



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR – MENCIÓN EN**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE USO DEL CROWDFUNDING PARA FINANCIAR  
EMPRESARIOS DE COMERCIO EXTERIOR EN GUAYAQUIL**

**AUTORA:**

**GLADYS ELIZABETH MOLINA RAMOS**

**2019**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Como fiel creyente de Dios, agradezco primero a nuestro señor Jesucristo, a la Virgen María, al Arcángel Miguel y a San Judas Tadeo como a mi especial y poderoso protector por iluminar mi camino desde el primer día en que lo invoqué. A mi familia, en especial a mis hijos por motivarme y demostrarme de una u otra forma que confían en mis habilidades profesionales.

También agradezco a mis compañeros y profesores quienes durante los años que compartimos clases aportaron en mi desarrollo profesional, especialmente a mis profesores de marketing y proyectos quienes avivaron en mí el deseo de innovar y emprender, fue precisamente en una clase de marketing en donde aprendí sobre el micro financiamiento colectivo para emprendimientos, tema en el que se basa el presente artículo.

## **DEDICATORIA**

A mi madre, quien con sus sabios consejos supo inculcar en mí, entre otros valores, la perseverancia, la autodeterminación y la responsabilidad.

A mi padre (+) por haberme enseñado con su ejemplo de vida, el deseo de superación.

A mi familia, en especial a mis hijos por su comprensión durante los años que dedique gran parte de mi tiempo a trabajar y estudiar. A mi hermano Sergio, por sus consejos y apoyo incondicional. A todos quienes de alguna forma contribuyeron con la culminación de mi carrera profesional.

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones, pertenece exclusivamente al autor.

.....

Gladys Elizabeth Molina Ramos

# PROPUESTA DE USO DEL CROWDFUNDING PARA FINANCIAR EMPRESARIOS DE COMERCIO EXTERIOR EN GUAYAQUIL

Gladys Elizabeth Molina Ramos

[gemolinar@hotmail.com](mailto:gemolinar@hotmail.com)

## RESUMEN

El micro financiamiento colectivo o *crowdfunding* es una forma rápida y sencilla de obtener financiamiento para cualquier emprendimiento, siendo los ecuatorianos emprendedores por naturaleza y dada la crisis económica que atraviesa, se estableció como objetivo de este artículo desarrollar una propuesta de uso del micro financiamiento colectivo en emprendimientos enfocados a exportar. El diseño de investigación empleado fue del tipo no experimental de corte transeccional con enfoque cuali-cuantitativo y de alcance descriptivo, las técnicas de recolección de información utilizadas fueron la entrevista y el análisis cuantitativo de fuentes secundarias. Como resultado se estableció que los beneficios superan los posibles obstáculos a la hora de utilizarlo. Además, se pudo determinar que existe un mercado potencial de inversión en el país sin aprovechar y que los emprendedores requieren de nuevas formas de financiamiento. Finalmente, es necesario crear redes de apoyo y adoptar leyes y acciones que fomenten su uso desde los colegios.

**Palabras claves:** *crowdfunding*, emprendimiento, proyecto, exportar

## 1. INTRODUCCIÓN

La falta de financiamiento es una de las causas de que los negocios en el país desaparezcan durante sus primeros años de vida. Por otro lado, la crisis económica y la dolarización conducen al fomento de las exportaciones, de ahí que surge la siguiente interrogante: ¿Cómo el micro financiamiento colectivo podría utilizarse para financiar emprendimientos de comercio exterior en Guayaquil? El objetivo de este artículo es desarrollar una propuesta de uso del *crowdfunding* para que emprendedores con potencial exportador de Guayaquil, que no puedan acceder a un crédito formal, financien sus emprendimientos. El presente trabajo abarca la introducción general de la problemática, el marco teórico que contiene la literatura necesaria para ubicar el problema de la falta de financiamiento en el contexto local. Posteriormente se explica la metodología empleada. Por último, se presentan las conclusiones a las que se ha llegado luego de un estudio minucioso del micro financiamiento colectivo.

### **El *Crowdfunding* o financiación colectiva.**

El *crowdfunding* conocido también como financiamiento colectivo, en masa o micro financiamiento en línea permite, a través del uso de las nuevas herramientas tecnológicas, que cualquier persona sin distinción de clase social o nivel de educación construya redes para obtener recursos y financiar un proyecto o una idea con un objetivo específico, se basa en los principios de colaboración. Lambert y Schwienbacher (citado en Yijun, 2018, p.14) lo denominan como “Una convocatoria abierta, esencialmente a través de internet, para la provisión de recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de alguna forma de recompensa y/o derecho de voto para apoyar iniciativas para propósitos específicos”.

Bruntje & Gadja (2015) señalan que el financiamiento colectivo ya se practicaba en el siglo I en Roma para patrocinar poetas y artistas. Pero recién en 1983 se crearon los primeros programas de micro-financiación y en 1997 fue la primera ocasión en que se utilizó este mecanismo para recaudar fondos para una gira de un grupo de rock, el éxito de esta campaña en el año 2000 motivó la creación de *Artistshare*, primera plataforma de *crowdfunding*. Sin embargo, la creación del término *crowdfunding* se le atribuye a *Prosper*, una plataforma de préstamos, creada en el 2006. En el año 2012, después de que en los Estados Unidos el presidente Obama aprobara la Ley conocida como el “decreto del *crowdfunding*” que reduce las cargas de los microempresarios y legaliza los fondos obtenidos del financiamiento colectivo permitiendo que más personas inviertan, se crea Fundable, la primera plataforma dirigida a financiar emprendimientos nuevos y nacientes (Pérez, 2013) .

Como se observa en la Figura No.1, a partir del año 2012 se produce un despunte en el crecimiento de esta modalidad que no solo brinda financiamiento sino que además contribuye con la innovación dado que los proyectos que atraen mayor número de inversionistas son los tecnológicos o aquellos que contribuyen a mejorar o a solucionar algún problema de su comunidad, por ejemplo, el desarrollo de medicamentos, alimentos saludables, seguridad electrónica, plataformas para reservar citas médicas, relojes inteligentes, entre otros. No obstante, continúan surgiendo nuevos tipos de proyectos a financiar por esta vía.

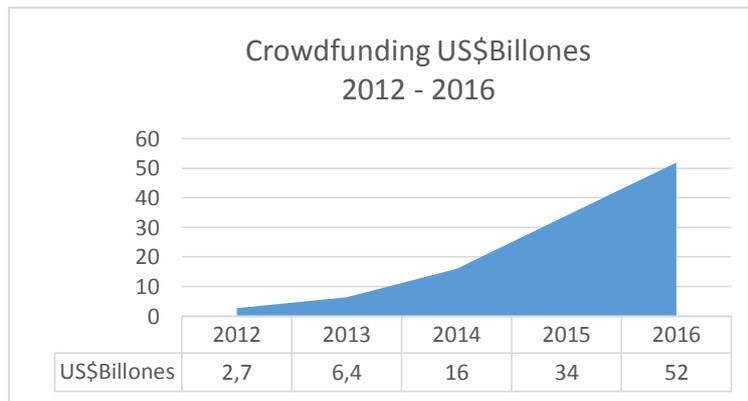


Figura 1. Crecimiento de la industria del Crowdfunding a nivel mundial

Fuente: Yijun (2018), Crowdexpert (2016)

Elaboración: propia

Con relación a las inversiones realizadas por medio de esta modalidad, la firma Crowdnetic en su reporte de la industria del *crowdfunding* de septiembre de 2015 (citado en crowdexpert, 2018) señala que entre septiembre del 2013 y septiembre del 2015, en Estados Unidos se concretaron más de seis mil ofertas de inversión según las reglas de la nueva Ley, lo que representó la entrega de aproximadamente 870 millones de dólares adicionales al mercado.

Respecto a su uso para financiar emprendimientos, de acuerdo con el informe *El Potencial del Crowdfunding para las Economías en Desarrollo* del Banco Mundial, InfoDev (2013) a partir de la crisis del 2008 este mecanismo de financiamiento se convirtió en una excelente opción para los microempresarios y emprendedores, quienes fueron los más afectados por las restricciones del crédito en ese año.

Si bien no se han encontrado textos que hablen del uso específico de esta modalidad en emprendimientos de comercio exterior, existen datos extraídos de informes, tesis, ponencias y de páginas corporativas que confirman que en los últimos años esta modalidad ha tenido un crecimiento sin precedentes, especialmente en el financiamiento de emprendimientos tecnológicos que logran internacionalizarse.

A continuación, se detallan las principales campañas de éxito de emprendimientos financiados a través de esta modalidad que han logrado trascender fronteras:

Tabla 1. Crowdfunding: Campañas de éxito a nivel mundial

<b>Producto</b>	<b>Principales Características</b>	<b>Valor en millones USD\$</b>	<b>Plataforma Tecnológica</b>	<b>País de Origen</b>	<b>Año</b>
Reloj inteligente PEBBLE	Bluetooth, batería dura hasta 7 días	10,3	Kickstarter	USA	2012
Micro Impresora 3D	Potable, para uso doméstico	3,4	Kickstarter	USA	2014
BLUEBELLA Ropa interior	Lencería fina	0,99	Crowdcube	LONDRES	2016
OneBlip Pty Ltd.- Plataforma para compartir vehículo	A través de una aplicación móvil se puede buscar, desbloquear vehículos.	0.446	Enable Funding	AUSTRALIA	2016
Swing Original Monks. La banda que lo mezcla todo	Lanzamiento de Álbum musical	0,0135	Catapultados	ECUADOR	2016
Marmara Sterling. Joyería	Aperturar locales en 7 países y sacar nueva colección	0,122	Fundwise	ESTONIA	2017
PURA. Comida y Bebida	Concentrados de frutas y vegetales	0,093	Broota	CHILE	2017
Sugarbird Gin	Bebida artesanal de ginebra (busca exportar)	0.046	Thundafund	SUDÁFRICA	2018

Fuente: Páginas web de Kickstarter, Demohour, Crowdcube, Enable Funding, Catapultados, Lánzanos, Fundwise, Broota & Thundafund

Elaboración: propia

Las plataformas que han recaudado más se encuentran en Norteamérica, razón por la cual emprendedores de otras regiones han manejado sus campañas a través de ellas.

## **Funcionamiento y tipos de Crowdfunding.**

Las partes involucradas en una campaña de *crowdfunding* son: el dueño del proyecto o financiado, el grupo de personas que apoyan el proyecto (financiadores o inversores) a cambio de una retribución que puede ser intangible (ejemplos: agradecimiento en público, una cena), o una recompensa material (no económica como productos, entradas al evento, recuerdos, o económica: capital, intereses, acciones). Por último, se encuentra la plataforma tecnológica que asesora y difunde el proyecto a las diferentes comunidades de inversores, poniéndolos en contacto con los emprendedores o dueños de las ideas, por lo que cobran una comisión que va entre el 5% y el 9%.

Dependiendo de las necesidades del financiado y del interés del financiador se identifican cuatro categorías de *crowdfunding*:

1. Crowdfunding basado en donaciones, en este modelo los colaboradores financian un proyecto que los seduce sin esperar ninguna recompensa material a cambio, inicialmente se lo utilizaba para obras de caridad, pero en la actualidad se lo está utilizando también para financiar micro emprendimientos, viajes entre otros.
2. Crowdfunding basado en recompensas, en este tipo los aportantes reciben recompensas no monetarias, se lo utiliza para financiar proyectos de tipo cultural (giras artísticas, películas) así como en proyectos empresariales, especialmente emprendimientos tecnológicos (consolas de juegos, relojes inteligentes)
3. Crowdfunding de préstamos o *crowdlending*, bajo esta clase, el financiador realiza una inversión en un proyecto y en el tiempo estipulado recibe su inversión con o sin intereses según lo acordado, por lo general se negocian pagos periódicos.

4. Crowdfunding basado en participación o de acciones, los inversionistas reciben retribución en forma de participación por lo tanto bajo esta modalidad los inversionistas comparten pérdidas y ganancias.

A nivel mundial el tipo más utilizado es el de préstamos. La razón para los inversionistas sería obtener mejores rendimientos en menos tiempo y la motivación de los usuarios sería la flexibilidad y simplicidad de estos créditos, lo que además dejaría entrever la necesidad de líneas de créditos dirigidos a emprendedores y microempresarios.

De acuerdo con Acconcia (2015) los emprendedores tienen dos opciones para saber qué tipo de micro financiamiento deben utilizar. La primera consiste en establecer en que ciclo se encuentra la empresa. Tal como se observa en la figura No.2, el tipo a utilizar va a depender principalmente del financiamiento que requieren y su historial de crédito y ventas determinado por el ciclo de vida en que se encuentra la empresa.

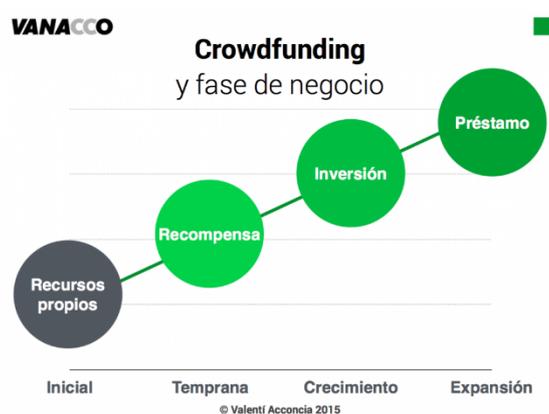


Figura 2. Tipo de crowdfunding a utilizar según la fase del negocio

Fuente: Acconcia (2015)

La segunda opción que propone Acconcia (2015) es la matriz de selección en donde se relacionan las variables de generar comunidad y el tiempo de duración del proyecto. Como se puede ver en la Figura No. 3, la modalidad de préstamos es ideal utilizarlo



sin o con poco grado de industrialización, por ejemplo: petróleo, banano, camarón y flores en Ecuador.

Existen pocos estudios que analicen el bajo grado de internacionalización de los emprendimientos en el país y sus causas. Lasio et al (2016), establecieron que apenas un 8% de las empresas nacientes y nuevas cuentan con clientes internacionales, índice que está muy por debajo de naciones como Chile y Colombia que muestran tasas del 48% y 33% respectivamente.

Es probable que la orientación exportadora temprana de la mano con políticas públicas que fomenten las exportaciones sea la clave para la subsistencia y desarrollo de los emprendimientos en el país.

De acuerdo con un informe del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), el Centro de Desarrollo (OCDE) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en Latinoamérica debido a la concentración en pocos productos con poco o ningún valor agregado, el número de pequeñas y medianas empresas que exportan es inferior al de las otras regiones, en comparación con Europa llegan a la mitad y se encuentran un tercio por debajo a las observadas en algunos países asiáticos. Como se mencionó antes Ecuador se encuentra por debajo de la media de la región (OCDE/CEPAL/CAF, 2016).

Las economías más desarrolladas tanto a nivel regional como internacional son aquellas que destinan un mayor porcentaje de dinero en investigación y desarrollo y aunque en la región principalmente se exportan materias primas, de acuerdo con lo manifestado por el Ministro de Comercio Exterior, Pablo Campana durante una entrevista radial, Perú ha triplicado sus exportaciones gracias a los acuerdos comerciales firmados en los últimos años.

Escandón y Hurtado (2014, p.2) en su trabajo sobre los determinantes de la orientación exportadora concluyeron que:

Una de las estrategias más relevantes para hacer frente a la globalización es la decisión de la empresa de dirigirse a mercados geográficos externos a su lugar de origen, como una estrategia empresarial que resulta ser muy compleja pero que genera crecimiento y desarrollo económico.

Si bien al inicio las ventas internacionales demandan esfuerzos adicionales como realizar un estudio del mercado externo objetivo y más adelante una vez concretado el negocio se podría requerir incluso ajustar la producción o invertir en el desarrollo del producto en función a las necesidades del cliente, se debe tener presente que los esfuerzos iniciales redundan en un incremento de las ventas y garantizarían la permanencia de las empresas durante las crisis locales, esto en el caso de empresas establecidas o con más de dos años en el mercado porque para un emprendedor nuevo el *crowdfunding* no solo le serviría para financiar su producto sino para sondear el mercado e incluso convertirse en una empresa global que exporta desde el inicio, gracias a la difusión masiva de su producto a nivel internacional.

### **Factores que inciden en el emprendimiento.**

El país atraviesa una crisis económica producto del sobre endeudamiento de años anteriores, esto sumado a la poca industria, costos de producción elevados, inseguridad jurídica y escándalos de corrupción, así como otros factores relacionados con el aspecto social y cultural lleva a muchas empresas a la informalidad. Por ejemplo, lo que en Guayaquil y en otras ciudades de la región se conoce como la “viveza criolla” que en resumen significa anteponer los intereses individuales a los colectivos o sacar ventajas

sin mayor esfuerzo, la aceptación de este tipo de comportamiento por parte de la sociedad produce un deterioro en lo económico y hace que se desaliente la inversión local y especialmente la extranjera.

La burocracia o traba en los trámites para instalar un negocio también inciden en los costos y tiempos requeridos por el emprendedor e inducen a la informalidad. A nivel regional Ecuador requiere de más trámites para iniciar un negocio. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Guayaquil, el llenado de formularios y pago de impuestos demora alrededor de 17 semanas mientras que en países de la región toma entre 6 y 8 semanas y en los países desarrollados 4 semanas, se espera que con la nueva Ley de Fomento Productivo disminuyan impuestos y en consecuencia se eliminen algunos trámites (Perú Retail, 2017).

Si bien la situación actual no parece ser el mejor marco para el emprendimiento, de acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ecuador continúa encabezando la lista de los países que más emprende y en los últimos años ha mejorado el nivel de educación de los emprendedores y la infraestructura física y comercial de los negocios, aunque el porcentaje de cierre durante los primeros años de funcionamiento es mayor al de otros países de la región (Lasio et Al, 2017).

En su estudio Pavón (2016), destaca la importancia de la inclusión financiera y concluye que en Ecuador existe un ambiente inestable e inseguro para hacer negocios, las empresas medianas son las más afectadas por la corrupción, en cuanto a las micro y pequeñas empresas los problemas de inseguridad son preocupantes ya que a diario están expuestas a robos y asaltos. Los gobiernos de turno deben tener presente que largos periodos de crisis deterioran la parte social de un país especialmente de los sectores más vulnerables.

## **Financiamiento de emprendimientos.**

Varios estudios señalan que el acceso al financiamiento es uno de los principales inconvenientes que deben enfrentar los emprendedores en el país. Lasio et al. (2016), en su estudio del emprendimiento en el Ecuador señalan que, los emprendedores no disponen de garantías ni de capital, el financiamiento se da de manera informal, por lo general de familiares, amigos y terceros privados. Recién comienzan a contribuir inversionistas ángeles y capital de riesgo, así como la salida a bolsa; el *crowdfunding* tampoco es una opción aún debido a que existe poca difusión y falta un marco legal que permita funcionar la modalidad de préstamos y a su vez asegure a las partes intervinientes. Mollick (citado en Aldrich, 2014, p.6) afirma que “el surgimiento de la financiación colectiva ha dado a los empresarios nacientes acceso a recursos que hasta ahora no estaban disponibles a través de los mercados de crédito tradicionales”.

Al respecto, es posible que años atrás la falta de financiamiento haya motivado la aparición de prestamistas informales conocidos como “*chulqueros*”, quienes prestan dinero a intereses casi imposibles de pagar, lo que origina la necesidad de crear nuevos mecanismos de financiamiento para el sector.

Ávila (2018) en su trabajo sobre emprendimiento e innovación en el Ecuador señala que una de las principales propuestas de la Ley de Fomento para el Emprendimiento e Innovación entregado a la Asamblea es reformar la Ley de Mercado de Valores a fin de crear nuevos mecanismos para la provisión de recursos financieros para emprendimientos a través del concurso de inversionistas privados.

### **Inclusión tecnológica: uso de herramientas de comunicación y relación social.**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el 2017 a nivel nacional el acceso o conexión a internet se ubicó en el 37,2%, de los cuales el 46,1% corresponde al área urbana y el 16,6% al área rural. Al mismo tiempo, el 58,3% de la población ha utilizado internet y un 37,2% posee un teléfono inteligente. Con respecto al uso, un 31,9% de la población utiliza redes sociales de los cuales 40,7% lo utilizó para obtener información, 31% lo utilizó para comunicarse, 21,1% lo utilizó en educación, un 3,3% en trabajo y 3,9% en otros (INEC, 2017).

Así mismo, de acuerdo con el INEC, en el 2015 el acceso al internet de los países de la CAN fue del 91% al 99%. Sin embargo, el uso por parte del personal de las empresas va del 17% al 59%. Ecuador se ubicó penúltimo, lo que demuestra que en el país el uso del internet y redes sociales en el campo empresarial es incipiente (INEC, 2015).

En su estudio Pavón (2016) establece que la calidad de los servicios de banda ancha incide en el acceso financiero de los negocios, al respecto Ecuador se encuentra por debajo de México, Chile, Brasil, Uruguay entre otros países de Latinoamérica.

### **Perfil de las personas que podrían invertir en el país**

De acuerdo con el INEC en el 2016, el grupo de personas que más utilizó internet se ubicó entre los 16-24 años con un 83,8% seguido por el grupo de 25 a 34 años con un 67,3%. A nivel internacional, de acuerdo con un estudio realizado por Goldman, Sachs & Co. sobre mecanismos de financiamiento no tradicionales, se encontró que de la generación del milenio, generación Y o “millennials” en inglés (personas entre 22-36 años) 47% de los encuestados afirmaron que habían participado o les gustaría participar en una campaña de micro financiamiento colectivo. De ellos, el 65% afirmó que reenviaría a sus contactos información de algún proyecto en el que hubieran participado (Terry, Schwartz & Sun, 2015).

En el país, según el INEC, el 23,2% de la población en el Ecuador pertenecen a la generación del milenio, es decir 3'949.430 personas se encuentran en el rango de 22- 36 años. De los cuales 68,7% utiliza internet.

Según el último censo poblacional el promedio de edad de los Guayaquileños fue de 29 años. También el INEC estimó que, en el año 2018, en Guayaquil aproximadamente habría 619.858 habitantes que pertenecerían a la generación del milenio (INEC, 2010).

## **2. METODOLOGÍA**

El diseño de la presente investigación es no experimental porque no se efectúa manipulación de las variables de investigación. Según Hernández, Fernández y Baptista (citado en Ávila, 2006, p.75) en la investigación no experimental el investigador no puede influir sobre las variables independientes que ya han sufrido cambios previamente. Por otra parte, tal como lo establecen Liu y Tucker en sus trabajos (citado en Hernández et al, 2014, p.154) el presente estudio se lo puede clasificar como transeccional porque recolecta datos en un momento definido.

El enfoque del presente artículo es cuali-cuantitativo del tipo descriptivo porque con base en el análisis estadístico de las bases de datos del INEC sobre el uso y el acceso a internet de los emprendedores del país se puede calcular el potencial uso del micro financiamiento colectivo en Guayaquil y adicionalmente se puede estimar el número de personas que estarían interesadas en invertir en este mercado, pero además con el enfoque cualitativo se recolecta y analiza datos para elaborar un procedimiento dirigido a emprendedores de comercio exterior.

En todo trabajo de investigación sin importar el enfoque que se le dé, es indispensable el uso de instrumentos bibliográficos que respalden o avalen conceptos, datos o cualquier otra propuesta planteada por el investigador (García, 2003). Para la

recolección de la información se utilizaron fuentes primarias (personas) y fuentes secundarias (información impresa y digitalizada). La técnica cualitativa que se utilizó fue la entrevista y como instrumento la guía de preguntas. La recolección de información a través de la entrevista busca conseguir de forma representativa y específica, la problemática estudiada y lo que se opina sobre ella en un tiempo determinado en función de los objetivos de estudio (Chávez, 2009). Se entrevistó a un usuario del micro financiamiento colectivo y a un experto en el área de financiamiento de emprendimientos para conocer sus puntos de vista respecto al uso de este mecanismo.

Con el fin de estimar el número de usuarios y el tamaño del mercado del micro financiamiento colectivo en Guayaquil se recurrió al análisis y procesamiento de datos cuantitativos agrupándolos y aplicando porcentajes. Para la presentación de los resultados se utilizaron principalmente tablas.

### **3. RESULTADOS**

Como se puede observar en la Tabla No. 2, durante la entrevista realizada al especialista quien además tiene su propio negocio o emprendimiento de exportación, se pudo establecer que en el país hacen falta nuevos mecanismos de financiamiento dirigidos al sector:

Tabla 2. Resultado de la entrevista a especialista en financiamiento de emprendimiento

<b>Dimensión</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Tipos de créditos disponibles	1.- ¿Considera que el volumen de créditos otorgados a las micro y pequeñas empresas de Guayaquil y los instrumentos utilizados son los adecuados?	1.-En el país hacen falta otros tipos de financiamiento para los emprendedores como fondos no reembolsables.
Cultura colaborativa	2.- ¿Cree que en el país existe una cultura colaborativa que permita el uso de este mecanismo para el financiamiento de emprendimientos?	2.-Existe cultura colaborativa, pero se requiere mayor difusión y que haya confianza en la forma de pago.
Uso y conocimiento del Crowdfunding en el país	3.- ¿Conoce algún proyecto ecuatoriano que se haya financiado por este medio?	3.-Varios, incluso he visto proyectos ecuatorianos publicados en la página de Kickstarter
Internacionalización de Emprendimientos	4.- ¿Qué se puede hacer para que más emprendimientos ecuatorianos logren internacionalizarse?	4.-Ofrecer productos de calidad a precios competitivos para ello se deben firmar acuerdos comerciales con países en donde nuestros productos tengan buena acogida.
Productos de Exportación	5.- ¿Qué tipos de emprendimientos con potencial exportador se deberían apoyar o fomentar desde las políticas públicas?	5.-Tecnológicos y de servicios sin descuidar los agroindustriales
Innovación para exportar	6.- ¿Cómo se podría mejorar el índice de innovación tecnológica en el país?	6.-Se debe fomentar desde la Academia para que en un futuro en el país se creen más productos innovadores.
Incentivos para emprender y exportar	7.- Considera que el acceso a créditos a largo plazo y con bajos intereses contribuiría en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos enfocados a la exportación	7.- Es un incentivo, pero los emprendedores al inicio requieren de fondos no reembolsables
Mercados e incentivos para Exportar	8.- ¿Con que países cree que debería firmar Acuerdos Comerciales el país?	Con USA, Catar y China

Fuente: Elaboración propia

A través de esta entrevista se pudo establecer que el país debe mejorar el índice de innovación para incursionar en nuevos mercados principalmente en el exterior y que los mecanismos de financiamiento que requieren los emprendedores deben ser acordes a su ciclo de vida. En la etapa inicial requieren de fondos no reembolsables, capital semilla o micro financiamiento colectivo.

Tabla 3. Resultado de la entrevista a un usuario del micro financiamiento colectivo

Dimensión	Preguntas	Respuestas
Conocimiento del Crowdfunding	1.- ¿Cómo conoció sobre este mecanismo de financiamiento?	1.- Por medio de mi hermana que vive en USA.
Tipo de crowdfunding	2.- ¿Qué tipo de crowdfunding utilizó? ¿Por qué?	2.- El de donación porque era para extirparme un tumor.
Selección de Plataforma	3.- ¿Qué plataforma utilizó? ¿Por qué?	3.- Gofundme, porque me iba a operar en USA y me ahorra el pago de 2 Impuestos si realizaba la campaña aquí.
Estrategias de comunicación	4.- ¿Qué medios de comunicación utilizó para la campaña? ¿Por qué?	4.- Redes sociales especialmente Facebook y whatsapp
Costo	5.- ¿Cuánto pagó de comisión a la Plataforma de crowdfunding?	5.- 8% de comisión
Difusión y seguimiento de la campaña	6.- ¿A qué cree que se debió el éxito de su campaña?	6.- Prácticamente se viralizó gracias a la difusión en redes de mi familia y amigos
Difusión y uso del crowdfunding	7.- ¿Qué recomendaciones daría a las autoridades locales para la difusión y utilización de este mecanismo de financiamiento en emprendimientos ecuatorianos?	7.- Se debería exonerar del pago del IVA y de salidas de capitales, de esa forma se atraería inversión extranjera, adicionalmente se deben crear leyes que fomenten este tipo de iniciativas

Fuente: elaboración propia

Dado que en el país solo se utilizan las modalidades de donación y recompensa, los proyectos que se han financiado hasta ahora son de tipo cultural y social con fines benéficos y han alcanzado montos máximos de aproximadamente \$14.000. Lo que también podría deberse a la falta de difusión del *crowdfunding*.

En el caso del usuario entrevistado, un joven del grupo milenio, Juan José Moran, Chef y dueño de un restaurante en Guayaquil, logró recaudar \$37.360 de una meta de \$15.000, que era lo que el necesitaba para una cirugía, cabe resaltar que la mayoría de las personas que hicieron donaciones eran ecuatorianos, clientes de su local, por lo que, la plataforma extranjera que el utilizó recibió aproximadamente \$3.000 de comisión en menos de una semana, básicamente con dinero procedente del Ecuador. De ahí que otros emprendedores, considerando la carga impositiva del país y los tipos de sus emprendimientos han apostado por trabajar sus campañas a través de plataformas en el

extranjero en lugar de manejarlo con las 4 empresas que existen en el país, lo que dificulta establecer cuantos proyectos ecuatorianos se han financiado en el exterior.

En cuanto a las ventajas y desventajas del uso de este mecanismo en emprendimientos de comercio exterior, tal como se observa en la Tabla No.4, las ventajas superan a las desventajas no solo en cantidad sino en importancia:

Tabla 4. Ventajas y Desventajas del uso del micro financiamiento colectivo en emprendimientos de comercio exterior

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Forma rápida de dar a conocer y financiar un proyecto.</li> <li>▪ El emprendedor no arriesga su patrimonio ni se sobre endeuda desde el inicio.</li> <li>▪ Permite probar ideas con poca inversión inicial.</li> <li>▪ Permite identificar otros mercados y nuevos segmentos.</li> <li>▪ De tener aceptación recibe pedidos por adelantado</li> <li>▪ El emprendedor puede lanzar una campaña sin contar con instalaciones u oficinas, lo que importa al público es la idea o producto.</li> <li>▪ La campaña puede llegar a viralizarse a través de las redes sociales y de esa forma conseguir más inversionistas o compradores.</li> <li>▪ Si la aceptación es buena podría recaudar más dinero de lo que esperaba.</li> <li>▪ No requiere cumplir con los trámites y requisitos de la banca para obtener un crédito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se requieren conocimientos de marketing de consumo, redes sociales, y mercadeo social.</li> <li>▪ No es apto para personas tímidas o introvertidas ya que quedan expuestas en las redes sociales.</li> <li>▪ Posibilidades de fraude especialmente a los inversionistas.</li> <li>▪ Se lo utiliza principalmente para financiar presupuestos pequeños o medianos (hasta US\$10.000).</li> <li>▪ En promedio, la duración de las campañas es de 30 días.</li> <li>▪ Plagio del proyecto si no se toman las medidas necesarias (registro de marcas y patentes).</li> <li>▪ Debe competir con cientos de proyectos publicados al mismo tiempo y que en algunos casos pueden ser similares.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El uso de las redes sociales para la difusión del proyecto permite que al emprendedor se le abra un mundo de posibilidades, no solo a nivel de financiamiento sino a nivel comercial.

De la investigación documental y el análisis cuantitativo de fuentes secundarias se obtuvo que:

En Ecuador existen 4 plataformas de *crowdfunding*. Sin embargo, debido a la falta de una ley específica que permita la captación de fondos para préstamos e inversión y que asegure las operaciones de los inversionistas y emprendedores, en el país solo se utilizan las modalidades de donación y recompensa, lo que explicaría en parte el reducido tamaño del mercado en Ecuador que apenas alcanzó los USD 204.739 en cuatro años, contados a partir del 2014, fecha en que se comenzó a utilizar este mecanismo de financiamiento en el país (Calle, 2018). En el 2015, América del Sur alcanzó los USD \$85'740.000, lo que determina que Ecuador no llega ni al 0,3% de participación en el mercado regional.

Entre los factores que afectan al desarrollo y sostenibilidad del emprendimiento además de la falta de mecanismos de financiamiento dirigidos al sector se deben señalar a la inseguridad y a la burocracia producto de la corrupción como los de mayor impacto, en comparación con países desarrollados, en el país los emprendedores tardan 4 veces más en el llenado de formularios y trámite de pago de impuestos y 2.8 veces más comparados con algunos países de la región, propiciando la informalidad del sector y permitiendo que malos funcionarios del gobierno vean una oportunidad para solicitar el pago de gratificación o coima a cambio de agilizar el trámite.

Respecto a quienes utilizarían esta herramienta, considerando que la población que más utiliza las redes sociales y por ende cuenta con conexión a internet ya sea a través de un computador o un teléfono inteligente son las personas que pertenecen a la

generación del milenio y en base a un estudio de la firma Goldman, Sachs & Co que determinó que la generación que más colaboraría o le gustaría participar en campañas de micro financiamiento colectivo es dicha generación, Se estima que de los 3'949.430 ecuatorianos que el INEC señala que pertenecen a esa generación, 2'713.258 utiliza internet y de ellos aproximadamente un 47%, es decir 1'275.231 estarían interesados en invertir en proyectos de micro financiamiento colectivo en el país, sin descartar a los emprendedores de otras generaciones, dato que podría corroborarse en una próxima encuesta sobre gustos y preferencias de las diferentes generaciones. Por último, si este grupo donará o invirtiera USD \$50 al año, el tamaño del mercado ecuatoriano alcanzaría los USD \$63'761.550. Para el efecto se requiere fomentar una cultura colaborativa en el país y mayor difusión de este mecanismo a nivel nacional.

En lo que respecta a Guayaquil, se estima que de los 619.858 habitantes que pertenecen a la generación del milenio, un 68,7% utiliza internet, es decir 425.842 personas, de las cuales aproximadamente 47%, 200.146 personas podrían invertir en este nuevo mecanismo, si cada uno de ellos invirtiera tan solo USD \$50 al año, en algún producto o causa que lo motive, el mercado del micro financiamiento colectivo en Guayaquil alcanzaría los USD \$10'007.300 Cabe resaltar que este monto los inversionistas lo podrían destinar a uno, dos o el número de proyectos que desee en base a sus motivaciones personales.

Finalmente para utilizarlo se deben tener en consideración los pasos y tiempos detallados en el diagrama siguiente:

Tabla 5. Diagrama Gantt de Implementación del Crowdfunding

	Pasos	Alcance	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
ANTES DEL LANZAMIENTO	1.- Definir el proyecto y monto a financiar	Realizar el presupuesto del proyecto y de ser posible elaborar un prototipo del producto					
	2.- Elegir una plataforma que sea a fin al proyecto	Especialidad de la plataforma (culturales, tecnológicos, etc.)					
	3.- Diseñar la campaña	a.-Definir la fecha de inicio y cierre b.-Fijar las recompensas c.-Definir estrategias de comunicación d.- Elaborar material audio visual (video, imágenes, etc.) e.- Definir la forma de pago (Pay Pal, depósito en cuenta) f.- Reservar dominio y nombre en redes					
DURANTE LA CAMPAÑA	4.- Preparación y Campaña	a.- Presentar la campaña a medios de comunicación b.- Elaborar listas de correos de colegas, familiares y amigos para enviar mensajes c.- Realizar publicaciones en redes sociales d.-Realizar mejoras en base a la retroalimentación recibida e.- Realizar y configurar el envío de mensajes diarios en Facebook f.- Responder todas las preguntas de las personas interesadas					
POST CAMPAÑA	5.- Retroalimentación a inversionistas y Logística de recompensas	a.- Mantener informados a los inversionistas de los avances del proyecto b.- Coordinar la entrega de las recompensas ofrecidas a cambio de su contribución					

Fuente: Elaboración propia

#### 4. CONCLUSIONES

Los principales factores socio económicos que afectan el financiamiento de los emprendimientos son; la falta de mecanismos financieros acordes al ciclo de vida del negocio, la inseguridad y la burocracia que propician la informalidad del sector, la que no les permite acceder a los créditos disponibles actualmente debido a la falta de bancarización y registros contables. En la etapa inicial los emprendedores requieren de fondos no reembolsables que en parte podrían obtenerse por medio del micro financiamiento colectivo.

El país debe mejorar el índice de innovación y la calidad de sus productos para incursionar en nuevos mercados en el exterior. El *crowdfunding* no solo permite financiar proyectos sino que se convierte en una ventana al exterior para validar y promocionar productos y servicios por medio del uso de herramientas tecnológicas disponibles para millones de internautas.

Existe un potencial de inversión de emprendimientos a través del uso del micro financiamiento colectivo en Guayaquil y en el país dado por el espíritu de colaboración y la edad de los habitantes que no se está aprovechado debido a la falta de una regulación específica y a la falta de difusión de este mecanismo. Por tanto, se requiere una regulación específica del sector que entre otros exonere de impuestos a las pequeñas aportaciones dirigidas a los emprendedores y garantice las operaciones de los inversionistas.

Entre las principales ventajas del uso de este mecanismo se pueden mencionar el contacto con inversionistas locales y extranjeros y la preventa de los productos a comercializar con una mínima inversión inicial sin necesidad de intermediarios o brókeres comerciales. En cuanto a las desventajas se podría decir que los proyectos que demandan grandes inversiones con retorno del capital a largo plazo no resultan

atractivos para los inversionistas, aunque existiría la posibilidad de manejarlo con un *crowdfunding* de acciones que desafortunadamente en el Ecuador no es permitido.

## 5. RECOMENDACIONES

Dado que en el país solo las entidades que forman parte del sistema financiero nacional están autorizadas a realizar operaciones de captar divisas y realizar préstamos, sería oportuno que ellos brindaran este servicio a los clientes que a pesar de tener un buen record y un excelente proyecto en mano con potencial de exportación les falte alguna garantía y no pueden acceder a un crédito en la banca. La institución serviría de nexo entre los inversionistas y los emprendedores, garantizando que los fondos sean invertidos en el proyecto con fines de exportación aprobado.

Algunas plataformas o empresas de *crowdfunding* brindan servicios para el diseño de la campaña, pero lo más importante a la hora de utilizar este mecanismo es crear redes de apoyo, tener claro el objetivo, cumplir a tiempo con lo ofrecido y la comunicación permanente con las personas interesadas en invertir o comprar.

Con el fin de impulsar las ventas al exterior de los productos ecuatorianos, Procuador o la Corpei podrían realizar una campaña de *crowdfunding* en una plataforma extranjera para recaudar fondos para una asociación o grupo de productores con potencial de exportación, lo que serviría no solo para financiar la operación sino además para medir la aceptación de los productos ecuatorianos a nivel internacional, tal como Chile lo llevó a cabo con algunos productos a través de las oficinas de ProChile.

Para finalizar, así como se fomenta el emprendimiento en los colegios se debería promover la innovación, el cooperativismo y la internacionalización de los productos ecuatorianos, con el fin no solo de que los emprendimientos perduren en el tiempo sino

que a través de estos lleguen más divisas al país que permitan equilibrar las finanzas y mejorar los ingresos de todos los ecuatorianos.

## **Bibliografía**

- Acconcia, V. (2015). Guía básica del crowdfunding (1ª. ed). Barcelona, España: [s.n.]  
<http://vanacco.com/guia-usar-tipo-crowdfunding/>
- Aldrich, H. (Abril de 2014). ¿La democratización del emprendimiento? Hackers, Makerspaces, and Crowdfunding. Conferencia llevada a cabo en la Reunión anual de la Academia de Administración, en Filadelfia, PA, EE. UU. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/268520673\\_The\\_Democratization\\_of\\_Entrepreneurship\\_Hackers\\_Makerspaces\\_and\\_Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/268520673_The_Democratization_of_Entrepreneurship_Hackers_Makerspaces_and_Crowdfunding)
- Ávila, H. (2006). Introducción a la Metodología de la Investigación. Recuperado de [www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm)
- Ávila, M. (2018). Especial Innovación, Como está Ecuador cuando hablamos de innovación. Revista Ekos. Recuperado de <http://revista.ekosnegocios.com/publication/207feb63/mobile/>
- Bruntje, D. y Gadja, O. (2015). Crowdfunding in Europe. State of the Art in Theory and Practice. Recuperado de <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>
- Calle, Ch. (2018). Análisis comparativo entre los factores que influyen en el nivel de éxito o fracaso del crowdfunding a nivel mundial y su situación en el Ecuador (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8004>
- Chávez, E. (2009). Manual Metodológico para la recolección de información. Cuadernos de Investigación y Formación en Educación Matemática. Escuela de Matemática de la Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/cifem/article/view/6916/6602>
- Crowdexpert (2018). Crowdfunding industry statistics 2015 2016. Recuperado de <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

- Escandón, D., & Hurtado, A. (2014). Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 430-440. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.05.002>
- García, H. (2003). La Imagen Pública como resultado de la mercadotecnia política. Creación de un Modelo (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas. Puebla, México. Recuperado de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/garcia\\_l\\_h/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/garcia_l_h/)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Recuperado de [https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- InfoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington DC, Banco Mundial (2013). Crowdfunding's Potential for the Developing World. Recuperado de [https://www.infodev.org/infodev-files/wb\\_crowdfundingreport-v12.pdf](https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf)
- INEC (2010). Proyección por edades Provincias 2010-2020 y Nacional. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC (2015). Empresas y TICS: Módulo de TIC de las Encuestas de Manufactura y Minería, Comercio Interno y Servicios. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2015/2015\\_TICEMPRESAS\\_PRESENTACION.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2015/2015_TICEMPRESAS_PRESENTACION.pdf)
- INEC (2017). Tecnología de la Información y comunicación, ENEMDU – TIC 2017. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana X. y Samaniego, A. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: Offset Abad.

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana X. y Samaniego, A. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: Offset Abad.

OCDE/CEPAL/CAF (2016), *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*, OECD Publishing, Paris. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

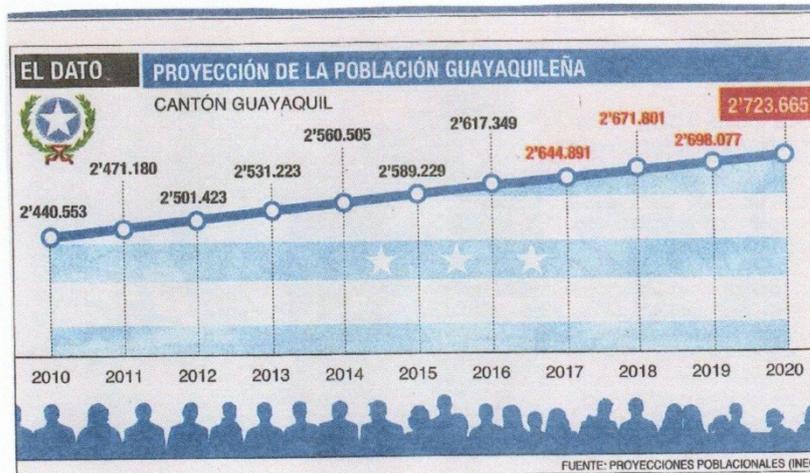
Pavón, I. (2016). *Financiamiento para el desarrollo. Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador y México*. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40848/1/S1601083\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40848/1/S1601083_es.pdf)

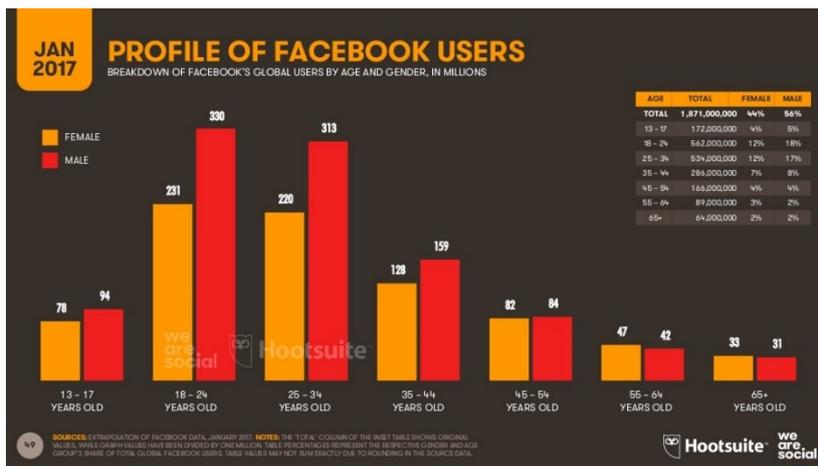
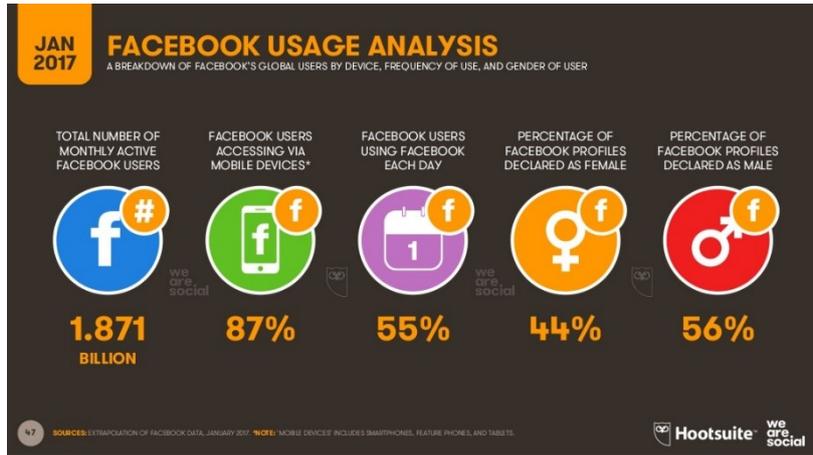
Pérez, A. (2013). *Curso ESIC de Emprendimiento y Gestión Empresarial: Fuentes de Financiamiento*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL

PerúRetail. (2014). Ecuador desciende del ranking de países para hacer negocios. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/ecuador-desciende-ranking-paises-hacer-negocios/>

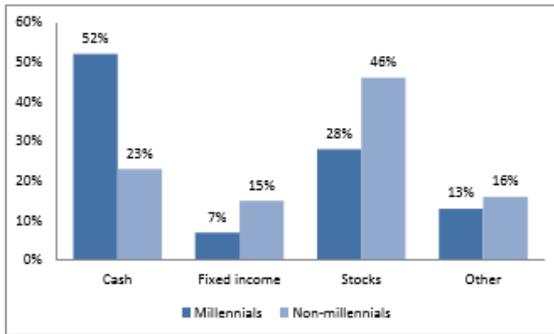
Terry, H.; Schwartz, D. & Sun, T. (2015). *The Future of Finance Part 3. The Socialization of Finance* [La Socialización de las Finanzas], 15-16. Recuperado de [www.planet-fintech.com/file/167061/](http://www.planet-fintech.com/file/167061/)

Yijun, Q. (2018). *Crowdfunding industry in China* (Tesis de Maestría, Politécnico di Milano, Milán, Italia). Recuperado de [https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/141420/1/crowdfunding%20industry%20in%20China\\_Qi%20Yijun.pdf](https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/141420/1/crowdfunding%20industry%20in%20China_Qi%20Yijun.pdf)



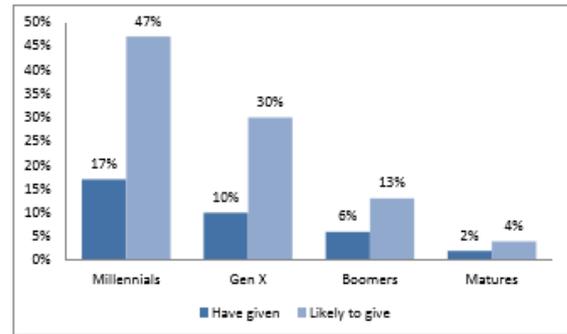


**Exhibit 15: Millennials are less invested in stocks...**  
 Approximate overall asset allocation; other includes alternative investments, real estate, commodities, etc.



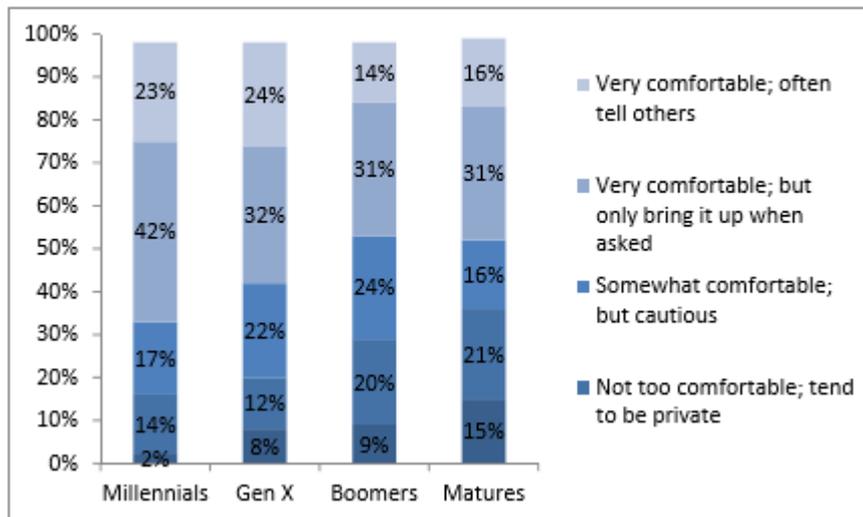
Source: Gallup

**Exhibit 16: ...And more likely to participate in crowdfunding**  
 % of respondents who have given or are likely to give via crowdfunding in the next 12 months



Source: Blackbaud

**Exhibit 18: Word of mouth**  
 % of respondents with various levels of comfort with word of mouth



GRUPOS DE EDAD	P R O V I N C I A S													
	TOTAL PAIS	AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBORAZO	ELORO	ESMERALDAS	GUAYAS	IMBABURA	LOJA	LOS RÍOS	MANABÍ
<b>TOTALES</b>	<b>17.023.408</b>	<b>853.070</b>	<b>206.771</b>	<b>272.236</b>	<b>184.136</b>	<b>476.428</b>	<b>515.417</b>	<b>698.545</b>	<b>626.626</b>	<b>4.267.893</b>	<b>463.957</b>	<b>511.184</b>	<b>899.632</b>	<b>1.537.090</b>
< 1 año	332.505	15.850	4.387	5.566	3.280	10.408	9.970	12.597	14.568	79.706	9.027	10.031	18.982	29.177
1 - 4	1.333.643	63.763	18.873	23.065	13.376	41.743	40.398	50.686	59.107	318.782	35.853	40.073	75.617	118.381
5 - 9	1.686.099	80.205	24.872	29.372	17.349	52.571	52.501	65.640	75.615	403.448	45.097	50.437	95.529	153.672
10 - 14	1.667.361	78.676	23.171	28.140	17.738	50.747	52.576	66.766	72.990	401.399	46.506	50.910	94.818	156.193
15 - 19	1.588.668	78.490	20.551	26.757	17.090	46.699	50.155	64.609	65.024	385.153	45.426	49.682	88.357	150.589
20 - 24	1.475.955	79.208	16.822	25.344	15.143	41.534	46.235	60.055	54.232	363.171	41.100	45.534	78.095	134.261
25 - 29	1.354.586	76.096	13.765	22.929	13.654	36.554	40.746	55.621	45.883	339.054	36.372	39.721	68.314	116.295
30 - 34	1.249.445	67.934	12.012	19.390	13.009	32.621	35.213	52.508	41.130	319.645	32.741	34.630	61.934	105.311
35 - 39	1.148.564	57.941	10.936	15.869	12.298	29.141	30.687	48.990	37.259	301.552	29.565	30.518	57.725	98.434
40 - 44	1.029.261	48.667	10.053	13.272	11.368	25.582	27.020	44.234	32.633	275.324	26.468	26.781	52.974	91.505
45 - 49	906.723	41.674	9.325	11.632	10.427	22.176	24.220	39.324	28.413	244.040	23.831	23.982	47.262	83.349
50 - 54	794.899	36.673	8.592	10.447	9.172	19.181	21.934	34.539	24.937	214.538	21.181	22.086	41.022	73.529
55 - 59	679.880	31.955	7.666	9.288	7.596	16.458	19.628	29.298	21.477	183.941	17.978	20.132	34.385	62.603
60 - 64	554.533	26.858	6.618	8.047	6.148	13.900	17.263	23.619	17.560	148.254	14.760	17.648	27.558	51.401
65 - 69	432.109	22.004	5.768	6.948	5.136	11.737	14.940	18.171	13.492	110.827	12.213	15.012	21.092	40.152
70 - 74	322.359	17.604	5.051	5.951	4.312	9.774	12.419	13.291	9.809	77.056	9.985	12.442	15.332	29.308
75 - 79	223.937	13.148	3.951	4.644	3.310	7.467	9.355	9.000	6.522	49.727	7.478	9.656	10.290	20.108
80 y más	242.881	16.324	4.358	5.575	3.730	8.135	10.157	9.597	5.975	52.276	8.376	11.909	10.346	22.822

Tests - Pérez Miguel, S... active user of key glob... Educación online para... Kickstarter: most fun... Pebble: E-Paper Watch... traductor - Buscar con...

https://www.kickstarter.com/projects/getpebble/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=nav\_search&result=project&term=pebble%20watch

## Pebble: E-Paper Watch for iPhone and Android



Pebble is a customizable watch. Download new watchfaces, use sports and fitness apps, get notifications from your phone.

[Buy Now](#)

Creado por  
Pebble Technology

68.929 patrocinadores contribuyeron 10.266.845 \$ para que este proyecto se pudiera realizar.

Windows taskbar: 16:38, 25/1/2019

Tests - Pérez Miguel, S... active user of key glob... Educación online para... The Micro: The First Tr... Kickstarter: most fun... traductor - Buscar con...

https://www.kickstarter.com/projects/m3d/the-micro-the-first-truly-consumer-3d-printer?ref=discovery&term=3d%20consumer%20printer

## The Micro: The First Truly Consumer 3D Printer



The first truly consumer 3D printer should be incredibly intuitive, easy to own, and seamless by design.

[In Stock. Buy Now!](#)

Creado por  
M3D LLC

11.855 patrocinadores contribuyeron 3.401.361 \$ para que este proyecto se pudiera realizar.

Windows taskbar: 17:02, 25/1/2019

13728 (1).pdf traductor - Bing XE: Convertir CNY/USD, Yui The NOMATIC Travel Bag | Marmara Sterling | Fund... ENGLISH EESTI REGISTER LOG IN

https://fundwise.me/en/pitch/marmarasterling

## MARMARA STERLING

Estonia Art, Design and Fashion Closes Oct 24, 2017 23:59 Share project

Eesti suurim ehtebrand jätkab agressiivset laienemist Euroopas! Viimase kuu kasv 25%

99 250 € (199%)  
of 50 000 - 200 000 € goal funded

12.50 % of total equity offered  
250 € minimum investment

[INVEST](#)



Windows taskbar: 13:01, 26/1/2019

## **Guía de entrevista a experto**

### **Objetivo:**

Conocer la opinión de expertos en el área de financiamiento de emprendimientos respecto al uso del micro financiamiento colectivo como mecanismo de financiamiento de emprendimientos con miras a exportar.

**Entrevistado:** Docente de la Escuela Politécnica del Litoral

**Características de la entrevista:** Aproximadamente 30 minutos de duración

### **Introducción**

La entrevista se realizó con el fin de reforzar los conceptos y enunciados del trabajo de titulación de la entrevistadora, dado que existen pocos textos que analicen la internacionalización de emprendimientos que hayan utilizado el micro financiamiento colectivo para financiar sus proyectos.

### **Preguntas:**

1. ¿Considera usted que el volumen de créditos otorgados a las micro y pequeñas empresas de Guayaquil y los instrumentos utilizados son los adecuados?
2. Considerando que el micro financiamiento colectivo se basa en el principio de colaboración ¿Cree que en el país existe una cultura colaborativa que permita el uso de este mecanismo para el financiamiento de emprendimientos?
3. ¿Conoce algún proyecto ecuatoriano que se haya financiado por este medio?
4. ¿Qué se puede hacer para que más emprendimientos ecuatorianos logren internacionalizarse? (De acuerdo con el informe GEM Ecuador 2017 de la

Escuela de Negocios de la ESPOL, en Colombia, el 21% de los emprendedores tienen clientes en el exterior mientras que en Ecuador apenas un 7% de los emprendedores logran internacionalizar sus productos).

5. ¿Qué tipos de emprendimientos con potencial exportador se deberían apoyar o fomentar desde las políticas públicas? ¿Con qué incentivos?
6. ¿Cómo se podría mejorar el índice de innovación tecnológica en el país, considerando que esto permitiría incrementar la internacionalización de los emprendimientos?
7. ¿Considera que el acceso a créditos a largo plazo y con bajos intereses junto con otros incentivos permitiría producir a bajo costo y contribuir significativamente en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos enfocados a la exportación?
8. ¿Con qué países cree que debería firmar Acuerdos Comerciales el Ecuador y en qué medida considera que estos acuerdos contribuirían con la internacionalización de los emprendimientos ecuatorianos?

¡Gracias!



## **Guía de entrevista a un usuario**

### **Objetivo:**

Conocer la experiencia de una persona que realizó una campaña de micro financiamiento colectivo en el país a fin de conocer la acogida, los recursos y estrategias empleadas.

**Entrevistado:** Chef de un local del Mercado del Río

**Características de la entrevista:** Aproximadamente 30 minutos de duración

### **Introducción**

La entrevista se realizó con el fin de conocer detalles y estrategias de una campaña exitosa para con base en esa información elaborar una guía que sirva a futuros emprendedores que no cuenten con un crédito y requieran financiar algún proyecto.

### **Preguntas:**

1. ¿Cómo conoció sobre este mecanismo de financiamiento?
2. ¿Qué tipo de crowdfunding utilizó? ¿por qué?
3. ¿Qué plataforma utilizó? ¿por qué?
4. ¿Qué medios de comunicación utilizó para la campaña? ¿por qué?
5. ¿Cuánto pagó de comisión a la Plataforma de crowdfunding?
6. ¿A qué cree que se debió el éxito de su campaña?
7. ¿Qué recomendaciones daría a las autoridades locales para la difusión y utilización de este mecanismo de financiamiento en emprendimientos ecuatorianos?

¡Gracias!

Universidad Tecnológica Empi... Tarea... Hotmail, Outlook, Skype y mu... Campaña de Alexandra Morán... ¿Cuáles son los canales de col... +

← → ↻ https://www.gofundme.com/JuanJoMoran ☆ ⚙

gofundme | Buscar | Iniciar una campaña | Compartir | Tweet | Donar | ☰



456

**37.360 \$** del objetivo de 15.000 \$

Recaudados de 427 personas en 23 meses

[Donar ahora](#)

[Compartir en Facebook](#)

Fecha de creación: 1 de marzo de 2017

 Alexandra Morán Silva ✓  
Salud  
MIAMI, FL

**Donativos recientes** ▾

 **100 \$**  
Anónimo  
Hace 20 meses

Operacion Tumor Juanjo Morán

Windows taskbar: Search, File Explorer, Mail, Chrome, Word, System tray: ESP, 18:09, LAA, 22/1/2019