el emprendedor trabaja en su negocio. Esto se debe a gran parte al incremento de los negocios nacientes (Lasio et al., 2013). Los datos demuestran que el Ecuador se encuentra en una etapa de desarrollo y es necesario crear un entorno favorable para que los emprendedores puedan fortalecer sus negocios y crear empleos y valor agregado a la nación.

Richard Espinosa Guzmán (2014), Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, manifestó que entre el año 2007 y 2013 el Ecuador experimentó en promedio un crecimiento mucho más elevado que lo alcanzado en los últimos 30 años en relación al PIB No petrolero, pasando de un 3,4% a uno 5,1%. Las exportaciones no petroleras han duplicado, se ha abierto 19 nuevos destinos comerciales, se colocaron más de 529 productos y también se incorporaron más de 1,222 nuevas empresas exportadoras. A pesar de que las estadísticas reflejan índices favorables para el país, la mayoría de los emprendedores tienen duda que sea sostenible en el tiempo. Esto se debe a las dificultades que existen para montar y sostener un negocio. Una de ellas es el escaso apoyo financiero que es considerada como una de las principales en el Ecuador.

2.2.3.1. Emprendedores

El emprendimiento es reconocido como uno de los motores de desarrollo económico en los países. Sin embargo, para que el emprendimiento provoque un mayor crecimiento económico, es necesario que exista un entorno con una cultura emprendedora activa donde la políticas públicas, educación, infraestructura, financiamiento ayuden al emprendedor.

En un estudio realizado por Virginia Lasio (2008) menciona como el Ecuador cuenta con algunas iniciativas de apoyo al emprendimiento. Hasta el 2008, en lo que se refiere a incubadoras empresariales, se encontraron 25 iniciativas. Sin embargo, la mayoría de iniciativas de financiamiento, educación y desarrollo empresarial se encuentran en las principales ciudades del país como Guayaquil, Quito y Cuenca. En Quito, existe un mayor apoyo a las mujeres emprendedoras y minorías étnicas, así como

también una gran actividad micro financiera donde su cobertura se extiende a áreas marginales o rurales donde existe escaso apoyo del sector financiero formal.

En el estudio GEM Ecuador (Lasio et al, 2013) se consultó a 36 individuos sobre la situación del país con respecto a varios ámbitos. Sus respuestas fueron alentadoras ya que observaron mejoras con respecto al año anterior. Entre las categorías que se consultaron estuvieron: La Percepción de Oportunidades, Motivación, Normas Sociales y Culturales, Innovación, entre otras. Existieron ligeras mejoras en el área de Normas Sociales y Culturales e Innovación. También, los expertos mencionan que la infraestructura física del país ha mejorado considerablemente facilitando la actividad empresarial, así como el grado de bienestar y satisfacción con la vida personal de los emprendedores.

En cuanto al Clima Económico, la Educación y Entrenamiento Empresarial los expertos reconocen una mejora en dichas áreas. Comenzando con el clima económico, el Ecuador ha podido sostener un crecimiento relativamente estable con respecto a otros países considerando que existe una crisis mundial en la actualidad. En la Educación y Entrenamiento, existen cada vez más programas, becas, concursos que se enfocan en la educación empresarial. Incluso, las escuelas de negocios se están esforzando para ser reconocidas y acreditadas a nivel mundial con el objetivo de aportar a la comunidad un mayor calidad de educación empresarial (Lasio et al, 2013).

2.2.3.2. Inversionistas

Uno de los objetivos del emprendedor aparte de tener una idea, paciencia es conseguir financiamiento. Existen diversas fuentes y conseguir que una de ellas acepte es una de las tareas más complicadas. El inversionista, en algunos casos suele ser el mismo emprendedor pero en su gran mayoría, en especial en países de vía de desarrollo donde la distribución de la riqueza es menos equitativa, el inversionista tiende a ser un tercero.

Es trascendental que exista un entorno propicio para el inversionista donde exista protección e incentivos al momento de invertir sus recursos en un proyecto. En el Ecuador se está tratando de crear dicho ambiente. La inversión del sector público en sectores estratégicos como la infraestructura, la calidad académica, el sistema judicial, entre otras funciones del estado ha provocado que las cifras macroeconómicas del país aumenten, convirtiéndolo en un destino atractivo para la inversión extranjera. En el 2013,

la tasa de crecimiento del capital recibido fue de 20.23% en comparación con el año previo (ProEcuador, 2014).

Tomando como ejemplo la inversión que compañías mexicanas han realizado en la última década, se puede observar como la confianza en el país ha mejorado. Solo en el 2013, las empresas mexicanas como América Móvil, Mabe, Mexichem, Arca Continental, Bimbo y las demás empresas mexicanas invirtieron en el país más de US\$ 90 millones convirtiéndolo en uno de los países con mayor inversión extranjera directa.

La inversión extranjera directa sin duda es uno de los factores que impulsan el crecimiento económico de cualquier país y lo está logrando en el Ecuador. No obstante, existen otros tipos de inversiones que están surgiendo en el país y están apoyando a los emprendedores, los inversionistas ángeles. La cultura del inversor ángel se está fortaleciendo en el país en especial en Quito y Guayaquil, donde ya se cuentan con redes o espacios donde los emprendedores pueden conseguir que respalden sus iniciativas.

El Club de Inversionistas Ángeles es un ejemplo, creado por Startups & Ventures y se reúnen una vez cada dos meses con emprendedores que presentan sus proyectos y si logra captar el interés de los inversionistas, logran captar financiamiento, mentoría y contactos para alcanzar el éxito con su proyecto. Como todo inversionista tienen sus condiciones, una de ellas es que debe de ser innovador y el monto a financiar no puede superar los US\$ 150,000 (Maldonado, 2015).

A pesar de que la economía ecuatoriana está logrando captar inversionistas nacionales y extranjeros dispuestos a invertir en el país y las iniciativas que los inversionistas ángeles están realizando todavía hay camino por recorrer. En el informe “Global Entrepreneurship Monitor 2013” destaca como la falta de redes de inversores ángeles es una de la principales debilidades que tiene el país, provocando que los emprendedores detengan la intención de crear empresas ya que un inversor ángel asesora y capacita al emprendedor al momento de poner en marcha un negocio (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2013) .

2.3. ENTORNO LEGAL PROPICIO PARA EL CROWDFUNDING

2.3.1. INCENTIVOS

En la actualidad, el gobierno nacional tiene como objetivo cambiar la matriz productiva del país y por ende, apoya a la inversión productiva privada inteligente que

promueva la innovación tecnológica, genere empleo de calidad y que logre sustituir las importaciones de ciertos productos que perjudican la balanza comercial del país (ProEcuador, 2014).

El marco legal proporciona las bases para poder crear un entorno adecuado para el comercio con el objetivo de desarrollar la economía y sociedad del país. El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones es el marco legal que regula la inversión extranjera y nacional en el Ecuador y consta con algunos incentivos para el inversionista así como también para el emprendedor. Entre los incentivos se encuentra la protección a las inversiones a través del reconocimiento de estándares internacionales.

En el 2012, el Ministerio de Industrias y Producción aprobó la creación del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa. La importancia de dicha institución está en crear una cultura empresarial autosustentable, socialmente responsable y transparente. De acuerdo al presidente de la Bolsa de Valores de Quito, entre las funciones del instituto está la protección al inversionista y adoptar un código país de gobierno corporativo (Andes, 2012). Los inversionistas tienen un canal neutral al cual recurrir, ofreciendo un beneficio para el inversionista en el mercado bursátil.

Además de la protección a las inversiones, el Ecuador cuenta con la tasa de impuesto a la renta más baja de la región. Las nuevas empresas que se constituyen en el país tienen exoneración de pago del anticipo mínimo del impuesto a la renta por cinco años. (ProEcuador, 2014)

2.3.2. REGULACIONES

Con el auge del Crowdfunding en ciertas regiones del mundo es necesario que existan regulaciones con el objetivo de proteger a los usuarios e industria. Países como Estados Unidos y España ya cuentan con regulaciones para las nuevas formas de acceso al crédito como la financiación colectiva (Crowdfunding).

En el 2012, El presidente de los Estados Unidos, Barack Obama firmó el Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act que ofrece algunos cambios a la ley de valores donde permite que los patrocinadores adquieran acciones de empresas en las que participen. Este modelo es conocido como Equity Crowdfunding (basado en acciones). Los empresarios que decida acudir a las plataformas de Crowdfunding basadas en participación accionaria tendrán la oportunidad de reunir capital de Inversores hasta \$1

millón en un período de 12 meses a través de una plataforma aprobada por la Comisión de Valores e Intercambio de los Estados Unidos. Todas las plataformas aprobadas deben entregar toda la información necesaria a los inversionistas con el objetivo de mitigar el riesgo de la inversión (U.S. Securities and Exchange Commission, 2012).

En España, a principios del 2015 el Congreso aprobó la ley de Fomento de la Financiación Empresarial donde establece que la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) es el responsable de la supervisión, inspección y de las sanciones de los proyectos que se acojan a dicho modelo. La ley prevé que para conformar una plataforma de Crowdfunding, el capital social mínimo es de 60,000 euros y debe ser desembolsado íntegramente en efectivo o contar con una garantía equivalente a la del capital social mínimo y el seguro de responsabilidad civil (Periódico Global El País, 2015).

En otros países como el Ecuador, no disponen de una sección en la ley que regule específicamente las plataformas de financiamiento colectivo. Sin embargo, en el Ecuador las entidades reguladoras han logrado generar ciertos cambios. La Superintendencia de Compañías ha puesto en marcha la constitución electrónica de empresas creando un clima positivo empresarial logrando reducir costos, trámites y en especial el tiempo. El tiempo para constituir una compañía disminuyó de 60 días a solo 2 días (Ochoa, 2014).

El Ecuador en el 2014, puso en marcha un sistema de dinero electrónico, una herramienta tecnológica que ayudaran al país a solucionar algunos problemas y permitirá al país ahorrar tiempo y dinero. La normativa aumentó el control sobre el sistema financiero y establece que el Banco Central del Ecuador sea el que administre la moneda electrónica (El Comercio, 2014).

A parte de los nuevos cambios que se han realizado en los últimos años, el Ecuador todavía le falta mucho por recorrer. En el Índice de la facilidad para hacer negocios del 2015 (Doing Business 2015) creado por el Grupo del Banco Mundial donde uno de sus parámetros de calificación son las regulaciones para las empresas, establece que el Ecuador se sitúa en el puesto 115 de 189 economías en el mundo (Grupo del Banco Mundial, 2015).

2.4. FUENTES TRADICIONALES DE FINANCIAMIENTO EN EL ECUADOR

2.4.1. FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDEDOR

Uno de los principales pilares para la construcción de un ecosistema emprendedor es el desarrollo de alternativas de financiamiento, con el objetivo de ofrecer al emprendedor la más apropiada para cada una de las necesidades a lo largo de las diferentes etapas en el proceso de desarrollo de su proyecto o el mejoramiento de una unidad productiva.

A nivel mundial existen alrededor de 400 millones de emprendedores empezando o consolidando un negocio de los cuales aproximadamente se estima que el 35% genere al menos 5 puesto de trabajo según los datos recopilados en la edición 2011 del GEM en su reporte extendido sobre el emprendedor y el empleo empresarial a nivel global (Bosma, Wennekers, & Amorós, 2012).

Messina y Peña (2013) analizaron que las causas de fracaso de la mayoría (más del 50%) de los emprendedores en vía de desarrollo abandonan su negocio por dificultades de financiamiento o por insuficiencia de retornos económicos. Es por ello, la importancia de establecer un ecosistema emprendedor adecuado, donde una de las dificultades no sea el financiamiento para su proyecto.

En la actualidad, a nivel global, existen diversos mecanismos de financiamiento, unos más utilizados que otros; y otros se encuentran en pleno crecimiento, conquistando el mercado por su facilidad y accesibilidad al capital. A continuación se detallan algunas de las fuentes de financiamiento que se le pueden presentar a un emprendedor:

- Los ahorros propios del emprendedor/es.
- El financiamiento por medio de los conocidos, es decir, los amigos o familiares, también conocidos como FFF (Friends, Family and Fools) por sus siglas en inglés.
- Los préstamos bancarios son uno de los más utilizados pero generalmente se exigen garantías con un valor mucho más elevado de lo prestado, convirtiéndolo en un mecanismo difícil de cumplir para el emprendedor.
- Las tarjetas de crédito también son utilizadas, sin embargo, su costo es unos de los más elevados y de corto plazo.
- Las organizaciones que cuyo enfoque es fortalecer y desarrollar el ecosistema emprendedor donde el préstamo se ajusta perfectamente al proceso emprendedor.

- Capital semilla es utilizado para financiar actividades claves al momento de iniciar un negocio, brindándole apoyo financiero temporal al emprendedor.
- Inversionistas ángeles suelen ser personas prósperas que proveen con capital para compañías nacientes, usualmente a cambio de participación accionaria.
- El Capital de riesgo, conocido también como Venture Capital, son fondos que proporcionan capital en las primeras fases de un emprendimiento para consolidar y desarrollar la compañía y suelen estar en mercados de alto crecimiento.
- El Capital de Riesgo Privado está orientado a los emprendedores que ya han consolidado sus negocios. El objetivo de dicho mecanismo es para inyectar capital para expandir el negocio o para la internacionalización.
- Las Sociedades Financieras que son intermediarios financieros no bancarios, ofrecen servicios de arrendamiento puro, arrendar con opción a compra del activo (leasing), y crédito. Su esquema de financiamiento es con garantía financiera, prendaria, hipotecaria o compuesta.
- El Factoraje se suele usar bajo un esquema donde una empresa vende una factura a una empresa que se dedica al factoraje, con el objetivo de que ésta se haga cargo del cobro y de sólo una parte del valor total del documento. Existen costos asociados a este mecanismo y son cobradas por medio de la factura como comisión, el interés y otros gastos.

Se pueden observar las diversas fuentes de financiamiento existentes en el mercado y suelen ser utilizadas durante todo el proceso emprendedor y en varias ocasiones suelen recurrir a más de un tipo de mecanismo (Messina & Peña, 2013; García Fuentes, 2012). Además de las mencionadas existen otras fuentes de financiamiento no tradicionales como el Crowdfunding que en los últimos años ha venido conquistando el mercado financiero en países desarrollados y el mismo efecto está obteniendo en países en vía de desarrollo.

2.4.2. EL CROWDFUNDING

Esta nueva herramienta es la convergencia de los medios de comunicación social y las tecnologías digitales con el objetivo de aprovechar el poder de los grandes grupos (crowd) conocidas como “la comunidad virtual” y ha logrado cambiar el paradigma de los emprendedores hacia las fuentes de financiamiento. A pesar de que este mecanismo funciona con aportaciones individuales y que muchas veces pueden

parecer insignificante por sí mismo, el acumulación de dichas aportaciones logran financiar proyectos multimillonarios.

El Crowdfunding o financiamiento colectivo son plataformas que canalizan el capital a una amplia variedad de proyectos. Se ha convertido en una herramienta eficaz para impulsar la innovación en los mercados, la creación de empleos, y reducir la brechas existentes entre la oferta y demanda de capital para todo tipo de organizaciones (Fondo Multilateral de Inversiones, 2014).

Manchanda y Muralidharan (2014) cita a Schwinbacher y Larralde (2010) para describir como Crowdfunding surgió del Crowdsourcing¹ mencionando que “ Crowdsourcing permite a empresas externalizar tareas específicas esenciales para la fabricación o venta de un determinado producto al público en general (la multitud) con la ayuda de una convocatoria abierta por medio del internet y los consumidores voluntariamente contribuyen a los procesos de producción y crear valor. Crowdfunding: puede ser considerada como la combinación de conceptos de crowdsourcing (es decir, buscar financiamiento de la multitud) y las micro finanzas (pequeñas cantidades aportadas, sin garantía)”.

Sin embargo se puede concluir, después de revisar diversos estudios (Ordanini, Miceli, Parasuraman, & Pizzetti, 2011; Belleflamme, Lambert, & Schwinbacher, 2013; Asociación Española de Fundarising, 2012) que definen el Crowdfunding como una técnica de captación de fondos por medio de plataformas en internet que facilitan la interacción con un número elevado de personas que aportan muchas veces pequeñas cantidades de dinero en forma de donación o a cambio de un producto a producirse o algún tipo de recompensa para apoyar iniciativas con fines específicos.

2.4.2.1. TIPOS DE CROWDFUNDING

Existen diferentes maneras de captar el dinero de las personas a través de las plataformas de crowdfunding, y esa diferencia radica principalmente en el propósito con el que se aporta a un proyecto y la relación que existe entre el Crowdfunder y el Receptor (propietario de la campaña).

El Crowdfunding Financiero y el Crowdfunding No Financiero son dos tipos de Crowdfunding que implican diferentes estrategias al momento de promocionar las campañas. Además, la participación con los inversionistas o donantes difieren según el

¹ Crowdsourcing es una colaboración abierta distribuida o externalización abierta de tareas.

tipo, así como las instituciones, las regulaciones, y las infraestructuras. El Crowdfunding No Financiero es una convocatoria abierta para causas benéficas donde las personas donan sin esperar algún retorno financiero. El Crowdfunding Financiero tiene el propósito opuesto, brindando oportunidades a los inversionistas a que obtengan un retorno financiero a cambio de su apoyo (Fondo Multilateral de Inversiones, 2014).

De estos dos tipos de Crowdfunding, divergen cuatro modelos, los cuales son considerados los principales:

1. Equity/Investment crowdfunding
2. Lending-based crowdfunding
3. Reward-based crowdfunding
4. Donation-based crowdfunding

Se han detallado en orden de acuerdo a lo que podría llamarse la “tangibilidad” de lo que se obtiene a cambio en cada caso. Incluso, al momento de aplicar uno de ellos, es importante analizar cual le conviene según el modelo empresarial o motivación social ya que desde la perspectiva jurídica y económica son diferentes (Rodríguez de las Heras Ballell, 2013).

Crowdfunding basado en Acciones (Inversión). Cada uno de los que aporta obtiene una participación en la empresa. Se convierten en micro inversores, con derechos sobre una parte de los beneficios de las futuras ganancias, como contraprestación a su aportación (Pazowski & Czudec, 2014). En este modelo, presenta la posibilidad de obtener recompensas mayores conforme el valor de la acción del inversionista vaya incrementando a lo largo del tiempo por el éxito del negocio. Sin embargo, el riesgo también está presente ya que el negocio como cualquier otro puede llegar a fracasar.

Crowdfunding basado en Deuda (Préstamo). Se trata de préstamos, los creadores del proyecto tienen que devolverlos con interés de recargo. Los Crowdfunders (inversionistas) reciben un instrumento de deuda donde especifica todos los términos y obligaciones que adquieren ambas partes incluyendo el futuro reembolso del inversionista (Fondo Multilateral de Inversiones, 2014). Dicho reembolso consiste en el capital más una tasa por lo general fija.

Muchas veces el intermediario (gestor de la plataforma de crowdfunding) actúa como un auténtico intermediario que recauda fondos reembolsables del público y de

esta forma garantizando así la devolución de los préstamos en determinadas condiciones (Rodríguez de las Heras Ballell, 2013). Las principales plataformas que se dedican a este modelo de crowdfunding son Landingclub y Zopa.

Crowdfunding basado en Recompensas. El modelo de crowdfunding más utilizado; a cambio de sus aportaciones, los proyectos ofrecen a las personas distintos tipos de recompensas dependiendo de la cantidad aportada. Pueden ir desde un agradecimiento, material promocional relacionado con el proyecto hasta el mismo producto o servicio.

Este modelo inclusive es utilizado por empresas como una herramienta para medir la demanda de un nuevo producto o servicios en el mercado con el objetivo de reducir el riesgo antes de ordenar su producción (Fondo Multilateral de Inversiones, 2014). Además del beneficio mencionado para las empresas, algunas empresas han optado por producir un grupo limitado de productos con el objetivo de recopilar opiniones sobre su experiencia con dicho producto (diseño, calidad, y funcionalidad).

Un ejemplo es cuando un artista quiere grabar un álbum y decide realizar una campaña. La estrategia que suelen emplear es ofrecer mejores recompensas a quienes den una contribución. Es decir para este caso las personas que aportan con 30 dólares reciben una copia anticipada mientras que el que aporte con más de 100 dólares puede recibir un par de boletos a un concierto del artista.

Crowdfunding basado en Donaciones. En este caso no existe recompensa física como tal sino más bien la satisfacción personal una donación desinteresada. En este tipo de crowdfunding se enmarcan los proyectos sin fines de lucro, fundaciones, organizaciones, campañas, movimientos, etc. que ven en esta plataforma una oportunidad para conseguir financiamiento (Pazowski & Czudec, 2014). Por ejemplo, una Organización No Gubernamental decide iniciar una campaña para crear un programa educativo-terapéutico para el tratamiento y prevención de las drogodependencias para los países en desarrollo.

2.4.2.2. CROWDFUNDING EN EL MUNDO

En épocas de crisis, alternativas de financiamiento son anheladas para mantener o restaurar el ciclo productivo en cualquier economía. En especial para aquellas personas con iniciativa empresarial. El esfuerzo que conlleva conseguir el capital necesario para un negocio es alto y han sido considerados en diversos estudios

relacionados con la gestión de pequeñas empresas e iniciativas empresariales (Carter & Rosa, 1998). De hecho, en un estudio realizado por Yallapragada, R. y Bhuiyan, M. (2011) destacaron que la obtención de capital está entre las principales causas de fracaso en pequeñas empresas. En estos casos es cuando surgen alternativas de financiamiento no tradicionales como el famoso “Crowdfunding”.

La primera campaña que se realizó de crowdfunding a pesar de que su término era inexistente, fue en el año 1997 donde una banda de rock inglesa llamada “Marillion” utilizó el internet para recaudar fondos (US\$ 60,000) para realizar una gira en los Estados Unidos. La campaña fue administrada por los aficionados sin ninguna participación de la banda inglesa. Su éxito fue inevitable haciendo que la banda decida realizar los álbumes discográficos y marketing por medio de campañas en internet (Dziuba, 2012).

Las primeras plataformas de Crowdfunding se desarrollaron entre los años 2005 y 2009 como Kickstarter.com, IndieGoGo.com, Kiva.org, Zopa.com, entre otras (Dziuba, 2012). Cada plataforma utiliza diferentes modelos de Crowdfunding, algunas usan más de uno y otras se enfocan en un solo modelo. Existen varios casos a nivel mundial que han tenido éxito utilizando dichas plataformas sin importar su categoría (Arte, Música, Filmación, Fotografía, Teatro, Web, Tecnología, Comida, Religión, Salud, Política, Comunidad, Educación, Ciencias, Deportes, etc.).

Eric Migicovsky creador del reloj innovador con pantalla electrónica “e-paper” que permite a los usuarios interactuar con sus dispositivos Android o iOS, recaudó US\$ 375 mil dólares provenientes de algunos Inversionistas Ángeles de Silicon Valley² que sirvieron para la creación del prototipo “Pebble”. Sin embargo, faltaron US\$100 mil para financiar la producción de dicho producto los cuales no conseguía financiar en Silicon Valley siendo esta uno de los lugares con mayor índice de Inversionistas Ángeles. En el Abril de 2012, Migicovsky decidió acudir a otro mecanismo de financiamiento, el Crowdfunding.

En cuestión de 2 horas de haber lanzado su campaña de Crowdfunding, el creador del “Pebble” recaudó los US\$100 mil dólares y todavía faltaban 37 días para terminar su campaña. En Mayo de 2012, Eric Migicovsky terminó recaudando más de

² Silicon Valley es un apodo que se le dio a una zona del sur en San Francisco Bay al norte del estado de California en los Estados Unidos. Es el hogar de grandes corporaciones de alta tecnología del mundo, así como de miles de compañías nuevas de alta tecnología.

US\$ 10 millones de dólares que correspondían a 68,929 personas dispuestas a comprar su creación. (Agrawal, Catalini, & Goldfarb, 2013). Migicovsky acudió a una de las plataformas más famosas a nivel mundial, Kickstarter.com. En la actualidad, dicha plataforma ha logrado financiar más de 80 mil proyectos, recaudando más de US\$ 1.5 mil millones de dólares desde el 2009 (Kickstarter.com, 2015).

Otro caso de éxito en la industria tecnológica fue realizado por investigadores del Instituto Tecnológico de Massachusetts, una de las Universidades más prestigiosas a nivel mundial que utilizaron el crowdfunding para ofrecer impresoras 3D de bajo costo para pequeñas empresas bajo el nombre "Form 1". En menos de un mes lograron su meta de recaudar US\$ 100 mil dólares para la compra de los componentes. Sorprendentemente al concluir la campaña, sobrepasaron su meta recaudando aproximadamente US\$3 millones de dólares de más de 2 mil inversionistas, convirtiéndose en un éxito en la plataforma de Kickstarter.com (Riedl, 2013).

Otra campaña que obtuvo éxito por medio de la plataforma de crowdfunding Kickstarter.com fue el documental "Sun Come Up" por Big Red Barn. El objetivo de la campaña que se lanzó en el 2009 era para recaudar US\$ 14,000 dólares para editar el documental lo cual fue alcanzado en 2 meses. Dicho documental sigue todos los esfuerzos del gobierno de las islas Carteret ubicadas en el Océano Pacífico pertenecientes a Papúa Nueva Guinea para reubicar a los residentes de las mismas.

La mayoría de los científicos creen que debido al calentamiento global provocó que exista un aumento del nivel del mar haciendo que las formas tradicionales de recolección de alimentos ya no son suficientes para alimentar a la población en las islas. Finalmente, todas las tierras cultivables de las islas se verán sumergidas, esto está provocando que la población de las islas se convierta en "los primeros refugiados del cambio climático". Sun Come Up fue nominado al Oscar como el mejor documental corto en 2010 (Riedl, 2013).

Además de los proyectos mencionados que obtuvieron éxito, existen otros casos que lograron financiar sus proyectos en áreas científicas, educativas, tecnologías, entre otras. Realmente el crowdfunding no tiene límites en cuanto su aplicación. Incluso, en industrias donde su modelo tradicional de financiamiento se encuentra en crisis debido al cambio tecnológico, como es el caso en la industria cinematográfica. El crowdfunding se ha vuelto cada más importante y ha hecho posible realizar proyectos

audiovisuales que difícilmente encontrarían financiación a través de los canales tradicionales en el ámbito cinematográfico (Ruiz, 2010).

En el ámbito científico también ha logrado obtener éxito el crowdfunding. Ethan O. Perlstein (2013) y su equipo de investigación después de tratar de acudir a las alternativas de financiamiento tradicionales, se encontraron en la necesidad de acudir al crowdfunding para poder terminar su investigación farmacológica llamada “Crowd4Discovery” que estudia internacionalmente la coalición de “micropatrones”. El equipo después de dos meses logro sobrepasar su meta de US\$25,000 dólares un 102% aproximadamente de 390 inversionistas de 15 países, entre extraños (40%) y conocidos (60%).

Fuentes de Financiamiento en el Ecuador. Para el caso de Ecuador, la mayoría de las fuentes de financiamiento utilizadas en el país provienen del Sistema Financiero. El Sistema Financiero está conformado por un conjunto de instituciones financieras públicas y privadas tales como: Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas, Sociedades Financieras, y Compañías emisoras de Tarjeta de Crédito. Su objetivo principal es cuidar los ahorros de los depositantes y canalizar los recursos económicos a través de créditos (Morales, 2014).

El objetivo de cada una de las instituciones son similares, no obstante, la estructura y responsabilidades son diferentes. Comenzando con los Bancos y las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador son Instituciones Financieras que cumplen con la función de recibir el ahorro de parte de sus clientes y colocar dichos fondos como préstamos a quienes solicitan. En la actualidad existen 27 Bancos en el país, de los cuales el 92.60% son Privados y el resto son Públicos (Estatales).

En lo que se refiere a Cooperativas de Ahorro y Crédito, existen 35 entidades alrededor del país y son organizaciones constituidas por personas naturales o jurídicas que deciden unirse voluntariamente con el objetivo de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y con previa autorización de la Superintendencia, con clientes (terceros) según como lo establezca la ley. Las Sociedades Financieras son instituciones que se dedican meramente a conceder créditos. Suelen cobrar una tasa de interés ligeramente superior a los Bancos y Cooperativas pero en ningún caso exceden a los máximos establecidos por el Banco Central del Ecuador (Morales, 2014).

Estas últimas dos instituciones financieras, las Mutualistas y las Compañías Emisoras de Tarjetas de Crédito están enfocadas en el financiamiento de consumo, es decir, las 4 Mutualistas que existen en el país captan recursos para financiar la construcción de viviendas y el bienestar de sus socios y clientes. Las 2 compañías Emisoras de Tarjetas de Crédito que se encuentran establecidas en el país, permiten a sus clientes adquirir bienes y servicios en establecimiento afiliados.

Además de las tradicionales fuentes de financiamiento que se encuentran en el Sistema Financiero, también, el país cuenta con su propio Mercado Bursátil que está compuesto por la Bolsa de Valores de Guayaquil y la Bolsa de Valores de Quito. Esta es una opción para conseguir financiamiento por medio de la emisión de acciones o títulos de obligaciones. No obstante, en términos macroeconómicos en el 2010, el monto nacional transado en el Mercado de valores representa el 8.8% con respecto al PIB de país, siendo esta, un monto relativamente bajo considerando el rol estratégico que tiene para el desarrollo económico del país (Ministerio de Industrias y Productividad, 2012).

La demanda de crédito registrada según el Banco Central del Ecuador (2015) en el 2014 fue de 4'491,509 personas, que representan USD 24,616 millones aproximadamente. Mientras que el número de nuevos demandantes de crédito asciende a más de 340 mil personas que representan el 7,8% de la demanda total en el año 2014. Los nuevos demandante son aquellas personas que por primera vez solicitaron un crédito en alguna Institución Financiera. Es importante resaltar que las entidades con mayor participación en la otorgación de crédito son la Banca Privada y Pública.

2.4.3. MECANISMOS MÁS UTILIZADOS EN EL ECUADOR

Como se había mencionado previamente, las fuentes de financiamiento provienen en su gran mayoría del Sistema Financiero, en especial de la Banca Privada. El Sistema Financiero Privado en el país en el 2014 mantuvo una participación del 87.3% en el mercado financiero, el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social representa el 9.6% y el resto la Banca Pública con un 3% de participación (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2014).

Es importante resaltar que existen varios segmentos donde la participación de las instituciones financieras varían, sin embargo, las actividades productivas (crédito productivos y microcréditos) representaron alrededor del 72.75% del volumen de crédito otorgado (USD 17,923.6 millones) en el país. Ahora, si solo se considera el

Sistema Financiero Privado, los Bancos tienen una participación del 80.06%, mientras que las Cooperativas tuvieron una participación del 13.15% (Banco Central del Ecuador, 2015). Al momento de analizar por tipo de crédito (Productivo, Consumo, Vivienda, Microcrédito) la participación de mercado varía. Sin embargo, la banca privada y pública sigue liderando el mercado en cada segmento.

2.4.4. BARRERAS EXISTENTES PARA LA OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO

En los mercados financieros, muchas veces los recursos no siempre suelen ser asignados de una forma eficiente en el ámbito social creando externalidades negativas para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). La asimetría de información que existe entre las entidades financieras y las MIPYMES en especial en países en desarrollo provoca que las entidades financieras perciban un mayor riesgo crediticio, haciendo que las exigencias de garantías y los costos de transacción sean más elevados si se compara con una empresa grande. Esto genera múltiples restricciones al momento de adquirir financiamiento (FLACSO Ecuador - Ministerio de Industrias y Productividad, 2012).

Es evidente que en el mercado financiero ecuatoriano existen dichas restricciones, comenzando con los costos de financiamiento – tasas de interés. Entre los segmentos la tasa de microcrédito es una de las más altas en promedio siendo esta un 25.17%, mientras que la tasa promedio de los créditos Productivos es de 8.40% en el 2015 (Banco Central del Ecuador, 2015). Las tasas que el segmento de microcrédito maneja son realmente preocupantes, por el motivo que la banca privada se mantiene ausente del papel de solidaridad y del compromiso que debería existir con dicho sector productivo ya que representan uno de los motores del crecimiento del país (FLACSO Ecuador - Ministerio de Industrias y Productividad, 2012). El Banco Nacional de Fomento (2015) es una de las pocas entidades bancarias que ofrece una tasa relativamente baja al segmento microcrédito. Sin embargo, dichas tasas solo son ofrecidas para ciertos sectores estratégicos como el Agropecuario y el Desarrollo Humano.

Los cuantiosos trámites y excesivas garantías que exigen las entidades financieras también son una de las principales limitantes que los demandantes de préstamos tienen que afrontar al momento de solicitarlos (García Pérez de Lema, Gómez Martínez, & Marín Hernández, 2009). Tomando como ejemplo a la Corporación Financiera

Nacional (2015), entidad financiera pública, establece que las garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada según lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de dicha institución financiera. Los mismos requisitos son exigidos por las demás entidades financieras creando una barrera para las micro, pequeñas y medianas empresas y en especial para los negocios emergentes.

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

Al hablar de investigación, lo primero en lo que se piensa es en el método científico. Muy probablemente sea porque es lo que se enseña desde los primeros años de escuela, cuando se trata de explicar por primera vez la importancia de la investigación per se y la manera más óptima de llevar a cabo una.

Al hablar del método científico, no es de extrañarse si la mente automáticamente lo asocia con ciencias de la naturaleza – conocidas también como ciencias exactas – tales como materias numéricas o experimentales en donde la parte social no es precisamente el principal factor de investigación. Sin embargo, las ciencias sociales constituyen parte tan importante como las demás ciencias dentro del proceso de investigación para el aprendizaje del ser humano.

No todos los fenómenos son iguales, y por consiguiente, no en todos los casos aplica la misma metodología. Mientras que para las ciencias de la naturaleza se opta por la investigación cuantitativa, es importante estar conscientes de que los fenómenos sociales no siempre pueden ser analizados desde una óptica puramente objetiva, y por ende lo que se aplica es la investigación cualitativa.

Tomando esta premisa en consideración, se tiene que la investigación social distingue entre diversos métodos, mismos que son utilizados en base a las necesidades específicas de cada proyecto. Y a pesar de que los tipos de investigación difieren entre autores, los más comunes son: Exploratoria, Descriptiva y Explicativa.

Para el presente proyecto, es relevante delimitar el espacio en el que se encuentra enmarcado. Como ya ha sido mencionado en capítulos anteriores, la trama central de este estudio – el Crowdfunding – constituye aún un tema relativamente nuevo en el mercado ecuatoriano. Y en ese orden, el tipo de investigación que mejor se acopla a las necesidades del proyecto es la investigación exploratoria. Citando a Earl Babbie (2000): “buena parte de la investigación social se realiza para explorar un tema o para tener una familiaridad inicial con alguna cuestión”.

A través de la investigación exploratoria, este trabajo procura revisar la información preexistente acerca del Crowdfunding. Así como también recopilar datos acerca del Crowdfunding en el Ecuador.

Para lograr dicho cometido, se hizo uso de fuentes secundarias tales como investigaciones, artículos del sector público y privado, revistas, periódicos académicos, y libros. Entre ellos destaca un estudio realizado por el infoDev, un programa del Banco Mundial que apoya a emprendedores a nivel global.

El estudio trata sobre el Potencial del Crowdfunding para los Países en Desarrollo y en él se presenta una encuesta que sirve para determinar si un país está o no listo para el Crowdfunding y que fue tomada como guía para la elaboración de las encuestas del presente trabajo.

Cabe mencionar que, en adición a las encuestas, se consideró realizar entrevistas con el objeto de compilar la opinión de individuos que hacen las veces de actores del mercado. Es decir, personas que sirven como referentes de un grupo de interés de la población.

El criterio de elección empleado en la determinación de los actores del mercado estuvo a cargo de los autores del trabajo, en base a consideraciones propias sobre el perfil de cada individuo (véase APÉNDICE C). A través de encuestas y entrevistas, se obtuvo la información primaria para el proyecto.

La clave para obtener resultados relevantes es lograr abarcar una parte simbólica del mercado, razón por la cual lo principal fue establecer la población con la cual se debería trabajar y calcular la muestra.

Al no contar con información suficiente acerca del número de personas cuyas características las identifiquen como candidatos propensos a escoger el Crowdfunding, se trabajó con una población infinita pues el tamaño se desconoce.

Sí existen sin embargo, filtros claramente definidos sobre la persona que debe llenar la encuesta, como lo son: el uso del internet como actividad habitual, ser mayores de edad, y apertura para realizar transacciones electrónicas. Hasta el momento, no hay en el país estudios que provean mediciones de la población respecto a las características antes mencionadas, por ese motivo se asumió una población desconocida.

Bajo la premisa de una población infinita o desconocida, la fórmula aplicada para determinar la muestra fue:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

En donde:

- n: es el número de individuos a calcular para la muestra
- Z^2 : es el nivel de confianza utilizado, 95%
- p: es la proporción de individuos que representan la variable de interés.

Es decir, que utilizarían Crowdfunding, 0,5

- q: es la parte de la población que no utilizaría Crowdfunding o $(1 - p)$, 0,5

- e^2 : es el margen de error considerado para el estudio, 5%

Reemplazando valores, se tiene que:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2} = 384$$

El número de personas a encuestar según lo calculado es de trescientos ochenta y cuatro. Las mismas que deberán ser mayores de edad (mayores a 18 años) y hacer uso del internet por medio de cualquier dispositivo electrónico.

Una vez analizadas las encuestas, se discriminarán los tres puntajes con mayor frecuencia y se asignarán a tres grupos. Esto a fin de abarcar las respuestas de un mayor porcentaje de la muestra. La encuesta está hecha de tal manera que la mayoría de las preguntas se responde mediante una escala que va del 1 al 10 lo cual va acorde a la metodología que se decidió emplear.

Por cada uno de los grupos, se llenará la encuesta del Banco Mundial y una vez se hayan obtenido los tres resultados, se procederá con el análisis de si el Ecuador está o no listo para acoger el Crowdfunding.

En base a los resultados obtenidos en las preguntas de la encuesta, se decidió calcular un indicador promedio para cada uno de los cuatro ámbitos estratégicos en la adopción del Crowdfunding según el Banco Mundial (2013): Tecnología, Cultura, Regulación, y Capital.

CAPÍTULO 4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se detallan los resultados obtenidos organizados de acuerdo a los cuatro ámbitos estratégicos para el estudio del Crowdfunding:

4.1. RESULTADO ENCUESTAS

4.1.1. TECNOLOGÍA

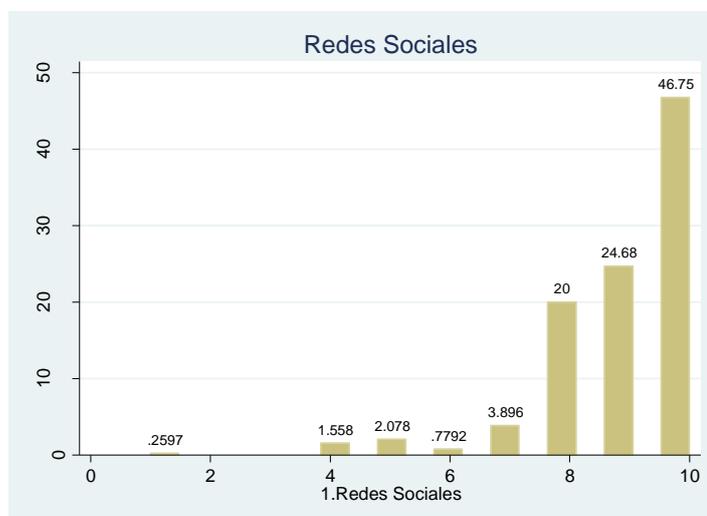
¿Qué tan a menudo considera usted que las personas utilizan las redes sociales? (LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, Instagram, entre otras). (Pregunta 1)

Tabla 4.1 Uso de Redes Sociales

1.Redes Sociales	Freq.	Percent	Cum.
1	1	0.26	0.26
4	6	1.56	1.82
5	8	2.08	3.90
6	3	0.78	4.68
7	15	3.90	8.57
8	77	20.00	28.57
9	95	24.68	53.25
10	180	46.75	100.00
Total	385	100.00	

El 91% de los 385 encuestados, esto es 352 individuos de la muestra, escogieron puntajes que van de 8 a 10 para la pregunta de qué tan a menudo las personas utilizan las redes sociales. Esto significa que la percepción general es que en el país existe un uso frecuente de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros.

Ilustración 4.1 Uso de Redes Sociales



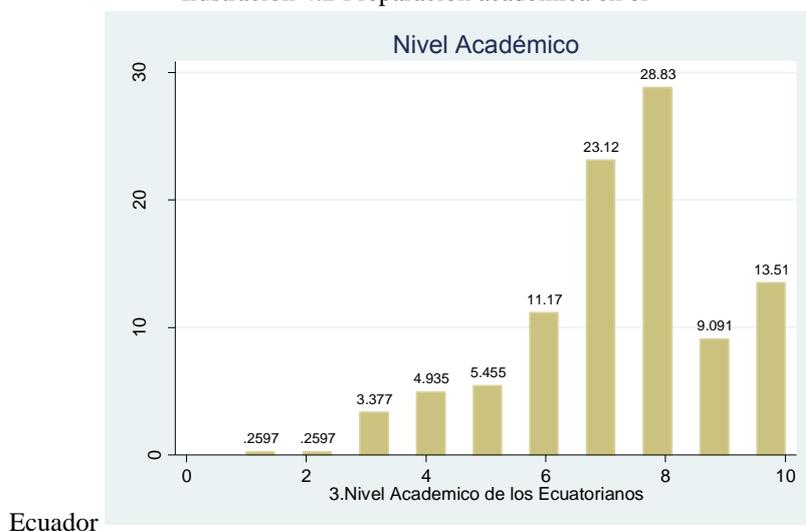
¿En promedio, qué tan avanzado considera usted que se encuentra el nivel académico de los ecuatorianos? (Pregunta 3)

Tabla 4.1 Preparación académica en el Ecuador

3.Nivel Académico de los Ecuatorianos	Freq.	Percent	Cum.
1	1	0.26	0.26
2	1	0.26	0.52
3	13	3.38	3.90
4	19	4.94	8.83
5	21	5.45	14.29
6	43	11.17	25.45
7	89	23.12	48.57
8	111	28.83	77.40
9	35	9.09	86.49
10	52	13.51	100.00
Total	385	100.00	

La percepción en general es que las personas cuentan al menos con preparación secundaria. El 85.71% de la muestra eligió un puntaje mayor a 5 para calificar el nivel académico de los ecuatorianos en general. Es decir, la mayoría opina que los ecuatorianos tienen un nivel académico superior al primario.

Ilustración 4.2 Preparación académica en el



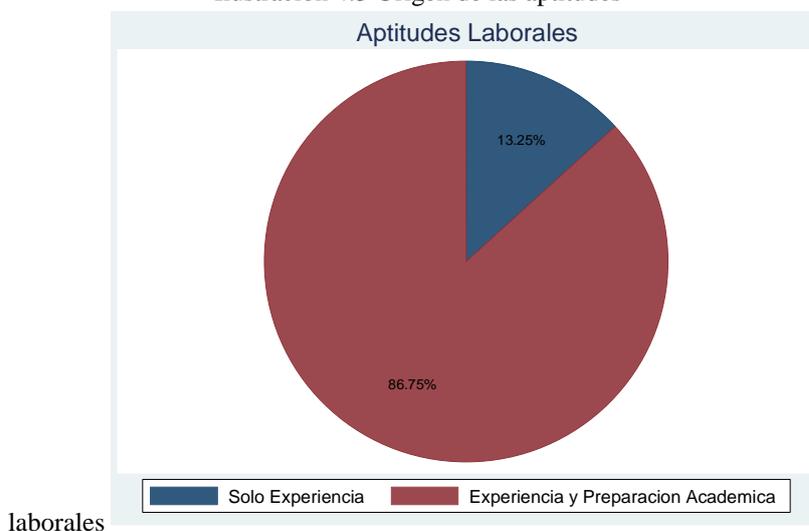
En su opinión, ¿las aptitudes laborales se adquieren solo con la experiencia o también con preparación académica y entrenamiento formal? (Pregunta 4)

Tabla 4.2 Origen de las aptitudes laborales

4. Aptitudes Laborales	Freq.	Percent	Cum.
Solo Experiencia	51	13.25	13.25
Experiencia y Preparacion Academica	334	86.75	100.00
Total	385	100.00	

Al hablar de las aptitudes laborales, el 86.75% estuvo de acuerdo en que las mismas se adquieren a través de dos fuentes: la preparación académica y la experiencia.

Ilustración 4.3 Origen de las aptitudes



¿Qué tan a menudo realiza transacciones electrónicas a través del sistema bancario?

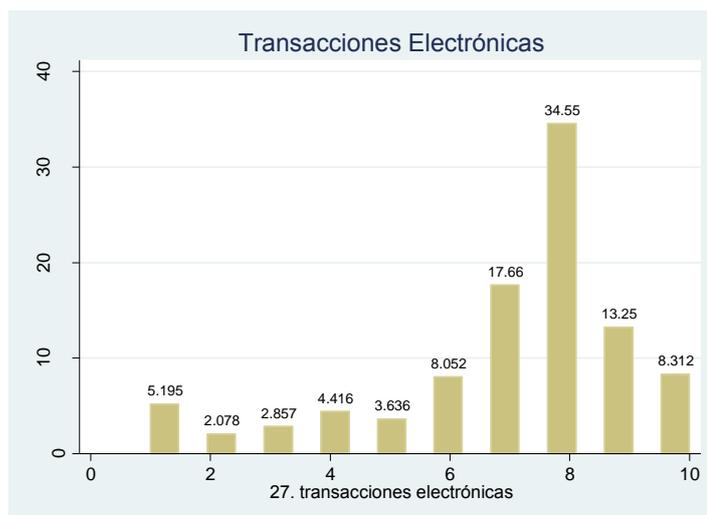
(Pregunta 27)

Tabla 4.3 Transacciones electrónicas

27. transaccion es electrónica s	Freq.	Percent	Cum.
1	20	5.19	5.19
2	8	2.08	7.27
3	11	2.86	10.13
4	17	4.42	14.55
5	14	3.64	18.18
6	31	8.05	26.23
7	68	17.66	43.90
8	133	34.55	78.44
9	51	13.25	91.69
10	32	8.31	100.00
Total	385	100.00	

En cuanto a las transacciones electrónicas, se aprecia en los resultados que las personas realizan este tipo de operaciones a través del sistema bancario a menudo ya que la mayor cantidad de encuestados, 252 de 385, se enmarcan en puntajes que van del 7 al 9 en la escala. Es decir, en estos tres valores se encierra el 65.46% del total de la muestra.

Ilustración 4.4 Transacciones electrónicas



4.1.2. CULTURA

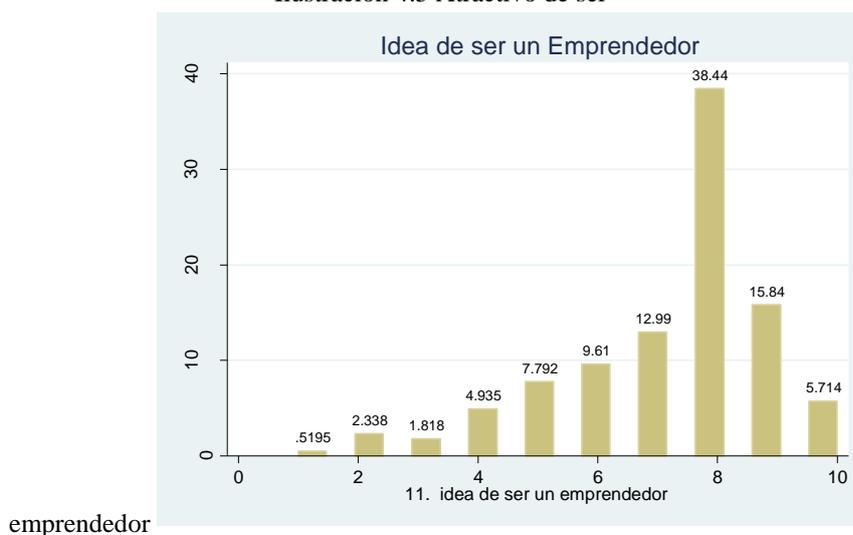
En su opinión, ¿Qué tan atractiva es la idea de ser un emprendedor para las personas en su país? (Pregunta 11)

Tabla 4.4 Atractivo de ser emprendedor

11. idea de ser un emprendedor	Freq.	Percent	Cum.
1	2	0.52	0.52
2	9	2.34	2.86
3	7	1.82	4.68
4	19	4.94	9.61
5	30	7.79	17.40
6	37	9.61	27.01
7	50	12.99	40.00
8	148	38.44	78.44
9	61	15.84	94.29
10	22	5.71	100.00
Total	385	100.00	

148 personas del total de los encuestados consideran atractiva la idea de convertirse en un emprendedor. Esto es, el 38.44% de la muestra. La mayor frecuencia se encuentra concentrada en el puntaje 8 de una escala que va desde el 1 hasta el 10. Le siguen las 61 personas que respondieron con un 9, 15.84% de la muestra. Y por último 50 personas respondieron 7, 12.99% de la muestra. Si se junta a estos tres grupos, se obtiene que el 67.27% sí considera atractiva la idea de convertirse en un emprendedor.

Ilustración 4.5 Atractivo de ser



¿Qué tan arriesgado se considera cuando se trata de invertir su dinero? (Pregunta

18)

Tabla 4.5 Perfil de riesgo de la persona para inversión

18. riesgo de invertir dinero	Freq.	Percent	Cum.
1	8	2.08	2.08
2	3	0.78	2.86
3	21	5.45	8.31
4	31	8.05	16.36
5	39	10.13	26.49
6	51	13.25	39.74
7	89	23.12	62.86
8	100	25.97	88.83
9	31	8.05	96.88
10	12	3.12	100.00
Total	385	100.00	

Para el caso de la inversión, las respuestas muestran una clara inclinación hacia el sí considerarse arriesgado al momento de invertir dinero. En la tabla 4.5 se visualiza que la mayor frecuencia de encuestados se encuentra concentrada en los puntajes del 6 al 8 con 240 individuos del total, es decir el 62.34% de la muestra. Mientras que el resto de individuos de la muestra se encuentra repartido en puntajes menores que van del 3 al 5, 91 encuestados que representan el 23.63%. Esto hace que la curva de distribución de los datos en la ilustración 4.6 a pesar de mostrar la mayor concentración del lado derecho, no posea una cola izquierda claramente pronunciada como pasa en la ilustración 4.5.

Ilustración 4.6 Perfil de riesgo de la persona para



inversión

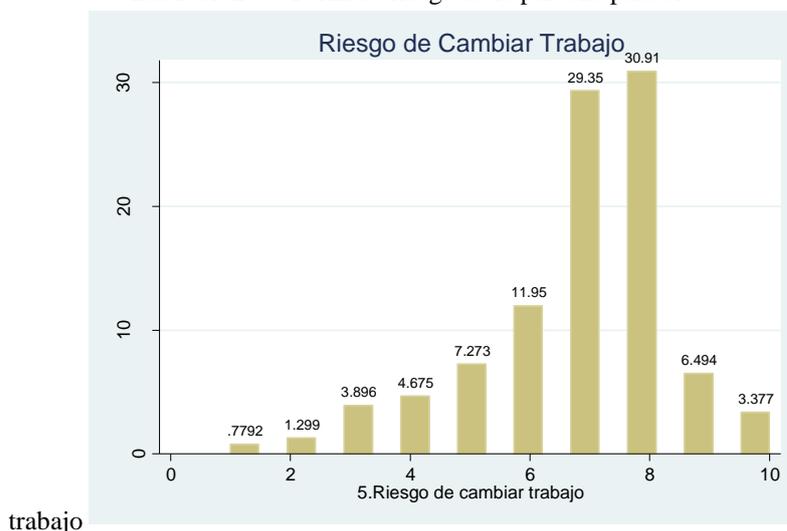
5) *¿Qué tan arriesgado se considera cuando se trata de cambiar de trabajo? (Pregunta*

Tabla 4.6 Perfil de riesgo de la persona para el trabajo

5.Riesgo de cambiar trabajo	Freq.	Percent	Cum.
1	3	0.78	0.78
2	5	1.30	2.08
3	15	3.90	5.97
4	18	4.68	10.65
5	28	7.27	17.92
6	46	11.95	29.87
7	113	29.35	59.22
8	119	30.91	90.13
9	25	6.49	96.62
10	13	3.38	100.00
Total	385	100.00	

Al hablar de cambiarse de trabajo, la distribución de los datos muestra claramente una curva con cola izquierda – Ilustración 4.7 – pues la mayor cantidad de respuestas se encuentra concentrada en los puntajes 7 y 8 como se aprecia en la Tabla 4.6. Esto significa que el 60.26% de la muestra sí cambiaría de trabajo de darse el caso.

Ilustración 4.7 Perfil de riesgo de la persona para el



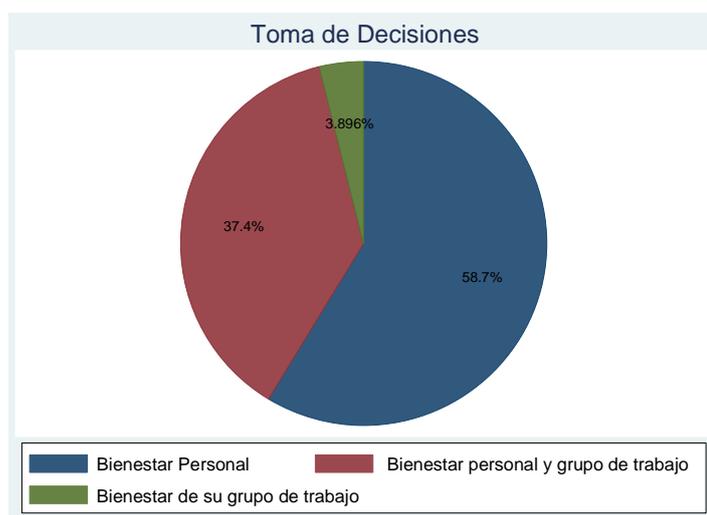
En base a su experiencia, elija una de las siguientes afirmaciones: El profesional ecuatoriano toma decisiones basadas en su bienestar personal; El profesional ecuatoriano toma decisiones basadas en su bienestar personal y el de su grupo de trabajo; El profesional ecuatoriano toma decisiones basadas en el bienestar de su grupo de trabajo. (Pregunta 6)

Tabla 4.7 Toma de

6. Toma de decisiones		Freq.	Percent	Cum.
Bienestar Personal		226	58.70	58.70
Bienestar personal y el de su grupo de		144	37.40	96.10
Bienestar de su grupo de trabajo		15	3.90	100.00
decisiones	Total	385	100.00	

Según los datos presentados en la tabla 4.7, la información recopilada dice que al momento de tomar decisiones las personas lo hacen en su mayoría basadas en el bienestar personal. 226 individuos del total de 385 encuestados respondieron que el profesional ecuatoriano pone su bienestar por encima del de su grupo de trabajo, esto es el 58.70% de la muestra.

Ilustración 4.8 Toma de decisiones



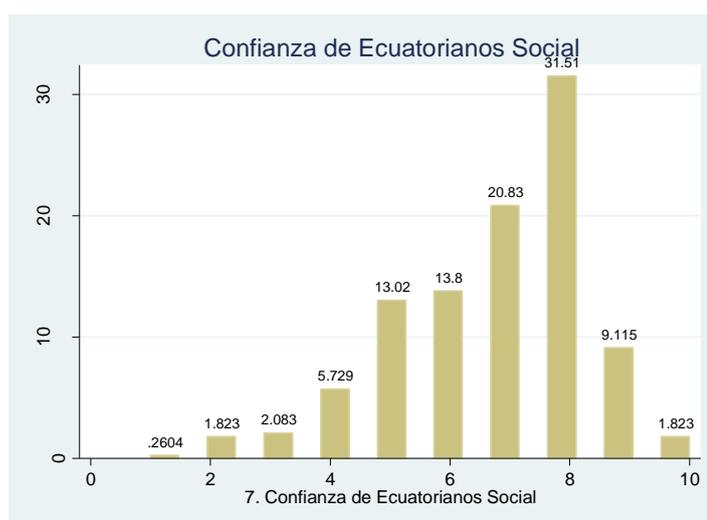
En el ámbito personal/social, ¿Qué tan propensos a confiar en los demás considera usted que son los ecuatorianos? (Pregunta 7)

Tabla 4.8 Fiabilidad Social

7. Confianza de de Ecuatoriano s Social	Freq.	Percent	Cum.
1	1	0.26	0.26
2	7	1.82	2.08
3	8	2.08	4.17
4	22	5.73	9.90
5	50	13.02	22.92
6	53	13.80	36.72
7	80	20.83	57.55
8	121	31.51	89.06
9	35	9.11	98.18
10	7	1.82	100.00
Total	384	100.00	

121 personas del total de encuestados consideran que los ecuatorianos confían bastante en los demás dentro del ámbito social. Esto es, el 31.51% de la muestra. Con frecuencias también altas, le siguen 183 encuestados que se enmarcaron entre el 5 y el 7 en la escala. Es decir, el 13.02% de la muestra considera que la fiabilidad social del ecuatoriano está en un 5, el 13.80% está en un 6 y 20.83% en un 7. Se puede decir que más de la mitad de la muestra se encasilla en la apreciación de que los ecuatorianos sí confían bastante en los demás.

Ilustración 4.9 Fiabilidad Social



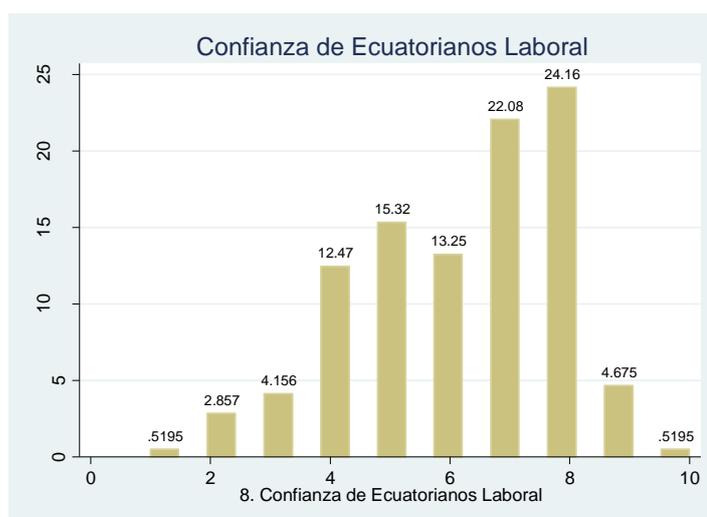
En el ámbito laboral/profesional, ¿Qué tan propensos a confiar en los demás considera usted que son los ecuatorianos? (Pregunta 8)

Tabla 4.9 Fiabilidad Laboral

8. Confianza de Ecuatoriano s Laboral	Freq.	Percent	Cum.
1	2	0.52	0.52
2	11	2.86	3.38
3	16	4.16	7.53
4	48	12.47	20.00
5	59	15.32	35.32
6	51	13.25	48.57
7	85	22.08	70.65
8	93	24.16	94.81
9	18	4.68	99.48
10	2	0.52	100.00
Total	385	100.00	

Para hablar de fiabilidad en el aspecto laboral, la situación no está tan bien definida para un solo lado como en el caso de la tabla 4.9 y la ilustración 4.9. El 24.16% de la muestra considera que en el ámbito profesional, las personas son propensas a confiar en otros a un nivel 8 de una escala del 1 al 10. La mayor parte de la muestra se encuentra concentrada en los niveles del 4 al 7 con un 35.33% para el 6 y 7; y un 28.06% para el 4 y 5. La distribución de los datos en la curva de la ilustración 4.10 se aleja del comportamiento evidenciado en otras preguntas en donde aparecen curvas de una cola y se asemeja más a una distribución de dos colas.

Ilustración 4.10 Fiabilidad Laboral



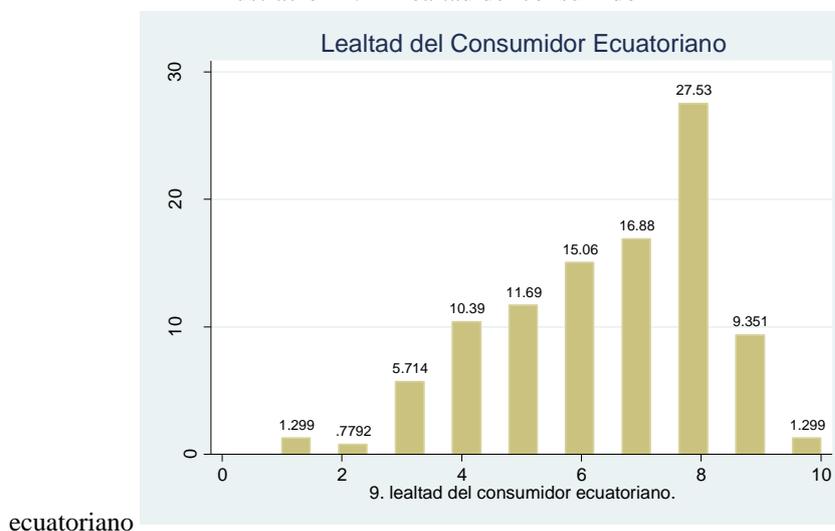
9) *Basado en su experiencia, califique la lealtad del consumidor ecuatoriano. (Pregunta*

Tabla 4.10 Lealtad del consumidor ecuatoriano

9. lealtad del consumidor ecuatoriano .	Freq.	Percent	Cum.
1	5	1.30	1.30
2	3	0.78	2.08
3	22	5.71	7.79
4	40	10.39	18.18
5	45	11.69	29.87
6	58	15.06	44.94
7	65	16.88	61.82
8	106	27.53	89.35
9	36	9.35	98.70
10	5	1.30	100.00
Total	385	100.00	

229 encuestados del total de 385 se enmarcan entre los niveles del 6 al 8 en una escala del 1 al 10. Es decir, el 59.47% de la muestra considera que el consumidor ecuatoriano presenta una lealtad promedio.

Ilustración 4.11 Lealtad del consumidor



Si hablamos de la relación entre el ciudadano y su Gobierno, ¿Cuánto cree usted que confían las personas en su gobernante? (Pregunta 10)

Tabla 4.11 Confianza en el Gobierno

10. relación entre el ciudadano y su Gobierno	Freq.	Percent	Cum.
1	8	2.08	2.08
2	18	4.68	6.75
3	58	15.06	21.82
4	112	29.09	50.91
5	62	16.10	67.01
6	42	10.91	77.92
7	31	8.05	85.97
8	38	9.87	95.84
9	14	3.64	99.48
10	2	0.52	100.00
Total	385	100.00	

La ilustración 4.12 muestra una distribución de los datos característica de una curva con cola derecha. En otras palabras, la mayor frecuencia se encuentra ubicada por debajo del nivel medio (5) en la escala del 1 al 10. Específicamente, 112 personas del total de encuestados, el 29.09%, consideran que la relación entre los ciudadanos y el Gobierno es de poca confianza para el caso de Ecuador.

Ilustración 4.12 Confianza en el Gobierno



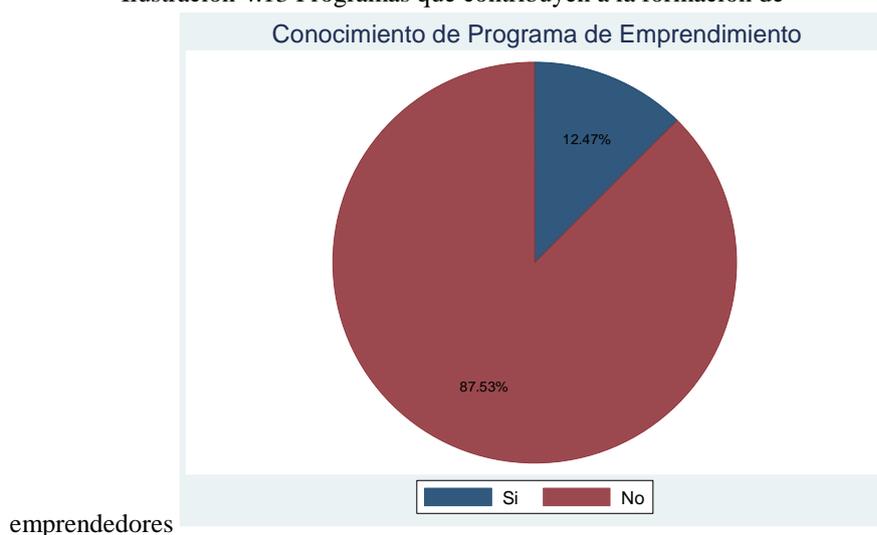
¿Conoce algún programa u organismo que contribuya a la formación/orientación de los emprendedores? (Pregunta 19)

Tabla 4.12 Programas que contribuyen a la formación de

19. programa de emprendedor es	Freq.	Percent	Cum.
Si	48	12.47	12.47
No	337	87.53	100.00
emprendedores Total	385	100.00	

Uno de los hallazgos que llama la atención es el desconocimiento por parte de los encuestados sobre programas u organismos que contribuyen a la formación y orientación de emprendedores, como se puede observar en la tabla 4.13 el 87.53 % no está enterado de ello.

Ilustración 4.13 Programas que contribuyen a la formación de



Por favor, indique qué programa u organismo conoce (Pregunta 20)

Tabla 4.13 Programas que contribuyen a la formación de emprendedores

No.	PROGRAMAS
1	CONQUITO
2	Grupo Nobis
3	Corporación Favorita
4	IDE Business School
5	INNOPOLIS YACHAI
6	Escuela de Negocios ESPAE
7	Corporación Financiera Nacional, CFN
8	Ministerio de Industrias y Productividad
9	Centro de Emprendedores de la ESPOL
10	Asociación de Jóvenes Empresarios Ecuador

En la tabla superior constan los programas u organizaciones que detallaron con mayor frecuencia.

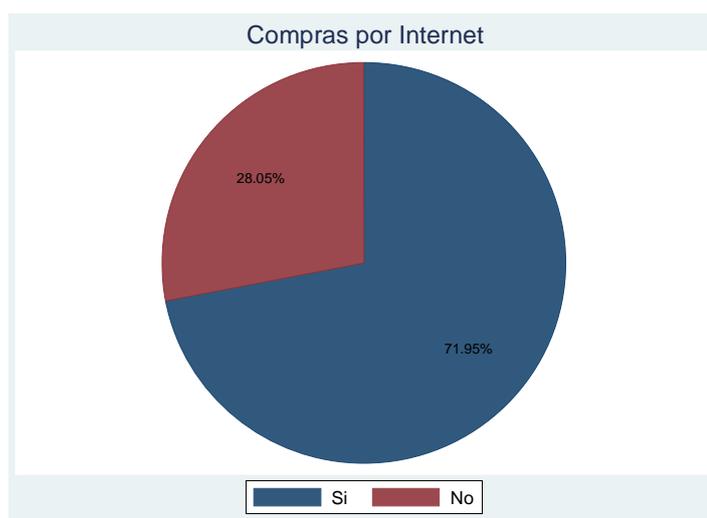
Pregunta 28. ¿Realiza compras por medio del Internet afuera o dentro del país?

Tabla 4.14 Compras por internet

28. Compras Internet	Freq.	Percent	Cum.
Si	277	71.95	71.95
No	108	28.05	100.00
Total	385	100.00	

Uno de los hallazgos significativos es acerca de las compras a través de internet, el 71.95% de los encuestados afirma realizar compras por ese medio.

Ilustración 4.14 Compras por internet



En su opinión, ¿qué tan desarrollado se encuentra el comercio electrónico³ en el Ecuador? (Pregunta 29)

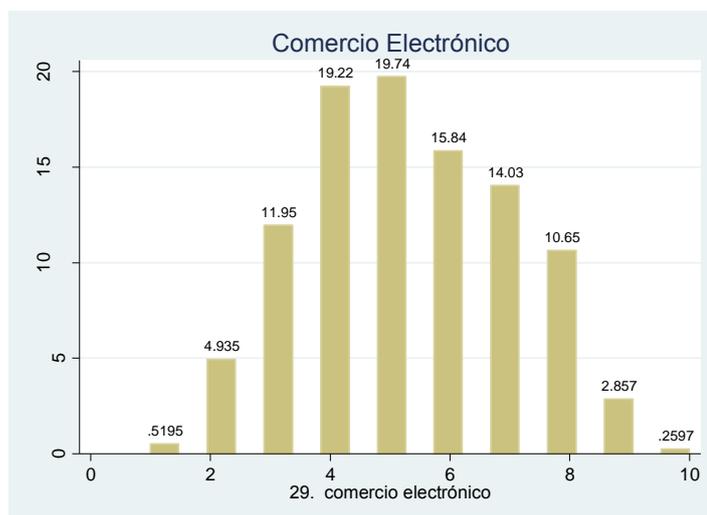
³ Comercio electrónico: compra y venta de productos o servicios en línea a través de medios electrónicos tales como internet y otras redes informáticas.

Tabla 4.15 Desarrollo del comercio electrónico

29. comercio electrónico	Freq.	Percent	Cum.
1	2	0.52	0.52
2	19	4.94	5.45
3	46	11.95	17.40
4	74	19.22	36.62
5	76	19.74	56.36
6	61	15.84	72.21
7	54	14.03	86.23
8	41	10.65	96.88
9	11	2.86	99.74
10	1	0.26	100.00
Total	385	100.00	

Según la percepción de los encuestados el comercio electrónico aún no está totalmente desarrollado en el país; la mayor frecuencia está localizada del nivel medio para abajo con un total de 217 individuos, 56.36% del total. Esto podría representar una contradicción ya que en la ilustración 4.15 se aprecia que el 71.95% efectúa compras a través de internet. Es de suponer que la mayoría de las compras son efectuadas al exterior (El Comercio, 2014)

Ilustración 4.15 Desarrollo del comercio electrónico



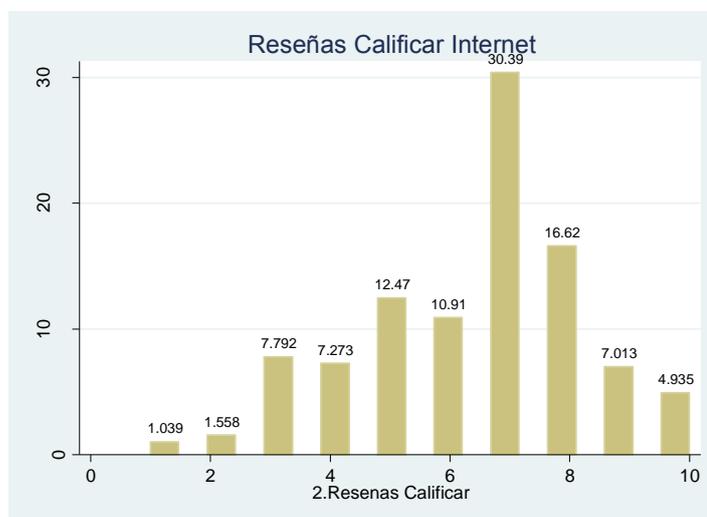
¿Qué tan a menudo utiliza las reseñas (estrellas, icono me gusta, comentarios, etc.) para calificar productos/servicios en internet? (Pregunta 2)

Tabla 4.16 Uso de reseñas electrónicas

2.Resenas Calificar	Freq.	Percent	Cum.
1	4	1.04	1.04
2	6	1.56	2.60
3	30	7.79	10.39
4	28	7.27	17.66
5	48	12.47	30.13
6	42	10.91	41.04
7	117	30.39	71.43
8	64	16.62	88.05
9	27	7.01	95.06
10	19	4.94	100.00
Total	385	100.00	

Dentro de las fuentes de información⁴, existen las llamadas reseñas electrónicas, de las cuales los encuestados respondieron en su mayoría por encima del nivel medio al momento de responder acerca de la frecuencia de uso. En otras palabras, el 69.87%, 269 de 385 individuos indicaron que utilizan las reseñas muy a menudo.

Ilustración 4.16 Uso de reseñas electrónicas



4.1.3. REGULACIÓN

En su opinión, ¿qué tan difícil es abrir un nuevo negocio? (Pregunta 21)

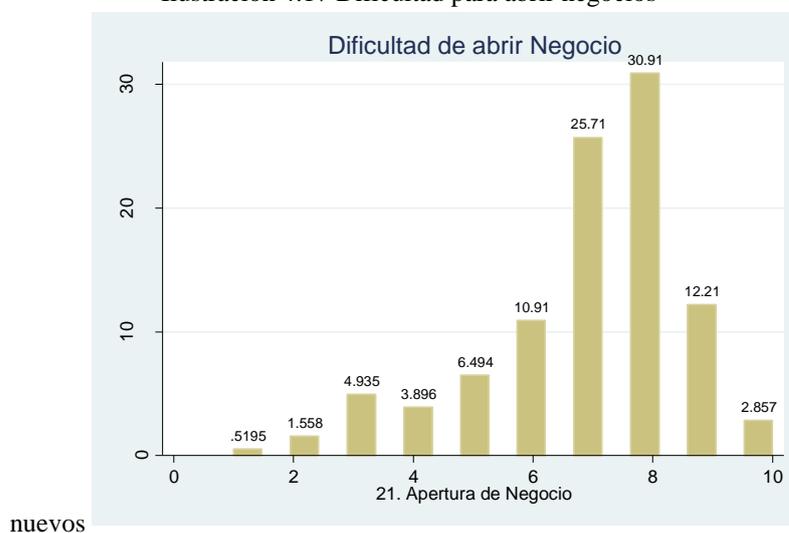
⁴ Las Fuentes de información son herramientas que usa el consumidor digital para informarse de manera más detallada sobre los productos que se ofertan por internet ya que no puede tocar ni ver de forma presencial.

Tabla 4.17 Dificultad para abrir negocios

21. Apertura de Negocio	Freq.	Percent	Cum.
1	2	0.52	0.52
2	6	1.56	2.08
3	19	4.94	7.01
4	15	3.90	10.91
5	25	6.49	17.40
6	42	10.91	28.31
7	99	25.71	54.03
8	119	30.91	84.94
9	47	12.21	97.14
10	11	2.86	100.00
nuevos Total	385	100.00	

Según las respuestas obtenidas, un total de 318 (82.6%) encuestados indicaron que es difícil abrir un negocio nuevo en el país. Gracias a las entrevistas que se realizaron, se puede evidenciar que los encuestados experimentan este problema debido a las altas exigencias de las entidades reguladoras y procesos al momento de realizar trámites, en su gran mayoría para obtener permisos, desincentivando al emprendedor.

Ilustración 4.17 Dificultad para abrir negocios



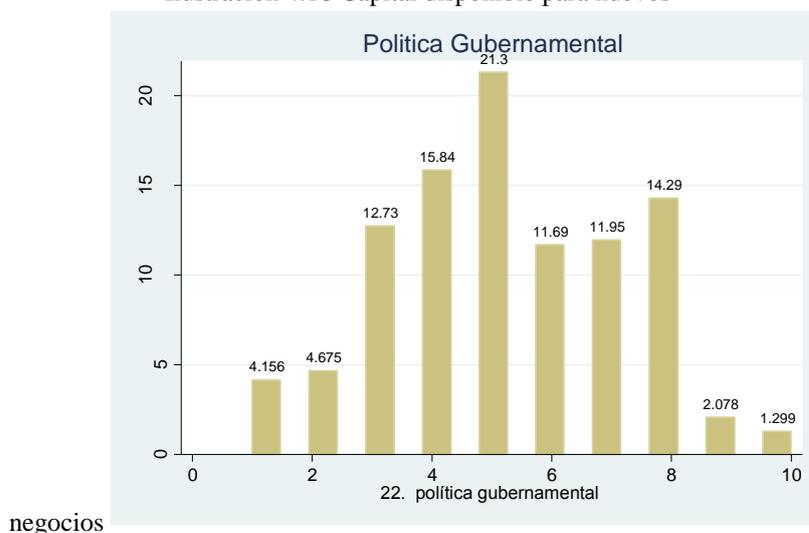
En su opinión, ¿está la política gubernamental enfocada a facilitar el acceso al capital para los negocios emergentes (nuevos negocios)? (Pregunta 22)

Tabla 4.18 Capital disponible para nuevos

22. política gubernament al	Freq.	Percent	Cum.
1	16	4.16	4.16
2	18	4.68	8.83
3	49	12.73	21.56
4	61	15.84	37.40
5	82	21.30	58.70
6	45	11.69	70.39
7	46	11.95	82.34
8	55	14.29	96.62
9	8	2.08	98.70
10	5	1.30	100.00
negocios Total	385	100.00	

Según la opinión de los encuestados, 226 de ellos (58,71%) indican percibir que la política gubernamental está poco enfocada en facilitar la entrada de capital para los negocios emergentes.

Ilustración 4.18 Capital disponible para nuevos



4.1.4. CAPITAL

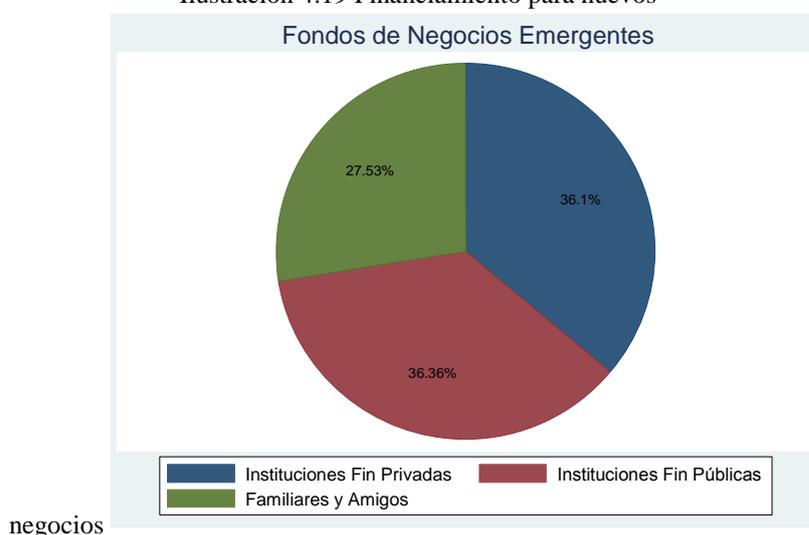
En su opinión, ¿De dónde provienen la mayoría de los fondos de financiamiento de los negocios emergentes (nuevos negocios)? (Pregunta 23)

Tabla 4.19 Financiamiento para nuevos

23. mayoría fondos negocios emergentes		Freq.	Percent	Cum.
Instituciones Financieras Privadas		139	36.10	36.10
Instituciones Financieras Públicas		140	36.36	72.47
Familiares y Amigos		106	27.53	100.00
Total		385	100.00	

La pregunta 23 arrojó resultados similares en porcentajes con diferencias relativamente pequeñas en cuanto a la percepción de donde provienen los fondos que se usan para financiar nuevos negocios (financiamiento privado 36.10%, financiamiento público 36,36%).

Ilustración 4.19 Financiamiento para nuevos



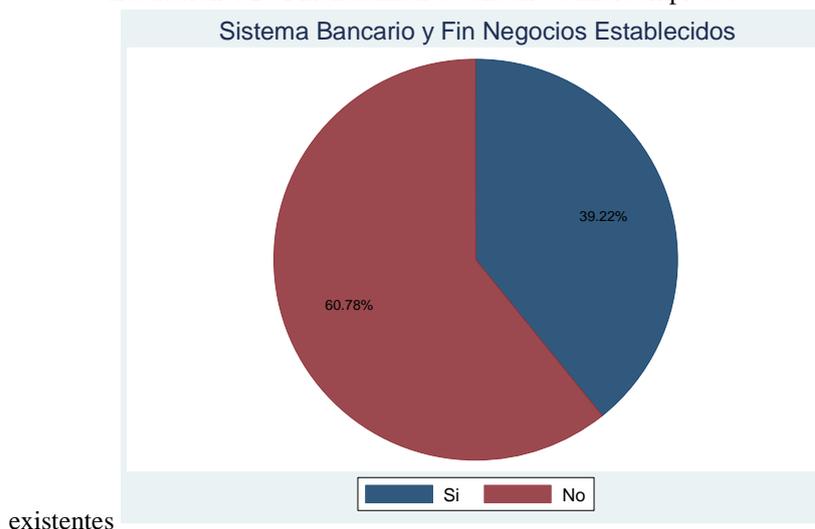
En su opinión, ¿Considera que el sistema bancario participa activamente en proveer financiamiento para los pequeños negocios (microempresas) ya establecidos en el mercado? (Pregunta 24)

Tabla 4.20 Financiamiento bancario a microempresas

24. sistema bancario y negocios establecidos		Freq.	Percent	Cum.
Si		151	39.22	39.22
No		234	60.78	100.00
Total		385	100.00	

En base a la opinión de los encuestados sobre el sistema bancario participa activamente en proveer financiamiento para los pequeños negocios, se muestra que el 60,78% (234 individuos) considera que el sistema bancario no participa activamente en proveer financiamiento.

Ilustración 4.20 Financiamiento bancario a microempresas



4.1.5. PREGUNTAS GENERALES

En su opinión, ¿Qué tan atractiva considerarían los ecuatorianos la idea de ser un inversionista en su país? (Pregunta 12)

Tabla 4.21 Atractivo de ser inversionista

12. idea de ser un inversionista	Freq.	Percent	Cum.
1	5	1.30	1.30
2	17	4.42	5.71
3	34	8.83	14.55
4	46	11.95	26.49
5	41	10.65	37.14
6	29	7.53	44.68
7	50	12.99	57.66
8	107	27.79	85.45
9	39	10.13	95.58
10	17	4.42	100.00
Total	385	100.00	

Basado en la opinión de los encuestados, se puede afirmar que el 62.86% considera atractiva la idea de ser inversionista en contraste con el 37.14% que no.

Ilustración 4.21 Atractivo de ser inversionista



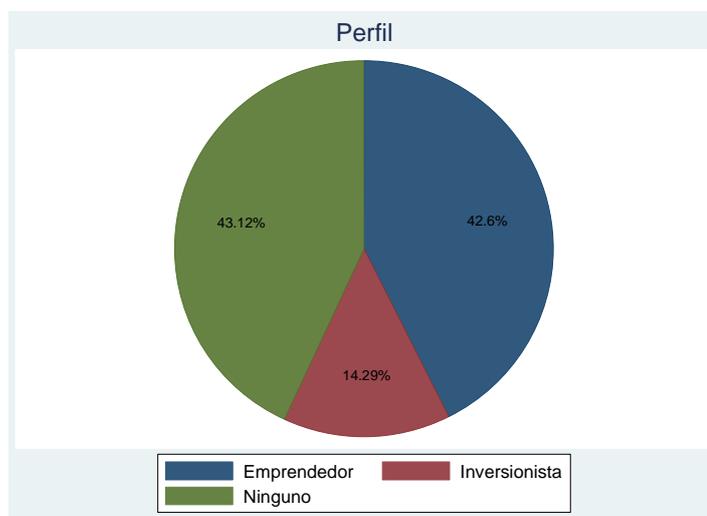
Si tuviera que enmarcarse en un perfil, ¿Cuál escogería? (Pregunta 13)

Tabla 4.22 Perfil del encuestado

13. enmarcarse en un perfil	Freq.	Percent	Cum.
Emprendedor	164	42.60	42.60
Inversionista	55	14.29	56.88
Ninguno	166	43.12	100.00
Total	385	100.00	

Uno de los resultados que causa sorpresa por parte de los encuestados es que el 43.12 % (166 individuos) no se enmarcan en ningún perfil, seguido de 42.60% (164 individuos) una diferencia mínima dice enmarcarse en un perfil emprendedor y apenas el 14.29% (55 individuos).

Ilustración 4.22 Perfil del encuestado



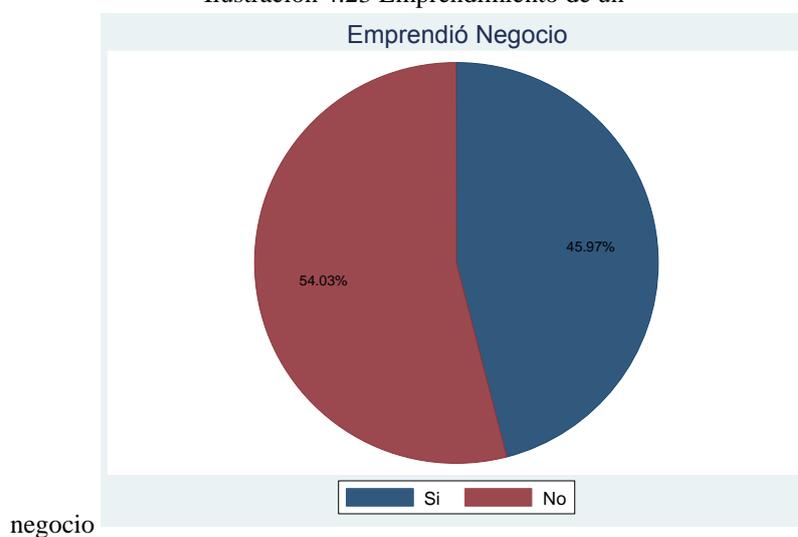
¿Ha emprendido una idea de negocio alguna vez? (Pregunta 14)

Tabla 4.23 Emprendimiento de un

14. emprendio negocio		Freq.	Percent	Cum.
Si		177	45.97	45.97
No		208	54.03	100.00
negocio	Total	385	100.00	

Los encuestados afirman en un 54% del total nunca haber emprendido una idea de negocio a diferencia del 45.97% que sí lo ha hecho.

Ilustración 4.23 Emprendimiento de un



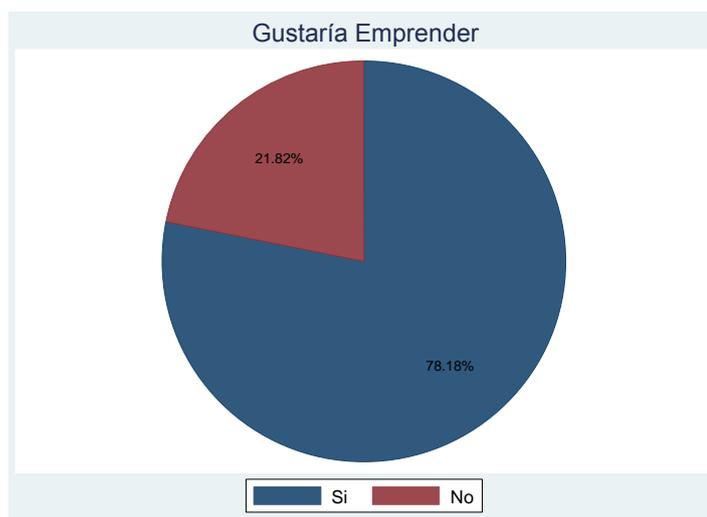
¿Le gustaría emprender alguna idea de negocio o proyecto? (Pregunta 15)

Tabla 4.24 Emprendimiento de un

15. gustaria emprender		Freq.	Percent	Cum.
Si		301	78.18	78.18
No		84	21.82	100.00
negocio Total		385	100.00	

De la muestra encuestada, se encontró que al 78.18% (301 individuos) le gustaría emprender alguna idea de negocio o proyecto, a diferencia del 21.82% que indicó que no le agradaría la idea de emprender.

Ilustración 4.24 Emprendimiento de un negocio



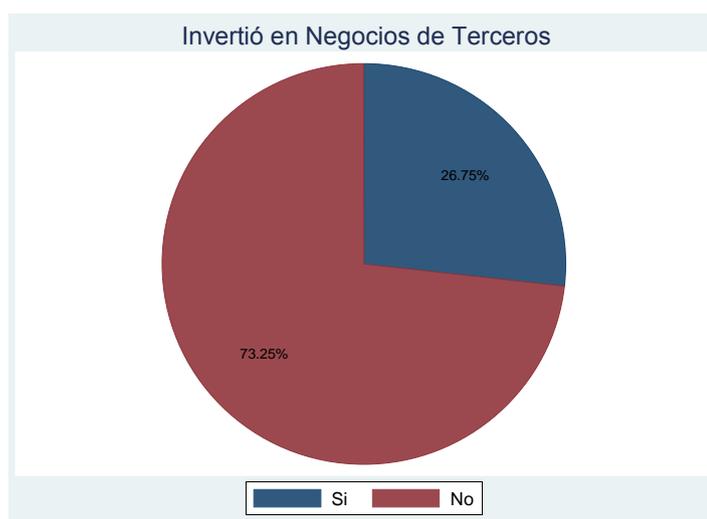
¿Ha invertido en algún negocio o proyecto de una tercera persona alguna vez? (Pregunta 16)

Tabla 4.25 Inversión en un negocio

16. invertido en negocio de tercera persona	Freq.	Percent	Cum.
Si	103	26.75	26.75
No	282	73.25	100.00
Total	385	100.00	

El 73.25% (282 individuos) de los encuestados respondió que sí han invertido en algún negocio o proyecto de un tercero, a diferencia del 26.75% (103 individuos) que no lo han hecho.

Ilustración 4.25 Inversión en un negocio



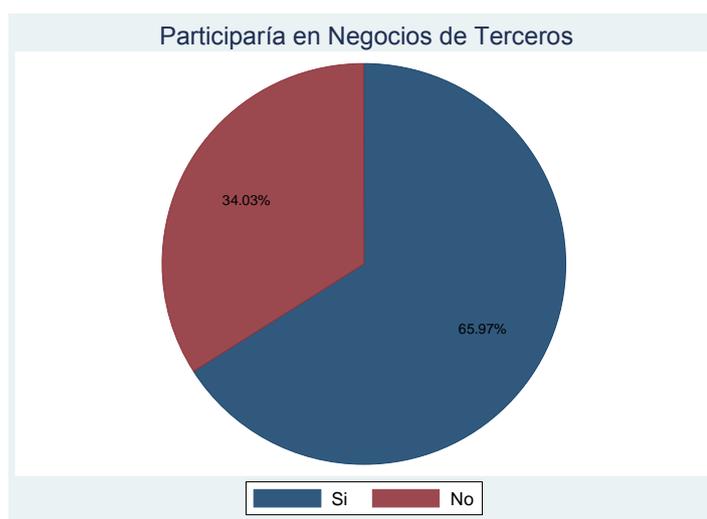
¿Estaría dispuesto/a a participar en el proyecto de otras personas aportando capital?
(Pregunta 17)

Tabla 4.26 Inversión en un negocio

17. participar proyecto de tercera persona	Freq.	Percent	Cum.
Si	254	65.97	65.97
No	131	34.03	100.00
Total	385	100.00	

El 65.97% (254 individuos) de los encuestados está dispuesto a participar en el proyecto de otras personas aportando capital y el 34.03% (131 individuos) restante no lo estaría.

Ilustración 4.26 Inversión en un negocio



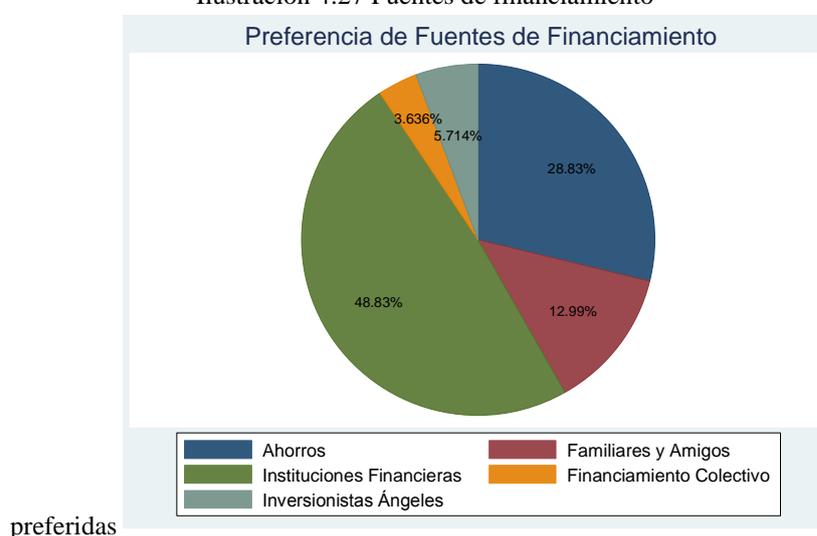
Si fuera a emprender un negocio, ¿a qué fuente de financiamiento acudiría?
(Pregunta 26)

Tabla 4.27 Fuentes de financiamiento

26. fuente de financiamiento acudiría	Freq.	Percent	Cum.
Ahorros	111	28.83	28.83
Familiares y Amigos	50	12.99	41.82
Instituciones Financieras	188	48.83	90.65
Financiamiento Colectivo	14	3.64	94.29
Inversionistas Ángeles	22	5.71	100.00
preferidas Total	385	100.00	

En el hipotético caso de que los encuestados fueran a emprender un negocio, el 48% (188 individuos) acudiría a instituciones financieras, seguido del 28.83% (111 individuos) que acudiría a sus ahorros.

Ilustración 4.27 Fuentes de financiamiento



¿Conoce de alguna alternativa de financiamiento por medio del Internet? (Pregunta

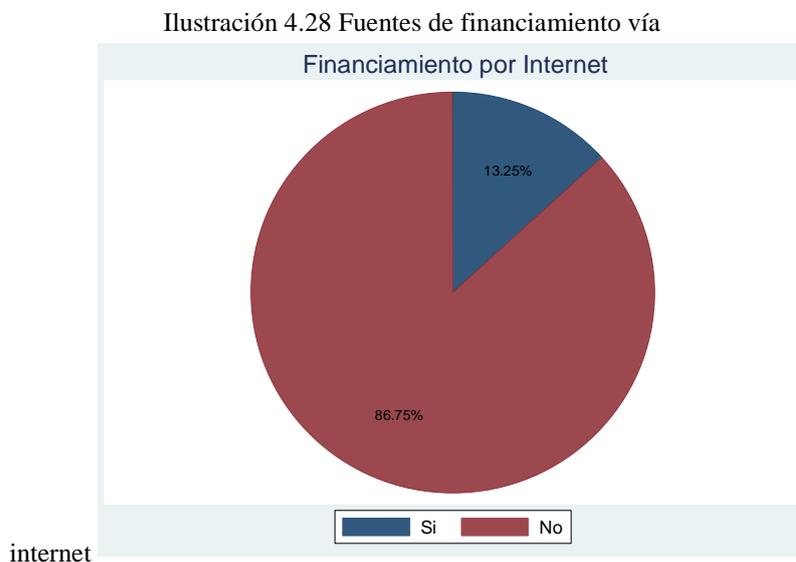
30)

Tabla 4.28 Fuentes de financiamiento vía

30. financiamiento por Internet	Freq.	Percent	Cum.
Si	51	13.25	13.25
No	334	86.75	100.00
internet Total	385	100.00	

En cuanto al conocimiento de algunas alternativas de financiamiento por medio de internet, los encuestados indicaron en un 86.75% (334 individuos) no estar al tanto

de aquellas alternativas, a diferencia del 13.25% (51 individuos), una pequeña parte restante que dice saber de esas alternativas.



¿Estaría dispuesto a utilizar un mecanismo de financiamiento por medio del internet?

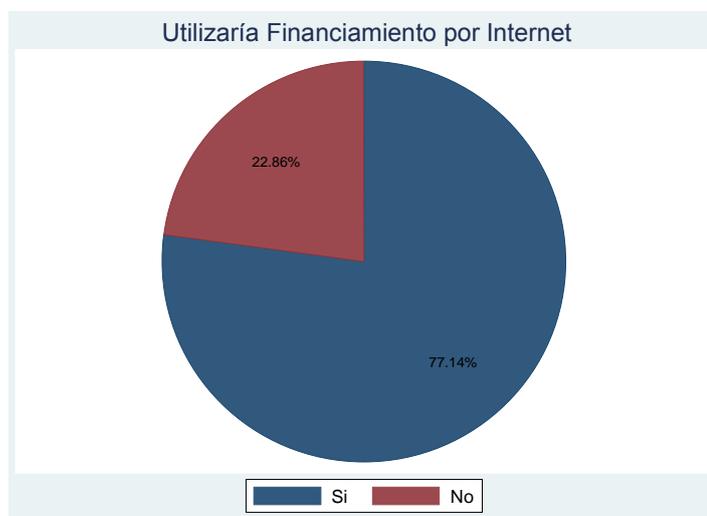
Los fondos provienen de terceros dispuestos a apoyar su idea emprendedora. (Pregunta 31)

Tabla 4.29 Financiamiento por internet

31. Usar financiamiento por internet	Freq.	Percent	Cum.
Si	297	77.14	77.14
No	88	22.86	100.00
Total	385	100.00	

En cuanto a si estarían dispuestos a utilizar un mecanismo de financiamiento por medio de internet, los encuestados respondieron: el 77.14% (297 individuos) dispuestos a utilizarlo, la diferencia del 22.86% (88 individuos) no estaría dispuesto a hacerlo.

Ilustración 4.29 Financiamiento por internet



¿Estaría dispuesto a aportar dinero a proyectos de su interés por medio del internet?

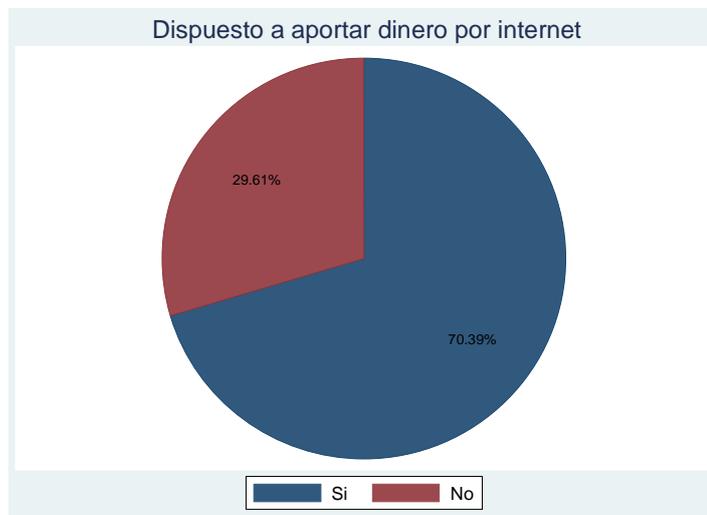
Las aportaciones pueden ser: donaciones; a cambio de participación accionaria; a cambio de un producto. (Pregunta 32)

Tabla 4.30 Aportar por Internet

32. aportar dinero por internet	Freq.	Percent	Cum.
Si	271	70.39	70.39
No	114	29.61	100.00
Total	385	100.00	

El 70.39% (271 individuos) de la muestra estaría dispuesto a aportar con donaciones, a cambio de participación accionaria, o a cambio de un producto. En contraste, el 29.61% no estaría dispuesto a aportar.

Ilustración 4.30 Aportar por Internet



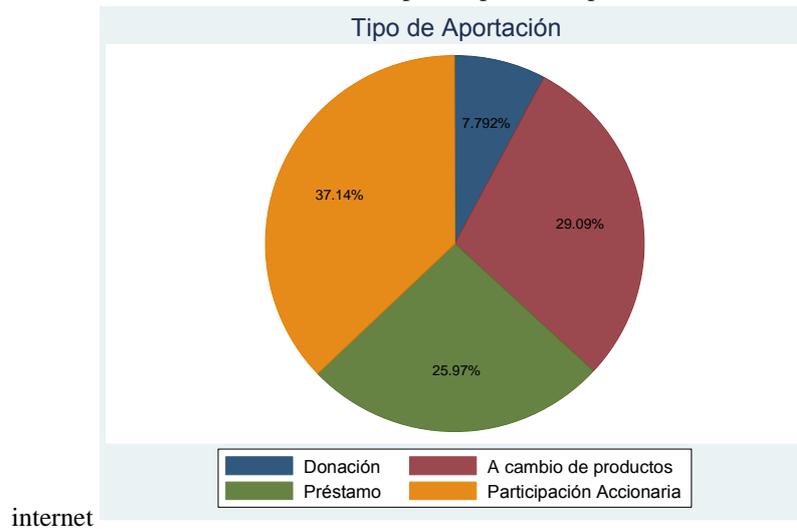
¿Qué tipo de aportación estaría dispuesto a realizar por medio del internet para proyectos de su interés? Las aportaciones pueden ser: donaciones; a cambio de participación accionaria; a cambio de un producto. (Pregunta 33)

Tabla 4.31 Tipo de aportación por

33. Tipo de aportacion	Freq.	Percent	Cum.
Donación	30	7.79	7.79
A cambio de productos	112	29.09	36.88
Préstamo	100	25.97	62.86
Participación Accionaria	143	37.14	100.00
internet Total	385	100.00	

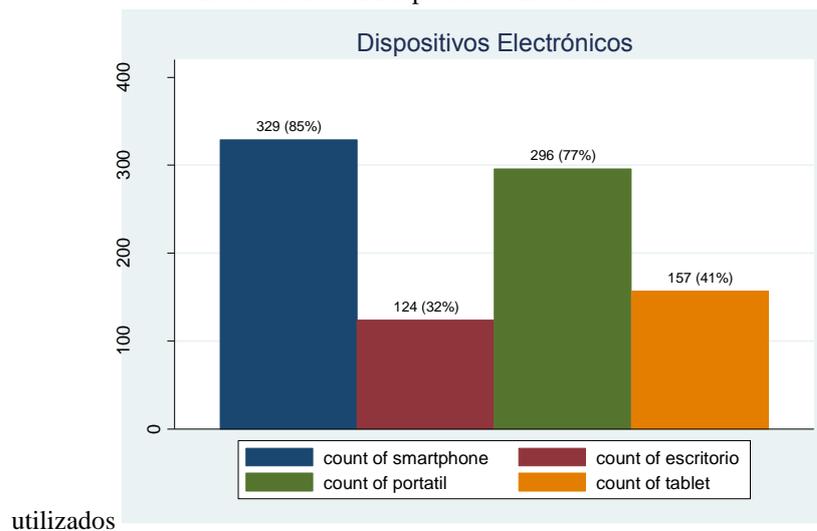
Es evidente que la mayoría de los encuestados están dispuestos a hacer aportaciones a cambio de tener participación accionaria, el 37.14 % (143 individuos). Seguido del 29.09% (112 individuos) a cambio de productos; luego, el 25.97% (100 individuos) prefiere préstamos y por último el 7.79% (30 individuos) donaciones.

Ilustración 4.31 Tipo de aportación por



Por favor, indicar ¿qué dispositivos electrónicos utiliza? (Pregunta 35)

Ilustración 4.32 Dispositivos Electrónicos



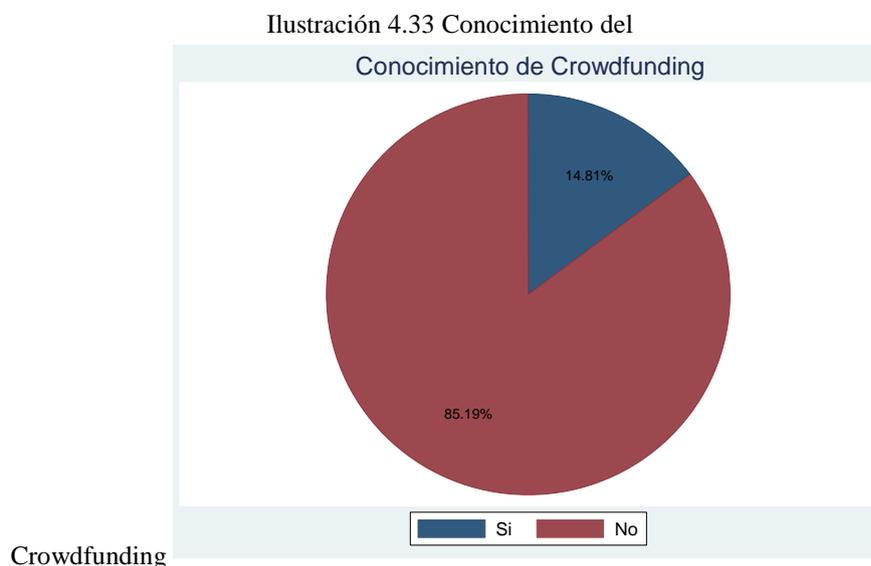
Los celulares inteligentes – también conocidos como Smartphones – son el dispositivo más utilizado de acuerdo a las respuestas obtenidas de los 385 encuestados. El 85% (329 individuos) declararon que el celular es lo que más utilizan, seguido de la computadora portátil – o laptop – con el 77% (296 individuos) y en menores cantidades la Tablet con el 41% (157 individuos) y la computadora de escritorio con el 32% (124 individuos).

¿Conoce qué es el Crowdfunding? (Pregunta 34)

Tabla 4.32 Conocimiento del

34.Crowdfun ding	Freq.	Percent	Cum.
Si	57	14.81	14.81
No	328	85.19	100.00
Crowdfunding Total	385	100.00	

Por último, se presenta la pregunta número 34 de la encuesta realizada para recopilar la información del presente trabajo (véase APÉNDICE S), la cual pretende indagar acerca del conocimiento que existe actualmente en el país acerca de la figura del Crowdfunding. Se obtuvo que el 85.19% de los encuestados no conocen acerca del crowdfunding (328 individuos) versus un 14.81% que sí (57 individuos).



4.1.6. DATOS DEMOGRÁFICOS

La muestra está compuesta por 385 individuos de los cuales el 60.78% son hombres y el 39.22% mujeres. En relación a la edad, lidera el rango comprendido entre 26-35 años con el 48.31% (186 individuos), seguido del 21.04% (81 individuos) en el rango de 36-45 años. El nivel de educación es alto, cabe señalar la predominancia de individuos de nivel universitario con el 60.52% de la muestra, seguido del 35.32% de individuos de postgrado.

En relación a la región en donde residen, el 75.84% de los encuestados reside en la región costa, seguido por un 23.64% que se encuentra en la región sierra y por último el 0.52% de la región insular. La región del Oriente no se encuentra representada en la muestra del presente trabajo.

Respecto a su ocupación, existe una supremacía de individuos que trabajan bajo dependencia con el 58.18%, seguido por aquellos que tienen negocio propio con el 27,79%. Las tablas y gráficos de la información referida en el presente acápite se encuentran en el APÉNDICE B.

4.2. RESULTADOS ENTREVISTAS

Mediante la aplicación de las entrevistas a los veinte individuos, fue posible obtener información de fuentes primarias que sirvieron de apoyo al presente trabajo proporcionando información suficiente para responder tanto el objetivo general como los objetivos específicos. Todas las preguntas que se realizaron a los encuestados se las puede encontrar en el APÉNDICE C.

A continuación una reseña de las opiniones y percepciones más comunes expresadas por los entrevistados:

- A los entrevistados se les preguntó cómo fue la experiencia de emprender su primer negocio y cómo lograron financiar sus emprendimientos. La mayoría de los entrevistados expresaron que su primer emprendimiento fue realizado con recursos propios ya que acceder a financiamiento bancario requería de muchos requisitos que no estaban en capacidad de cumplir en ese momento. También mencionaron que adquirir clientes fue una de las principales barreras debido a que tuvieron que ganarse la confianza de los mismos desde cero.
- En cuanto al entorno financiero, a los entrevistados también se les preguntó cuáles consideran como las principales barreras al momento de financiarse. Mencionaron que las principales barreras financieras en el país son las tasas de interés elevadas que establecen los bancos, en especial para las pequeñas y medianas empresas; existen políticas públicas y privadas que no siempre apoyan a sectores específicos en donde el nivel de riesgo es mayor que los sectores tradicionales sino que más bien los beneficios se dirigen al segundo grupo (sectores tradicionales); los bancos exigen cada vez más garantías y documentos. Sin embargo, también expresaron que recién se están creando incentivos positivos por parte del Estado para el emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas, creando acceso para ciertas líneas de crédito otorgadas por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

- En el ámbito tecnológico, a los entrevistados se les pidió su opinión sobre la situación del país con respecto al comercio electrónico. La mayoría destacó que en la actualidad el comercio electrónico en el país recién se está explorando y que las compañías están aprovechando las redes sociales para promocionarse cada vez más. En especial redes sociales como: Facebook, Twitter, y LinkedIn; incluso el Gobierno está tratando de aprovechar estas valiosas herramientas. No obstante, los entrevistados concuerdan con el sentimiento de que todavía le falta mucho al país pero que los avances realizados en los últimos años son significativos en comparación a la situación en la que el Ecuador se encontraba en el pasado.
- En el ámbito cultural, se realizaron varias preguntas con respecto a la educación y su evolución. También se realizaron preguntas relacionadas a la confianza que existe entre los ciudadanos en el ámbito empresarial. Entre las respuestas se mencionó que el Gobierno en la actualidad ha logrado mejorar la educación ofreciendo becas en todos los niveles académicos en especial a nivel superior con planes de becas en el exterior. Se mencionó además que la infraestructura ha mejorado pero que todavía faltan algunos cambios. Con respecto a la confianza entre los ciudadanos, la percepción de los encuestados es que la mayoría tiende a desconfiar por las diferentes experiencias de estafas que se han presentado en el país. Cuando se les preguntó sobre la lealtad del consumidor, su respuesta fue parecida a la anterior, que era baja porque no existía una transparencia entre la empresa y el cliente.
- Con respecto a las regulaciones del país, se les pidió su opinión con respecto a las leyes laborales. Algunos encuestados mencionaron que las nuevas reformas que se han realizado en los últimos años están orientadas a proteger más al empleado y no al empleador, haciendo menos atractivo para el emprendedor e incluso el inversionista en materia de contratación de personal. Por otro lado, se preguntó acerca de la percepción de dificultad al momento de abrir o cerrar un negocio. Las respuestas coincidieron en que abrir y cerrar un negocio es engorroso, inclusive algunos encuestados mencionaron sus propias experiencias. Indicaron que el Ecuador necesita reducir los tiempos y procesos para obtener permisos y demás documentos pertinentes en la apertura de un negocio.

- A los entrevistados se les explicó lo que era el Crowdfunding y se les proporcionó algunos casos de éxito y después se preguntó si estaban dispuestos a utilizar dicho mecanismo y cuáles eran los riesgos que percibían acerca del mismo. Además, se preguntó qué tipo de crowdfunding consideraban más interesante y cuál o cuáles estarían dispuestos a utilizar. Todos los encuestados respondieron que estarían dispuestos a utilizar el crowdfunding como emprendedores por su sencillez respecto a otros mecanismos. Viéndolo desde la óptica del inversionista y no del emprendedor, la gran mayoría estaba dispuesta a utilizar dicho mecanismo ya que pueden aportar poca cantidad de dinero y por ende, el riesgo incurrido es menor. El tipo de crowdfunding que la mayoría estaba dispuesto a utilizar era como prestamistas (crowdfunding basado en deuda) pero como segunda opción se ubicó el crowdfunding basado en recompensas.

4.3. RESULTADOS ENCUESTAS DE GRUPOS GUÍA

4.3.1. TECNOLOGÍA

El Crowdfunding Report (2013) menciona que si un país tiene un puntaje superior a seis, debería incursionar en promocionar el crowdfunding por medio del internet, difundiendo por redes sociales con el propósito de promoverlo como mecanismo que apoya a la innovación y al emprendimiento.

Como se aprecia en la tabla 4.32, el puntaje obtenido en los tres grupos fue mayor a seis, lo cual es una señal positiva ya que demuestra – según los datos obtenidos de la muestra – que el Ecuador ha logrado crear una infraestructura suficiente para que herramientas como el Crowdfunding puedan ser aprovechadas.

4.3.2. CULTURA

En el ámbito cultural, el Crowdfunding Report (2013), al igual que en la categoría de Tecnología, sugiere que el puntaje sea mayor a seis para tener una mayor probabilidad de éxito al momento de implementar cualquier tipo de Crowdfunding. En la tabla 4.32, los Grupos A y B presentan una puntuación de 6.55 y 6.09 respectivamente, lo cual significa que según la muestra, el país tiene cultura emprendedora y es tolerante al riesgo. De acuerdo al estudio del Banco Mundial (2013),

el país tendrá un alto grado de aceptación a las plataformas de Crowdfunding basadas en Recompensas y de Inversión.

Los resultados del Grupo C tuvieron una puntuación relativamente más baja, de 5.50, reduciendo un poco la posibilidad de aceptación ya que según los resultados del Grupo C van a existir grupos que no van a estar dispuestos a asumir el riesgo suficiente para utilizar el Crowdfunding. Sin embargo, al promedio los tres grupos se obtiene que el puntaje general es de 6.06, es decir, apto para adoptar el Crowdfunding desde la perspectiva cultural.

4.3.3. REGULACIONES

Al momento de analizar y comparar los resultados vinculados con la categoría de Regulaciones, se puede observar que los resultados de los tres grupos oscilan entre 4.5 para el grupo A y B, y 4.75 para el grupo C, lo cual significa según el Crowdfunding Report que sin bien es cierto que en el Ecuador existen regulaciones que favorecen y protegen al inversionista, no existen suficientes regulaciones que promuevan o faciliten el acceso al capital. Esto crea un ambiente menos favorable para el Crowdfunding. Sin embargo, es importante resaltar que no existen regulaciones que lo prohíban.

4.3.4. CAPITAL

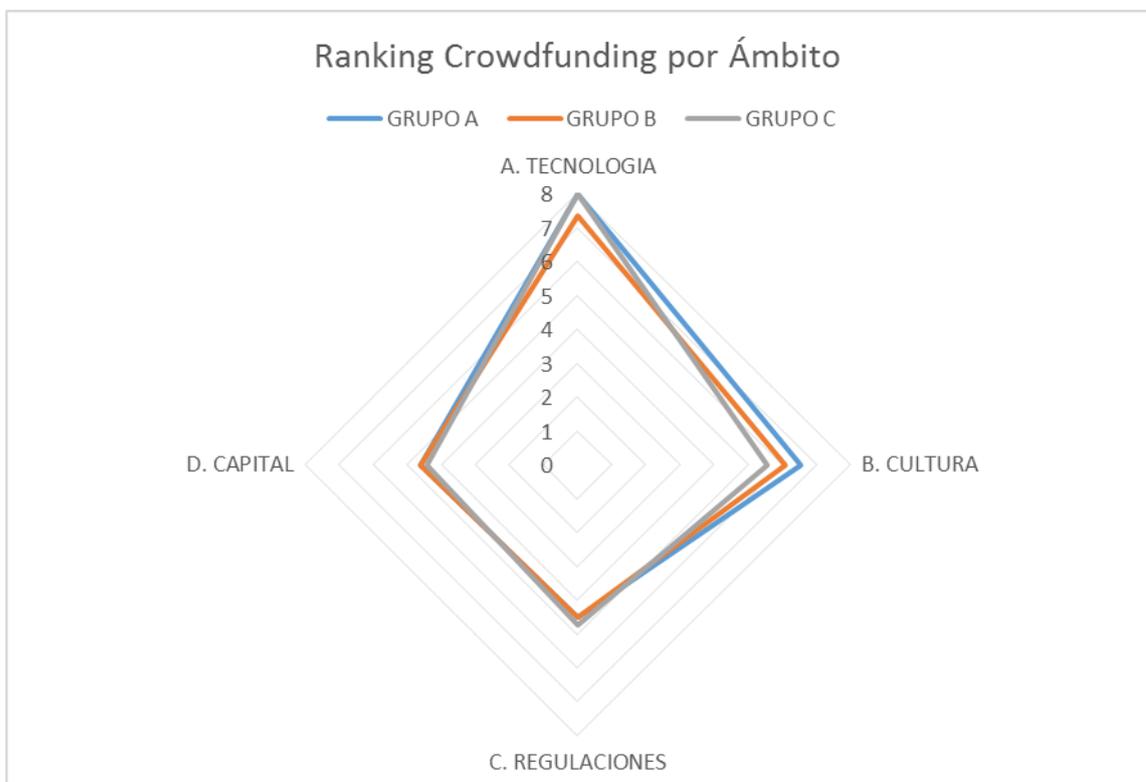
En la categoría de Capital, el puntaje que los Grupos A y B obtuvieron fue de 4.60, sólo el Grupo C fue diferente con un puntaje de 4.40. Al momento de compararlo con la tabla definida por el Banco Mundial, se explica que el capital privado en el país está creciendo pero es recomendable que el Gobierno realice ciertos cambios en sus políticas para incentivar mucho más la formación de capital privado. Caso contrario, plataformas de Crowdfunding basadas en acciones tendrían dificultades al momento de ingresar al mercado.

Tabla 4.33 Matriz de Resultados

CATEGORIA	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C	PROMEDIO
A. TECNOLOGÍA	8	7,33	8	7.78
B. CULTURA	6,55	6,09	5,55	6.06
C. REGULACIONES	4,5	4,5	4,75	4.58
D. CAPITAL	4,6	4,6	4,4	4.53
GENERAL	6,19	5,85	5,77	5.94

Al momento de realizar un análisis general, es decir, los cuatro ámbitos en un conjunto, se puede observar que el Ecuador debe realizar diversos cambios que ayuden en las áreas de regulaciones y de capital (véase Ilustración 4.32), ya que fueron éstas las categorías más débiles. Para el Grupo A, el puntaje fue de 6.19 que es superior a lo mínimo (6) requerido para considerar a un país relativamente preparado para el Crowdfunding. Tanto el Grupo B como el Grupo C obtuvieron puntajes muy cercanos al mínimo (6) con 5.85 y 5.77 respectivamente, lo cual indica que se recomiendan cambios a realizar pero existe una gran probabilidad de que herramientas como crowdfunding sean aceptadas en el país.

Ilustración 4.34. Gráfico Matriz de Resultados



CONCLUSIONES

Una de las principales dificultades que tienen los emprendedores al momento de emprender es el acceso al capital, es por ello que contar con alternativas de financiamiento es crucial para el desarrollo de los proyectos e ideas de negocio, especialmente para los emprendedores en países en desarrollo. Por tal motivo, se analizaron las condiciones y el entorno del país en el ámbito empresarial para comprender qué tan preparado se encuentra el Ecuador para adoptar una fuente de financiamiento alternativa como el Crowdfunding. Del presente estudio se desprenden una serie de conclusiones sustanciales que aportarán a futuros estudios sobre el Crowdfunding en el Ecuador.

El país ha mejorado sustancialmente en el aspecto tecnológico y académico en los últimos años. La inversión que el Estado ha realizado en la educación ha aportado a desarrollar también el mercado tecnológico. Cada vez más ecuatorianos usan el internet con mayor frecuencia gracias a la cobertura de banda ancha que tiene el Ecuador en la actualidad. El 91% de la muestra del presente estudio considera que los ecuatorianos usan a menudo las redes sociales para comunicarse y realizar comercio entre los usuarios.

En el área académica, de acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las entrevistas y encuestas, resalta el hecho de que si bien tanto la formación como la infraestructura académica del país han mejorado, aún se encuentra en un estado de reestructuración.

Luego de analizar los resultados en la categoría de tecnología, se concluye que el Ecuador en la actualidad se encuentra preparado. La infraestructura tecnológica del país permite que los ciudadanos puedan acceder a información y facilita la comunicación entre los inversores y empresarios.

El ambiente cultural empresarial en el Ecuador para los inversionistas y emprendedores se ha desarrollado lentamente durante los últimos años. Sin embargo, cada vez son más visibles las iniciativas para promover la formación de emprendedores y proveer la guía que estos necesitan. Vale la pena recordar que los emprendedores han existido desde hace mucho tiempo, y especialmente en el Ecuador las personas optan por emprender nuevos negocios todo el tiempo. Este fenómeno se da más por necesidad

que por innovación. De la información recopilada se obtuvo que los ecuatorianos tienden a confiar bastante en las demás personas tanto a nivel personal como a nivel laboral. De aquí que los resultados arrojaron que los ecuatorianos son consumidores altamente leales. Pero en cuanto a la relación con el Gobierno, la fiabilidad es débil por parte del ciudadano.

Al hablar de riesgo, los encuestados expresaron que sí se consideran arriesgados al momento de invertir su dinero o tomar decisiones como cambiar de trabajo. Asimismo, la toma de decisiones se hace basándose principalmente en el bienestar individual antes que en el de los demás. Respecto a la percepción cultural del desarrollo tecnológico del país se puede decir que si bien los ecuatorianos hacen uso del sistema bancario electrónico y realizan compras por internet, no consideran que el comercio electrónico esté lo suficientemente desarrollado en el país aún. Esto es congruente con el hecho de que se compre mucho al exterior y las medidas adoptadas por el Gobierno para tratar de proteger la producción nacional.

Al momento de analizar qué tan regulado se encuentra el mercado empresarial en el Ecuador, se evidenció que existen regulaciones que favorecen y otras que no favorecen al Crowdfunding. En la actualidad no existen regulaciones que prohíban ningún tipo de Crowdfunding pero sí existen regulaciones laborales que perjudican su práctica ya que el Estado está enfocado en la protección al empleado.

En cuanto al capital para iniciar un negocio y su origen, contrario a lo que se esperaría, los resultados arrojaron que la mayoría de los fondos de financiamiento provienen de instituciones financieras tanto públicas como privadas. Y que se considera que el sistema bancario se encuentra íntimamente relacionado en proveer los fondos necesarios para el desarrollo de negocios ya existentes. Esto demuestra el cambio que se ha dado en el mercado en los últimos años. Anteriormente, los familiares y amigos eran la primera fuente a la cuál acudir para conseguir fondos. Sin embargo, las instituciones financieras están cada vez más dedicadas a ofrecer más y mejores opciones para las pequeñas y medianas empresas.

Se preguntó a los encuestados si aportarían dinero por medio de internet y más del 70% estuvo de acuerdo. Dichos resultados concuerdan con los resultados obtenidos en las entrevistas donde todos estaban dispuestos a utilizar el Crowdfunding como una

herramienta de financiamiento. Para los inversionistas el resultado fue parecido, con la diferencia de que cada uno estaba dispuesto a utilizar diferentes tipos de Crowdfunding.

Por último, después de analizar los resultados se puede decir que el Ecuador está lo suficientemente preparado para acoger el Crowdfunding como un mecanismo alternativo de financiamiento.

REFERENCIAS

- Agencia de Regulaciones y Control de las Telecomunicaciones. (01 de 2015). *www.arcotel.gob.ec*. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=8950&force=0>
- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2013). *SOME SIMPLE ECONOMICS OF CROWDFUNDING*. NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, Massachusetts. Obtenido de <http://www.nber.org/papers/w19133>
- Andes. (17 de 10 de 2012). *andes.info.ec*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/7788.html>
- Attuel-Mendes, L. (2014). **Crowdfunding platforms for microfinance: a new way to eradicate poverty through the creation of a global hub?** *Cost Management*, 38-47.
- Babbie, E. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. (J. J. Dávila Martínez, Trad.) Mexico: International Thomson Editores, S.A. de C.V. Obtenido de [http://www.orgstudies.com/index.php?action=fileDownload&resourceId=601&hash=6f6481378a0bacdcaaaa9701193052c6524a5051&filename=Babbie%20\(2000\).%20Fundamentos%20de%20la%20investigacion%20social.pdf](http://www.orgstudies.com/index.php?action=fileDownload&resourceId=601&hash=6f6481378a0bacdcaaaa9701193052c6524a5051&filename=Babbie%20(2000).%20Fundamentos%20de%20la%20investigacion%20social.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2015). **Evolucion del Volumen de Crédito y Tasas de Interés Diciembre 2014**. Ecuador. Obtenido de www.bce.ec
- Banco Nacional de Fomento. (2015). *www.bnf.fin.ec*. Obtenido de https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=373&Itemid=319&lang=es
- Bosma, N., Wennekers, S., & Amorós, J. E. (2012). <http://www.gemconsortium.org/>. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2200>
- Cardona A., M., Vera A., L. D., & Tabares Q., J. (Noviembre de 2008). **Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura e y fondo emprender en Medellín**. Medellín, Colombia: Escuela de Administracion Universidad EAFIT.
- Carter, S., & Rosa, P. (1998). **The financing of male- and female-owned businesses**. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 225-241.
- Corporación Financiera Nacional. (2015). *www.cfn.fin.ec*. Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=600&Itemid=543
- De la Torre, A., & Tuluy, H. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación - resumen*. Washington, DC: Banco Mundial.
- Dziuba, D. (2012). **Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania**. *Problemy Zarządzania*, 10, 83-103. Obtenido de <http://pz.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/dziuba.pdf>
- El Comercio. (09 de 08 de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatoriano-compra-internet-clase-media.html>
- El Comercio. (25 de 12 de 2014). *www.elcomercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/arranco-sistema-dinero-electronico-ecuador.html>
- El Emprendedor. (s.f.). *El Emprendedor.ec*. Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/>

Espinosa Guzmán, R. (24 de Mayo de 2014). *Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/el-crecimiento-economico-y-productivo-de-ecuador-es-inclusivo-y-democratico/>

FLACSO Ecuador - Ministerio de Industrias y Productividad. (Enero de 2012). **Factores determinantes de acceso y racionamiento del crédito en las MIPYMES ecuatorianas. Ecuador**. Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/2012_Factores_determinantes_de_acceso_y_racionamiento_del_credito_en_las_MIPYMES_ecuatorianas.pdf

Fondo Multilateral de Inversiones. (2014). *Crowdfunding en México: cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación*. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Fundable LLC. (s.f.). *Fundable*. Obtenido de Fundable: <http://www.fundable.com/crowdfunding101/history-of-crowdfunding>

Galindo Martín, M.-Á., & Méndez Picazo, M. T. (25 de 11 de 2011). **Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico**. Jaén, España. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2011/11/25-R-108M911.pdf>

García Pérez de Lema, D., Gómez Martínez, A., & Marín Hernández, S. (2009). **Restricciones a la financiación de la PYME en México; una aproximación empírica**. XXIV(57), 217 - 238. Azcapotzalco, Mexico: Universidad Autónoma Metropolitana.

Grupo del Banco Mundial. (2015). <http://www.doingbusiness.org/>. Obtenido de <http://www.doingbusiness.org/data/exploreconomies/ecuador>

Herbert, R. F., & Link, A. N. (1982). **The entrepreneur mainstream views and radical critiques**. 2da. New York: Praeger Publishers.

Holcombe, R. (1998). **Entrepreneurship and Economic Growth**. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 45-62.

infoDev, Finance and Private Sector Development Department. (2013). *Crowdfunding's Potencial for the Developing World*. Washington DC: World Bank.

Instituto Nacional de Estadística y censos. (2013). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/PUBLICACIONES/Compendio-2013/compendio_estadistico_2013.pdf

Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). **Emprendimiento: Concepto básico en competencias**. #7. Colombia: Universidad del Norte. Recuperado el 25 de enero de 2015, de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

Jiménez, O. (25 de Marzo de 2013). *Universo Crowdfunding*. Obtenido de Universo Crowdfunding: <http://www.universocrowdfunding.com/plataformas-de-crowdfunding-en-latinoamerica/>

Kickstarter.com. (12 de 03 de 2015). *Kickstarter.com*. Obtenido de <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>

Laffaye, S. (2008). **La crisis financiera: Origen y perspectivas**. *Revista del CEI*, 44-63.

Larralde, B., & Schwinbacher, A. (2010). **Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures**. En *HANDBOOK OF ENTREPRENEURIAL FINANCE*. Oxford University Press. Obtenido de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183

Lasio, V. (22 de 07 de 2008). **Promoviendo el espíritu empresarial en Ecuador: Iniciativas y actores**. *EKos*, 40- 44. Obtenido de http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios/iniciativas_y_actores.pdf

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Villa, R. (2013). **Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2013**. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). **El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación - resumen**. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0.

Maldonado, P. (01 de 2015). *www.revistalideres.ec*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/inversion-angel-da-primeros-aleteos.html>

Manchanda, K., & Muralidharan, P. (2014). **CROWDFUNDING: A NEW PARADIGM IN START-UP FINANCING**. *Global Conference on Business and Finance Proceedings* (págs. 359 - 374). Dubai: Birla Institute of Technology & Science Pilani.

Messina, M., & Peña, J. (2013). **ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES. ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES**. Uruguay: Centro de Emprendedurismo. Obtenido de <http://www.ccee.edu.uy/jacad/2013/file/ADMINISTRACION/Alternativas%20de%20Financiamiento%20para%20Emprendedores.pdf>

Ministerio de Coordinación de la Política Económica. (08 de 05 de 2014). *www.politicaeconomica.gob.ec*. Obtenido de <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/mayo-2014.pdf>

Ministerio de Educación. (2013). *www.educacion.gob.ec*. Recuperado el 13 de 02 de 2015, de http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Indicadores_Educativos_10-2013_DNAIE.pdf

Ministerio de Educación. (04 de 12 de 2014). *educacion.gob.ec*. Obtenido de <http://educacion.gob.ec/ecuador-mejoro-su-sistema-educativo-en-los-ultimos-7-anos/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (08 de 2012). **Alternativas de Financiamiento a Través del Mercado de Valores Para PYMES**. Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/2012_Alternativas_Financiamiento_PYMES_mercado_Valores.pdf

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (09 de 07 de 2013). *www.telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/logros-de-la-revolucion-tecnologica-en-ecuador-se-destacan-por-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones-2/>

Morales, G. (02 de Febrero de 2014). *tusfinanzas*. Obtenido de <http://tusfinanzas.ec/estructura-del-sistema-financiero-del-ecuador/>

Ochoa, K. (22 de 09 de 2014). *www.metroecuador.com.ec*. Obtenido de <http://www.metroecuador.com.ec/72213-constitucion-electronica-de-empresas-en-dos-dias-crear-tu-negocio.html>

Pazowski, P., & Czudec, W. (2014). **ECONOMIC PROSPECTS AND CONDITIONS OF CROWDFUNDING**. *Management, Knowledge and Learning Internacional Conference 2014*, (págs. 1079-1087). Portovoz.

Periódico Global El País. (16 de 04 de 2015). *economia.elpais.com*. Obtenido de http://economia.elpais.com/economia/2015/04/16/actualidad/1429197690_174698.html

Perlstein, E. (2013). **Anatomy of the Crowd4Discovery crowdfunding campaign**. *SpringerPlus*, 2: 560.

ProEcuador. (06 de 2014). *Guia del Inversionista*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/HACERNEGOCIOSENECUADOR_2.pdf

ProEcuador. (2014). *Hacer Negocios en Ecuador*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/HACERNEGOCIOSENECUADOR_2.pdf

ProEcuador. (2014). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/porqueinvertir1/>

Riedl, J. (2013). **Crowdfunding Technology Innovation**. *Computer*, 100 - 103.

Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2013). **El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos**. *Revista Pensar en Derecho*, 101-123. Obtenido de <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>

Rodríguez Ramírez, A. (abril de 2009). **Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial**. *N 26*. Colombia: Pensamiento y Gestion .

Ruiz, J. (2010). **Crowdfunding y Creative Commons: Nuevo modelo de Financiación y Propiedad intelectual para la producción y distribución de proyectos audiovisuales**. *CDC Cuadernos de Comunicación*, No. 4, pag. 30 - 38.

Startupsventures Emprendimientos S.A. (s.f.). *Startups&Ventures*. Obtenido de Startups & Ventures: <http://www.startupsventures.com/>

Superintendencia de Telecomunicaciones. (2014). *www.supertel.gob.ec*. Obtenido de <http://controlenlinea.supertel.gob.ec/>: http://controlenlinea.supertel.gob.ec/wps/portal/informacion/informaciontecnica/internet/estHomologaciones!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zizjY08DAw8_A28DUJcHQ0cg50d3QPDTAwNQo30C7IdFQFzr67i/

U.S. Securities and Exchange Commission. (07 de 05 de 2012). *www.sec.gov*. Obtenido de <https://www.sec.gov/divisions/marketreg/tmjjobsact-crowdfundingintermediariesfaq.htm>

Vérin, H. (1982b). Pour une première approche. En *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (págs. 15-35). Paris: PUF.

Vicepresidencia. (15 de Abril de 2014). *www.vicepresidencia.gob.ec*. Obtenido de [www.vicepresidencia.gob.ec](http://www.vicepresidencia.gob.ec/vicepresidente-jorge-glas-inauguro-el-programa-progresar-para-emprendedores/): <http://www.vicepresidencia.gob.ec/vicepresidente-jorge-glas-inauguro-el-programa-progresar-para-emprendedores/>

WEMBAÛ Cia. Ltda. (11 de Diciembre de 2014). *WEMBAÛ*. Obtenido de WEMBAÛ: <http://wembau.com/revista-lideres-destaca-el-crowdfunding-para-la-app-plansaso/>

Yallapragada, R., & Bhuiyan, M. (2011). **Small business entrepreneurships in the United States**. *Journal of Applied Business Research*, 27(6), 117-122.

Zhang, Y. (2012). **An Empirical Study into the Field of Crowdfunding** . Lund, Suecia: Lund University .

19. ¿Conoce algún programa u organismo que contribuye a la formación/orientación de los emprendedores? *

Si su respuesta es si, continúe con la pregunta 20, caso contrario vaya a la pregunta 21

- Sí
 No

20. Por favor, indique qué programa u organismo conoce:

21. En su opinión, ¿qué tan difícil es abrir un nuevo negocio? *

Califique del 1 al 10, siendo 1 el menor (poco difícil) y 10 el mayor (muy difícil).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Poco difícil Muy difícil

22. En su opinión, ¿está la política gubernamental enfocada a facilitar el acceso al capital para los negocios emergentes (nuevos negocios)? *

Califique del 1 al 10, siendo 1 el menor (poco enfocado) y 10 el mayor (muy enfocado)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Poco enfocado Muy enfocado

23. En su opinión, ¿de donde provienen la mayoría de los fondos de financiamiento de los negocios emergentes (nuevos negocios)? *

Elija una respuesta

- Instituciones financieras Privadas (Ej: Banco Guayaquil, Banco Pichincha, etc.)
 Instituciones financiera Públicas (Ej: CFN, BNF, etc.)
 Familiares y Amigos

24. En su opinión, ¿Considera que el sistema bancario participa activamente en proveer financiamiento para los pequeños negocios (microempresas) ya establecidas en el mercado? *

- Si
 No

25. En su opinión, ¿Cuál considera la principal barrera/dificultad al momento de solicitar un crédito bancario? *

Elija una respuesta

- Documentación/Papeleo
 Garantías
 Costos financieros elevados
 Historial crediticio

26. Si fuera a emprender un negocio, ¿a que fuente de financiamiento acudiría? *

Elija una

- Ahorros (Dinero propio)
- Familiares y Amigos
- Instituciones Financieras Privadas/Públicas (Bancos, Cooperativas, Sociedades Financieras, etc.)
- Financiamiento Colectivo
- Inversionista Ángel

27. ¿Qué tan a menudo realiza transacciones electrónicas a través del sistema bancario? *

Califique del 1 al 10, siendo 1 el menor (no las realiza) y 10 el mayor (muy a menudo) .

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

No las realiza Muy a menudo

28. ¿Realiza compras por medio del Internet afuera o dentro del país? *

- Si
- No

29. En su opinión, ¿qué tan desarrollado se encuentra el comercio electrónico* en el Ecuador? *

Califique del 1 al 10, siendo 1 el menor (nada desarrollado) y 10 el mayor (totalmente desarrollado).

*Comercio electrónico: compra y venta de productos o servicios en línea a través de medios electrónicos tales como internet y otras redes informáticas.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada desarrollado Totalmente desarrollado

30. ¿Conoce de alguna alternativa de financiamiento por medio del Internet? *

- Si
- No

31. ¿Estaría dispuesto a utilizar un mecanismo de financiamiento por medio del internet? *

Los fondos provienen de terceros dispuestos a apoyar su idea emprendedora.

- Si
- No

32. ¿Estaría dispuesto a aportar dinero a proyectos de su interes por medio del internet? *

Las aportaciones pueden ser: donaciones; a cambio de participación accionaria; a cambio de un producto.

- Si
- No

33. ¿Qué tipo de aportación estaría dispuesto a realizar por medio del internet para proyectos de su interés? *

Las aportaciones pueden ser: donaciones; a cambio de participación accionaria; a cambio de un producto

- Donación
- A cambio de un producto o servicio con un descuento
- Como préstamo (Rendimiento con Tasa Fija)
- A cambio de participación accionaria (Rendimiento con Tasa Variable)

34. ¿Conoce que es el Crowdfunding? *

Crowdfunding es conocido también como financiamiento colectivo o en masa por medio del internet. Ej: Kickstarter, Indiegogo, etc.

- Si
- No

Por favor, indicar que dispositivos electrónicos utiliza? *

Puede elegir mas de una respuesta

- Computadora de Escritorio
- Computadora Portatil
- Tablet
- Celular Inteligente (smartphone)
- Otro:

Cuál es su nivel de instrucción académica? *

- Sin instrucción académica
- Nivel Primaria
- Nivel Secundaria
- Nivel Pre-grado Universitario
- Nivel Post-grado Universitario

Cuál es su ocupación? *

- Estudiante
- Bajo Dependencia
- Negocio Propio/Independiente
- Ninguno

En que región reside? *

- Costa
- Sierra
- Oriente
- Insular

En cual rango de edad se encuentra? *

- Entre 18-25
- Entre 26-35
- Entre 36- 45
- Entre 46-55
- Más de 55

Indique su sexo *

- Hombre
- Mujer

APÉNDICE B - ESTADÍSTICA DEMOGRÁFICA ENCUESTADOS

Tabla A1. Nivel de Instrucción Académica

instrucción académica	Freq.	Percent	Cum.
Nivel Secundaria	16	4.16	4.16
Nivel Pregrado Universitario	233	60.52	64.68
Nivel Postgrado Universitario	136	35.32	100.00
Total	385	100.00	

Ilustración 351. Instrucción Académica

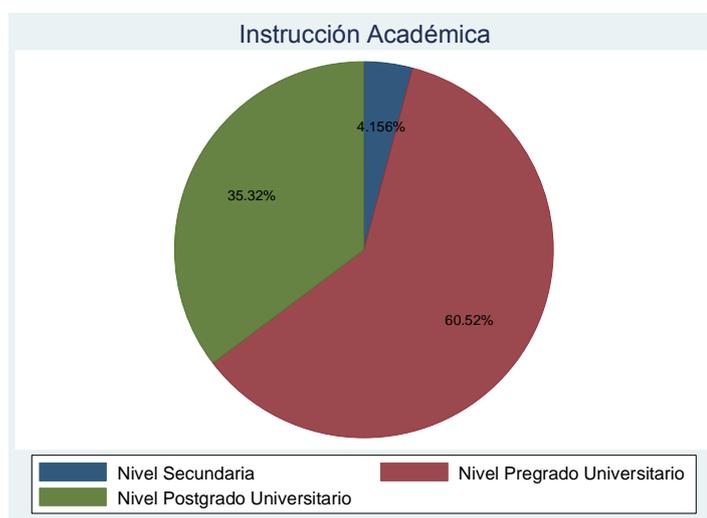


Tabla A2. Ocupación

ocupacion	Freq.	Percent	Cum.
Estudiante	35	9.09	9.09
Bajo Dependencia	224	58.18	67.27
Negocio Propio / Independiente	107	27.79	95.06
Ninguno	19	4.94	100.00
Total	385	100.00	

Ilustración A2. Ocupación

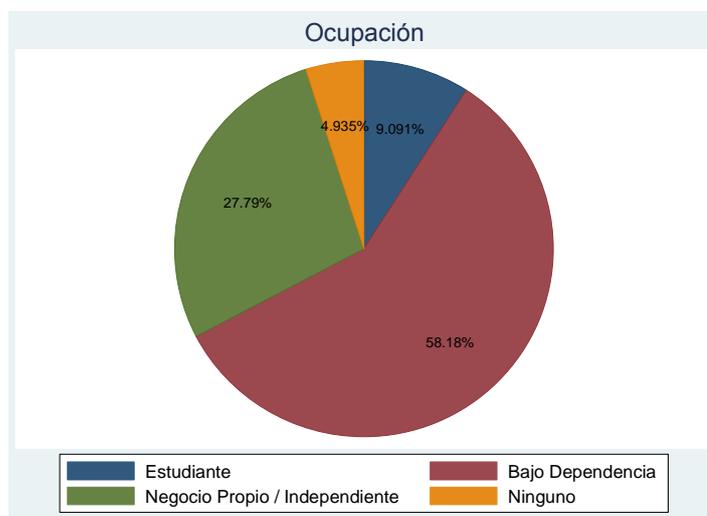


Tabla A3. Rango de Edad

rango de edad	Freq.	Percent	Cum.
18-25	58	15.06	15.06
26-35	186	48.31	63.38
36-45	81	21.04	84.42
46-55	13	3.38	87.79
Más de 55	47	12.21	100.00
Total	385	100.00	

Ilustración A3. Rango de Edad

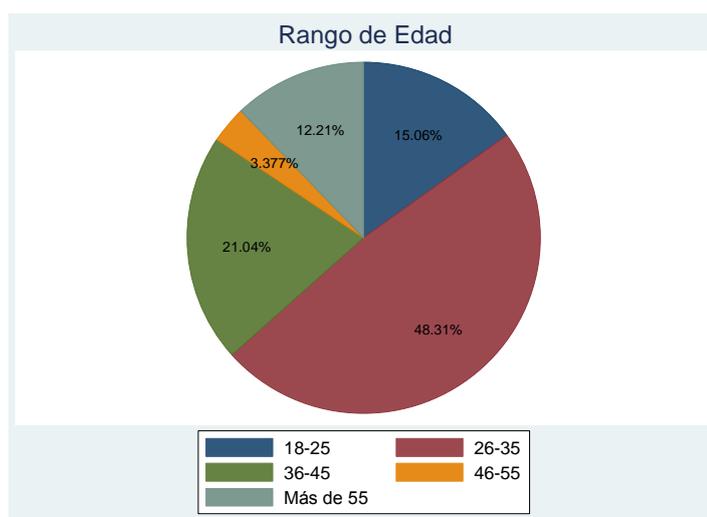


Tabla A4. Sexo

Indique su sexo	Freq.	Percent	Cum.
Hombre	234	60.78	60.78
Mujer	151	39.22	100.00
Total	385	100.00	

Ilustración A4. Sexo

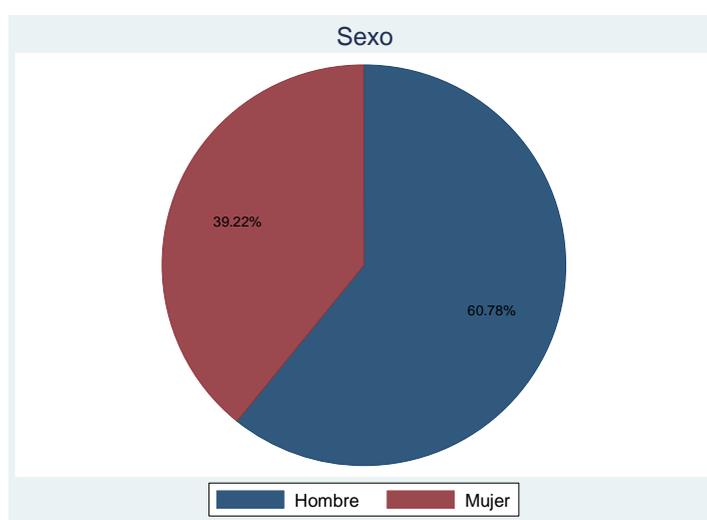
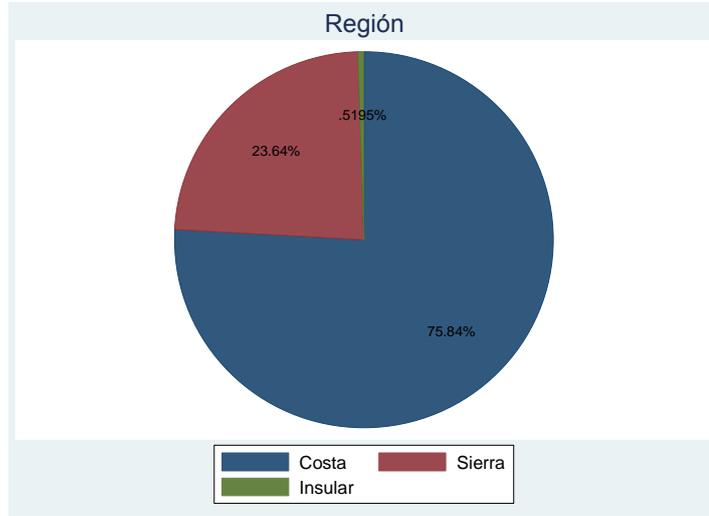


Tabla A5. Lugar de Residencia

En que region reside	Freq.	Percent	Cum.
Costa	292	75.84	75.84
Sierra	91	23.64	99.48
Insular	2	0.52	100.00
Total	385	100.00	

Ilustración A5. Lugar de Residencia



APÉNDICE C - GUÍA DE ENTREVISTA ENTREVISTA SOBRE EL CROWDFUNDING

A continuación se encuentra detallada la guía para la elaboración de la entrevista. Misma que está basada en los objetivos previamente establecidos para el proyecto. La entrevista será aplicada a distintas personas de manera individual. Cabe recalcar que la guía está sujeta a cambios dependiendo de las eventualidades que ocurran durante la entrevista por lo que el desarrollo y evolución de ésta se deja a consideración del moderador.

AL DIRIGIRSE AL ENTREVISTADO:

Buenos días/tardes, soy estudiante de Economía/Negocios Internacionales de la ESPOL. Actualmente estamos realizando un proyecto de Análisis e Investigación de Mercado en el cual nos gustaría conocer su opinión acerca del CROWDFUNDING. Usted ha sido elegido/a por ser una persona adecuada para ayudarnos en nuestra investigación. Me gustaría aclararle que toda la información tratada será completamente confidencial y utilizada estrictamente para fines académicos. El tiempo aproximado de la entrevista es de 25 minutos.

INTRODUCCIÓN:

Nos interesa conocer la opinión de los ecuatorianos acerca del crowdfunding. El objetivo es identificar qué tanto conocen las personas acerca del tema y qué características considerarían más atrayentes.

PREGUNTAS

EMPRENDIMIENTO, FINANCIAMIENTO y CROWDFUNDING:

Cuál es su edad?

A los cuántos años fue su primer emprendimiento?

¿De qué se trató?, ¿Nos puede describir la experiencia?

¿Cuáles fueron sus dificultades? ¿Cómo las solucionó?

¿Tuvo obstáculos? ¿Cuáles? ¿Cómo los superó?

¿Cuántas veces ha emprendido un negocio?

¿A qué fuente de financiamiento acudió por primera vez? ¿Por qué? (Familia, Amigos, Bancos Privados o Públicos, etc.)

En su opinión, ¿Qué barreras existen para el financiamiento en Ecuador?

¿Cuál es el Perfil Emprendedor Ecuatoriano?

¿Cuál es el Perfil de los Inversoristas en el Ecuador?

¿Conoce sobre el Crowdfunding? ¿Qué sabe al respecto?

¿Ha usado alguna vez este mecanismo?

¿Conoce de alguna plataforma de Crowdfunding para el Ecuador?

¿Cuáles considera que son los incentivos para usar crowdfunding? ¿Y las reservas?

TECNOLOGÍA y EDUCACIÓN:

Hablando de redes sociales, ¿Las utiliza mucho? ¿Cuántas y cuáles utiliza? ¿Cuál es su opinión al respecto?

¿Considera que el nivel educativo del país ha mejorado? ¿En un rango del 1 al 10, qué calificación le daría? (siendo 1 el más bajo y 10 el más alto)

Las aptitudes laborales, ¿se aprenden con la práctica o preparación académica?

¿Usa frecuentemente el sistema bancario para realizar pagos y/o demás transacciones?
¿Qué tanto?

¿Prefiere los trámites electrónicos o los tradicionales? ¿Por qué?

A continuación le mencionaré algunos tipos de transacciones electrónicas, por favor indicar si las realiza o no y qué tan menudo lo hace:

- Transferencias de fondos a través del sistema bancario
- Transacciones monetarias por Internet (en computadoras y dispositivos móviles)

¿Qué tan desarrolladas considera que se encuentran éste tipo de transacciones en su país? (Del 1 al 10, siendo 1 el menos desarrollado y 10 el más desarrollado)

¿Percibe algún riesgo hacia las transacciones electrónicas en su país?

CULTURA:

¿Qué tan atractiva considera la idea de ser un emprendedor? (Califíquelo del 1 al 10, siendo 1 el menor y 10 el mayor)

Del 1 al 10, ¿qué tan arriesgado se considera cuando se trata de invertir su dinero? (siendo 1 totalmente adverso y 10 totalmente amante al riesgo)

Del 1 al 10, ¿qué tan arriesgado se considera cuando se trata de cambiar de trabajo? (siendo 1 totalmente precavido y 10 totalmente arriesgado)

¿Considera usted que el profesional ecuatoriano toma decisiones basado en su bien individual o en el bienestar de su grupo de trabajo?

Del 1 al 10, ¿cómo calificaría a la gente en cuanto a su facilidad para confiar en los demás? Es decir, ¿confían rápidamente en quienes conocen? O, ¿son más reservados?

Si adaptamos la pregunta anterior al ámbito laboral, ¿qué tanto cree usted que confían los empresarios en sus clientes y viceversa? Califíquelo del 1 al 10, siendo 1 total desconfianza y 10 total confianza.

Y si hablamos de la relación entre el ciudadano y su Gobierno, ¿qué tanto cree usted que confían las personas en su gobernante y viceversa? Califíquelo del 1 al 10, siendo 1 total desconfianza y 10 total confianza.

¿Conoce de algún programa, institución o empresa, pública o privada, que se dedique a formar emprendedores?

¿Qué tan desarrollado se encuentra el mercado ecuatoriano en lo que respecta al comercio electrónico? Califique del 1 al 10, siendo 1 el mínimo y 10 el máximo.

A continuación, mencionaré algunas opciones para calificar que se utilizan en internet: Botones de Me Gusta, Calificaciones con Estrellas, Escribir Reseñas o Comentarios. ¿Las utiliza a menudo? ¿O considera que no tienen importancia?

REGULACIONES DE MERCADO:

Del 1 al 10, ¿qué tan difícil considera usted que es el abrir (procesos) un nuevo negocio? Siendo 1 absolutamente fácil y 10 absolutamente complicado.

¿Diría usted que existe mucha regulación al momento de abrir un nuevo negocio? ¿Y para cerrar un negocio? ¿Por ejemplo?

¿Y en cuanto al ámbito laboral, hablando específicamente de los derechos de los trabajadores, ¿qué opina de la regulación existente para este tema?

¿Considera que existe mucha regulación en cuanto a la contratación y el despido de empleados? ¿Por ejemplo?

¿Conoce de leyes existentes en el país que estén enfocadas a la protección del inversionista?

¿Diría usted que la política del país está enfocada hacia facilitar la consecución de capital para los negocios emergentes? ¿Por qué sí? O, ¿por qué no?

CAPITAL:

Al hablar de los emprendimientos o negocios emergentes, en su experiencia ¿De dónde provienen los fondos para financiarse? ¿Instituciones Públicas/Privadas como Bancos o Gobiernos, o dinero prestado de amigos y familiares?

¿Considera que el sistema bancario participa activamente en proveer financiamiento para los pequeños negocios (microempresas)?

¿Está familiarizado con el concepto de un “Inversionista Ángel”? ¿Diría usted que en el país existe una gran cantidad de este tipo de inversores? ¿Conoce de alguno? ¿Algún grupo o red que agrupe este tipo de actividades?

¿Está familiarizado con el concepto “Capital de Riesgo (Venture Capital)”? ¿Diría usted que en el país existe una participación activa? ¿Conoce de alguna institución financiera que realice esta actividad?

CONCLUSIÓN:

¿Estaría dispuesto a utilizar el crowdfunding como mecanismo para financiar sus proyectos?

¿Estaría dispuesto a aportar dinero a otros proyectos en plataformas de crowdfunding?

¿Cuál tipo de Crowdfunding estuviera dispuesto a utilizar? (Equity based, Lending Based, Reward Based, Donation Based)

¿Qué incentivos hiciera que el Crowdfunding sea una opción de financiamiento más atractiva que las preexistentes en el mercado?

FIN DE LA ENTREVISTA

Agradecer al entrevistado por el tiempo y la colaboración.

APÉNDICE D - PERFIL DE ENCUESTADOS

No.	FECHA	ENTREVISTADO	EDAD	SEXO	OBSERVACIONES
1	05-mar-15	Entrevistado 1	38	Masculino	Negocio Propio
2	06-mar-15	Entrevistado 2	49	Masculino	Negocio Propio/ Docente/ inversionista
3	07-mar-15	Entrevistado 3	53	Masculino	Negocio Propio
4	09-mar-15	Entrevistado 4	48	Masculino	Negocio Propio
5	10-mar-15	Entrevistado 5	32	Femenino	Negocio Propio/Docente
6	10-mar-15	Entrevistado 6	24	Masculino	Negocio Propio
7	11-mar-15	Entrevistado 7	59	Masculino	Negocio Propio
8	13-mar-15	Entrevistado 8	31	Masculino	Negocio propio / Docente
9	18-mar-15	Entrevistado 9	34	Masculino	Negocio Propio
10	18-mar-15	Entrevistado 10	39	Masculino	Negocio Propio
11	19-mar-15	Entrevistado 11	50	Masculino	Negocio Propio / inversionista
12	19-mar-15	Entrevistado 12	53	Femenino	Negocio Propio
13	19-mar-15	Entrevistado 13	39	Femenino	Negocio Propio / Docente
14	20-mar-15	Entrevistado 14	34	Femenino	Docente / Negocio Propio
15	22-mar-15	Entrevistado 15	48	Femenino	Negocio Propio
16	22-mar-15	Entrevistado 16	28	Masculino	Negocio Propio
17	24-mar-15	Entrevistado 17	53	Femenino	Negocio Propio
18	25-mar-15	Entrevistado 18	38	Masculino	Negocio Propio
19	25-mar-15	Entrevistado 19	49	Masculino	Gerente Comercial Banco Privado / Inversionista
20	25-mar-15	Entrevistado 20	45	Masculino	Inversionista

ANEXOS

ANEXOS A - ENCUESTA DE CROWDFUNDING REPORT DE INFODEV (BANCO MUNDIAL)

Self-assessment (Fuente: infoDev, Banco Mundial)

A. Technology: Technology and education are necessary components.

1. What is the level of Internet and/or mobile smartphone penetration in your country? (1 = low, 10 = high)
2. What is the most readily available speed of mobile connectivity in urban areas in your country? (1= no connectivity, 4 = 2G connectivity, 7 = 3G connectivity, 10= 4G connectivity)
3. How engaged is the population via social media including LinkedIn, Facebook, Twitter, other local social networks? (1 = very low utilization, 10 = very high utilization)
4. What is the average education level reached in the country? (1 = less than 4 years, 10 = over 12 years of education)
5. Business skills (accounting, marketing, and so on) are learned? (1 = on the job, 10 = in education or formal training)
6. The banking system uses and supports electronic funds transfers, or are other Internet or mobile money transaction enabled services available? (1 = not common, 10 = very common)

B. Culture: Does a culture of entrepreneurship exist and is entrepreneurship considered a reputable career path?

7. As a career path, how favorably do people view entrepreneurship in your country? (1 = not very favorably, 10 = very favorably)
8. In making investments, how risk-tolerant are people in your country? (1 = people don't take risks with their investments, 10 = people understand risk and include a small portion of high risk investments as part of their investment strategy/portfolio)
9. How risk-tolerant are people in your country to changing jobs? (1 = people don't take risks with their careers, 10 = people understand risk and include changing jobs as part of their career advancement strategy)
10. In general, are actions more driven by more individualistic goals or group goals? (1 = people act individually, 10 = people makes decisions based on group dynamics)
11. How would you describe the general level of trust between individuals within the society/culture? (1 =building trusting relationship between individuals takes a great deal of time and experience, 10 =trusting relationships form quickly)

12. How much trust do individuals have in the businesses they have relationships with? (1 = it is unusual for businesses to build trust with their customers, 10 = brands/businesses can build strong bonds of trust)

13. How much trust is there between individuals and their government? (1 = low levels of trust, 10 = high levels of trust)

14. Incubators/accelerators in my country are actively teaching entrepreneurship? (1 = Incubators/accelerators are physical spaces with no educational programming, 10 = incubators/accelerators are physical spaces with active training curriculum on how to successfully start and grow a business.)

15. Entrepreneurship in my country is fostered by the government and/or NGOs? (1 = Not at all, 10 = Very much so)

16. People are accustomed to buying and selling goods and services online? (1 = buying and selling online is not common, 10 = buying and selling online is very common)

17. How comfortable are people using online rating mechanisms (for example, the like button, feedback, star ratings, and so on) on websites? (1 = not comfortable using online ratings systems, 10 = very comfortable using online ratings systems)

C. Regulation: Regulation can both enable and deter entrepreneurship and crowdfunding depending on its structure and scope.

18. What is the level of regulation/process complexity involved in starting a business today? (1 = very burdensome, 10 = very easy)

19. What is the level of regulation/process/expense around hiring and firing employees? (1 = very burdensome, 10 = very easy)

20. What is the level of regulation around going out of business/closing a business? (1 = very burdensome, 10 = very easy)

21. In evaluating financial regulation, to what degree does investor protection take precedence over the ability of businesses to raise money to start or grow? (1 = government is focused primarily on investor protection, 10 = government is focused primarily on access to capital for businesses)

D. Capital: The availability of capital is usually one of the most prominent missing elements when attempting to build a successful entrepreneurial ecosystem.

22. Financing for start-up is mainly provided by (1 = governments/banks, 10 = friends and family)

23. Financing for small businesses is mainly provided by (1 = governments/banks, 10 = friends and family)

24. Banks are active in lending to small businesses and start-ups (1 = yes, 10 = no)

25. Angel investors are actively making investments in early stage businesses in my country (1 = no, 10 = yes)

26. Early-stage venture capital funds are actively making investments in start-ups and small businesses in my country (1 = no, 10 = yes)

ANEXO B - READINESS RANKING

Rank	Meaning	Countries falling into this category ...
0-2	Not ready for CFI	Are missing the major variables required for a robust crowdfunding ecosystem. They must look at addressing key variables starting with technology and then focusing on culture and regulation.
2-4	Needs to address specific issues before being ready for CFI	Readiness for a country to succeed. Stakeholders should look at the individual category recommendations below for potential ways to increase score.
4-6	Good possibility for CFI success	There is a good chance crowdfunding can be successfully implemented. Rewards-based crowdfunding should be fostered as a first step towards crowdfund investing.
6	Well positioned for CFI	With enabling policy in place, market participants can consider technology platforms they can buy, build or white-label to deploy a credible crowdfunding ecosystem. Government should engage in crowdfunding educational outreach, training and hold crowdfunding events.

Fuente: infoDev, Banco Mundial

ANEXO C - RANKING POR CATEGORIA

A. TECNOLOGÍA

Rank	Meaning	Countries falling into this category ...
0-2	Lacking all infrastructure	Might first work on enabling/expanding Internet/mobile web access and promoting social media adoption.
2-4	Needs more focus on infrastructure	Might promote education as a means for helping citizens understand the benefits of technology and social media.
4-6	Web/mobile technology is seen by a plurality of citizens as a mechanism for communication, collaboration, etc.	Might start using these tools to build communities of engaged entrepreneurs and investors so that as the industry starts to develop they can be connected.
6	Technology is readily available and used.	Engage in events and use technology and social media to promote crowdfunding and crowdfund investing as a mechanism for promoting entrepreneurship, innovation and jobs.

Fuente: infoDev, Banco Mundial

B. CULTURAL

Rank	Meaning	Countries falling into this category ...
0-2	The country is highly risk averse and does not have any broad understanding of entrepreneurship or risk	Should focus on building cultural understanding of these issues through education, demonstrations and marketing.
2-4	Limited understanding of risk capital and entrepreneurship	Create/find early examples of success and build programs around them. Build capacity through mentorship and training.
4-6	Moderately developed entrepreneurial capacity and some investment risk tolerance – may include diaspora investors	Continue training and mentorship programs, launch broader initiatives that engage early success stories in actively building the ecosystem, create external linkages for additional capacity.
6	This country has a deep culture of entrepreneurship and some financial risk tolerance	This county is ready for crowdfund investing as well as rewards-based crowdfunding.

Fuente: infoDev, Banco Mundial

C. REGULACIONES

Rank	Meaning	Countries falling into this category ...
0-2	Bureaucracy and regulation rule the game	The country needs to consider if their regulations are standing in the way of entrepreneurship.
2-4	There is a fair amount of regulation	Government might analyze securities laws for ways to enable business and capital formation.
4-6	There is regulation to encourage investment	Governments should encourage the use of donation and perks-based crowdfunding and promote a framework for crowdfund investing.
6	The country has a good blend of regulation to promote capital formation while protecting investors	The country is ready for crowdfund investing. Governments and private sector should look at buy, build or white-label options for crowdfund investing platforms.

Fuente: infoDev, Banco Mundial

D. CAPITAL

Rank	Meaning	Countries falling into this category ...
0-2	Private capital markets are nonexistent	Governments should consider ways in which private capital markets can enable entrepreneurship and innovation within their borders.
2-4	Private capital markets exist but are not robust	Governments should consider why the private capital markets are not bigger. Is there too much regulation, bureaucracy, costs?
4-6	Private capital markets are growing	Governments should understand what changes have taken place to encourage capital formation in the private sector and further foster that.
6	Capital is efficiently flowing in the private capital markets	The country is ready for crowdfund investing. Governments and private sector should look at buy, build or white-label options for crowdfund investing platforms.

Fuente: infoDev, Banco Mundial