



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN:

**Propuesta para la creación de una
Plataforma de *Crowdfunding* en la Universidad Católica de
Santiago de Guayaquil**

Previa a la obtención del Grado Académico de
Magíster en Finanzas y Economía Empresarial

ELABORADO POR:

Econ. Mauro Rafael Andrade Merrill

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

Ing. Franklin Javier González Soriano, Mgs

Guayaquil, a los 10 días del mes de junio del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Economista Mauro Rafael Andrade Merrill, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Finanzas y Economía Empresarial**.

Guayaquil, a los 10 días del mes de junio del año 2020

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Franklin Javier González Soriano, Mgs

REVISORES:

Econ. Carlos Martínez Murillo, Mgs

Econ. Juan Vera López, Mgs

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. Teresa Alcívar Avilés, Ph.D



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Mauro Rafael Andrade Merrill**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una Plataforma de Crowdfunding en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Magíster en Finanzas y Economía Empresarial**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 10 días del mes de junio del año 2020

EL AUTOR:



Mauro Rafael Andrade Merrill



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Mauro Rafael Andrade Merrill**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una Plataforma de Crowdfunding en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 10 días del mes de junio del año 2020

EL AUTOR:



Mauro Rafael Andrade Merrill

INFORME DE URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, a document titled 'TRABAJO DE TITULACION DE Mauro Rafael Andrade Herfeli' is shown with a presentation date of 2020-05-20 17:39 +05:00. It was presented by Teresa Alcivar Aviles and received by maria.alcivar10. A progress indicator shows 4% completion. On the right, a 'Lista de fuentes' (List of sources) is visible, containing several entries with file names and links. Below the interface, the document content is partially visible, including a certification statement and a declaration of responsibility.

Documento: TRABAJO DE TITULACION DE Mauro Rafael Andrade Herfeli (073175125)

Presentado: 2020-05-20 17:39 +05:00

Presentado por: Teresa Alcivar Aviles (maria.alcivar10@uca.uy) (ca.uy) (ca.uy)

Recibido: maria.alcivar10.ucg@analysis.arkund.com

4% de estas 30 paginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lista de fuentes: Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Andrade Mauro - Ensayo Convocatoria 2020.docx
	TRABAJO DE TITULACION DE MAURO RAFAEL ANDRADE HERFELI.pdf
	Trabajo Titulacion LGL versión para URKUND.docx
	https://docplayer.es/31819483-Facultad-de-especialidades-empresariales-carrera-de-comer-
	Trabajo Correa y Jarama avator.docx

Guayaquil, a los 5 días del mes de mayo del año 2020

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Economista Mauro Rafael Andrade Herfeli, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial. Guayaquil, a los 5 días del mes de mayo del año 2020 **DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION**

Ing. Franklin Javier González Soriano, Mgr. REVISORES: _____ Econ. Carlos Martínez Muñoz, Mgr. _____ Econ. Juan Vera López, Mgr. **DIRECTOR DEL PROGRAMA** _____ Econ. Teresa Alcivar Aviles, Ph.D.

SISTEMA DE POSGRADO DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Mauro Rafael Andrade Herfeli

DECLARO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por esta meta alcanzada.

A toda mi familia por siempre darme ánimos para seguir en los momentos más duros.

A mis amigos y compañeros de clase por su aporte anónimo a este trabajo.

A mis profesores, a Franklin, mi tutor y a todos quienes conforman el equipo administrativo de esta Maestría. Sin duda alguna, son los responsables directos de haber podido disfrutarla tanto.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Mariella, mi bella esposa y a Vanessa y Melissa, nuestras maravillosas hijas.

Hacen que la vida sea un viaje interesante.

Hasta el infinito....

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	2
Capítulo I: El problema	4
Capítulo II: Marco Teórico	4
Capítulo III: Metodología	4
Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados.....	4
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	5
CAPÍTULO I.....	6
Generalidades de la investigación	6
Antecedentes del problema	6
Planteamiento del problema.....	8
Delimitación de la Investigación	9
Formulación del Problema	10
Pregunta general	10
Sub-Preguntas.....	10
Hipótesis	11
Objetivos de la Investigación.....	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos.....	11
CAPÍTULO II.....	12
Marco teórico.....	12
Concepto de <i>Crowdfunding</i>	12
Antecedentes	13
Tipos de Financiamiento Vía <i>Crowdfunding</i>	15
Principales Plataformas de <i>Crowdfunding</i>	15
Datos Estadísticos Relevantes.....	19
Estructura, funcionamiento y sujetos participantes.....	20
Modelos Jurídicos para el <i>Crowdfunding</i>	22
Situación actual del <i>Crowdfunding</i> en Guayaquil.....	25
Fundación UCSG	26
CAPÍTULO III.....	28
Metodología.....	28

Marco Metodológico	28
Tipo de Investigación	28
Diseño de la Investigación	29
Matriz Metodológica para Objetivos de la Investigación.....	29
Población y Muestra.....	30
Instrumentos de Recolección de Datos	32
Instrumento de Validación de la propuesta.....	32
CAPÍTULO IV	34
Análisis e interpretación de resultados.....	34
Organización de Resultados	34
Cuadros y Gráficos.....	35
Entrevista.....	42
Entrevistas en profundidad	44
Análisis	45
CAPÍTULO V	46
La propuesta.....	46
Justificación	46
Importancia	46
Ubicación Sectorial y Física	47
Descripción de la Propuesta.....	47
Revisiones periódicas	51
Evaluación de la propuesta.....	52
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS	1

RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en proponer una alternativa innovadora y orientada a brindar acceso a capital financiero, a través de una plataforma de *Crowdfunding*, respaldada totalmente por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para impulsar los proyectos de graduación de los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales.

Esta propuesta busca que los estudiantes de la Facultad logren conseguir los recursos necesarios para superar el principal obstáculo que impide que sus proyectos de grado se conviertan en una realidad de largo plazo: la falta de financiamiento. La gran mayoría de los estudiantes de esta Facultad, desarrollarían sus tesis de grado sobre el emprendimiento de un negocio propio si esta figura que se propone, estuviera disponible para ellos.

Clasificación JEL: A13, A22, G21, G32, L25, L26, L31, O22

Palabras clave: *Crowdfunding*, fuentes de financiamiento, emprendimiento, negocio, Universidad, financiamiento de proyectos

ABSTRACT

This project focuses on propose an innovative funding alternative, through a Crowdfunding platform, totally backed up by the UCSG, oriented to provide an access to financial capital to impulse the Faculty of Business Specialties students' graduation thesis.

The purpose of this work is that, through this new funding source, the Faculty students could manage to overcome the lack of funding, the main obstacle for their graduation projects to become a long-term reality. Most of the Faculty's students would develop their thesis about the entrepreneurship of their own business if they could have access to the financial figure proposed in this thesis.

JEL Codes: A13, A22, G21, G32, L25, L26, L31, O22

Key words: Crowdfunding, funding source, entrepreneurship, business, University, projects funding

INTRODUCCIÓN

La importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías modernas ha sido objeto de cuantiosos estudios de investigación y comentarios en medios de prensa en los últimos años. Especialmente se destaca la fuerte incidencia que tienen en la provisión de fuentes de trabajo; pero, sobre todo, en la falta de financiamiento para emprender estas empresas.

Sin duda alguna el dinamismo de los emprendedores es primordial para el desarrollo económico de un país. Un emprendedor crea empresas, proponiendo nuevos productos, servicios, procesos, o modelos de negocio. Aunque muchas de éstas son propuestas exitosas, que son aceptadas por el mercado, y que eventualmente crecen y se desarrollan hasta alcanzar su etapa de madurez y estabilidad; hay otras que no logran sobrevivir, por falta de financiamiento (Paz, 2019).

Como consecuencia de lo anterior, se puede exponer que en el ámbito nacional, una de las primeras opciones que evalúa un empresario para la obtención de financiamiento es conseguirlo de la manera tradicional; es decir, a través de un crédito del sistema financiero, donde los niveles de garantías reales exigidos, los requisitos de información y las altas tasas de interés vigentes, desalientan o impiden que el dueño del proyecto acceda a ese recurso necesario para llevar a la práctica el desarrollo de su idea (Delgado & Chávez, 2018).

Si se toma el caso de un estudiante que se encuentra próximo a graduarse, se torna una misión casi imposible el acceder a recursos de las Instituciones Financieras, puesto que, en ese instante de su vida, usualmente, solo posee un prometedor proyecto, sin contar con bienes que pudieran convertirse en una garantía real, sin mayor experiencia laboral y sin tener ingresos económicos propios suficientes. En esta situación se encuentran representados a aquellos individuos que tienen ideas

productivas e innovadoras, pero que no tienen suficientes medios económicos para financiarlas.

En la otra cara de la moneda, existen personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, residentes en el país o no, que por cualquier motivo tienen dinero que quieren invertir y están en una permanente búsqueda de oportunidades que les generen algún retorno que les resulte atractivo, sea este financiero o no (Ferraro & Stumpo, 2010). Aquí están representados a aquellos individuos que tienen recursos para invertir y están dispuestos a hacerlo en proyectos que satisfagan sus condiciones de financiamiento.

De esta manera, se procede a analizar una de las aristas de esta tesis: el estudiante, próximo a graduarse, que empieza a desarrollar una idea para exponerla en su tesis de grado profesional, quien se esfuerza por realizar un trabajo de gran calidad pero, en muchos casos, su objetivo único y final es la obtención de una calificación que le permita convertirse en un profesional titulado, ya que al no contar con una real posibilidad de llevar a cabo su proyecto, desde su propio origen lleva la condena de no tornarse real y todo influenciado por la limitación mental de que es casi imposible conseguir el financiamiento necesario.

La segunda arista de este análisis, corresponde a los donantes inversores, quienes, a pesar de mantener una continua demanda de proyectos de su interés, no tienen forma de acceder a la información generada en las aulas de las instituciones de educación superior. Todos los proyectos que surgen en las diferentes tesis de grado, son invisibles para ellos y, en lógica consecuencia, no los financian nunca y terminan llevando su dinero al Sistema Financiero o a otras actividades alternativas.

Por lo expuesto hasta ahora, se cuenta con la siguiente distribución para la elaboración de este trabajo:

Capítulo I: El problema

A menudo, los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) no logran convertir en realidad los proyectos que presentan en su trabajo de titulación por la limitación de accesos a recursos que los financien. Los bancos, la principal fuente de financiamiento disponible, les presentan requerimientos incumplibles y altos costos que impiden que estos proyectos encuentren con un financiamiento adecuado y conveniente.

Capítulo II: Marco Teórico

El *Crowdfunding* es un sistema que sirve de punto de encuentro entre donantes, inversores y emprendedores. Los inversores que participan lo hacen a cambio de alguna recompensa que recibirían una vez llevado a cabo el proyecto; sin embargo, en ocasiones las donaciones son filántropas, especialmente cuando el resultado del proyecto consiste en un beneficio común para la sociedad.

Capítulo III: Metodología

Para la obtención de los datos necesarios para la elaboración de esta tesis, se utilizaron diferentes métodos de investigación tales como los descritos a continuación: Documental, Histórica y Explicativa. Además, se aplicaron encuestas que permitirán obtener un análisis real, con el beneficio de la creación de una plataforma de *Crowdfunding* para la UCSG.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se presentan los gráficos estadísticos de la encuesta realizada a los graduados de la UCSG a quienes va dirigida esta investigación, así como también las respuestas a la entrevista realizada a la Coordinadora Financiera de la Facultad de Especialidades Empresariales (FEE).

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Con base a los resultados de las encuestas y a la información recibida a través de las entrevistas se presentan las conclusiones de este proyecto y que permiten sustentar el desarrollo de la propuesta.

Con el presente trabajo investigativo se pretende proporcionar a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, una alternativa para el financiamiento de proyectos de grado, a través de la creación de una Plataforma de *Crowdfunding*. Este proyecto será el inicio de muchos otros que pueden ser planteados y elaborados por las/los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG.

CAPÍTULO I

Generalidades de la investigación

Antecedentes del problema

Los programas diseñados para apoyar a las pequeñas y medianas empresas, en lo que se refiere a innovación, creación de empleo y financiamiento deben responder a políticas de largo plazo. Además, las decisiones de regulación deben tomarse informada y cuidadosamente, ya que los intereses de los propietarios de las pequeñas empresas no siempre coinciden con los intereses de la sociedad. Un aspecto pródigamente discutido en cuanto a decisiones de política en el contexto de las pequeñas y medianas empresas es el financiamiento de éstas. Por ejemplo, en Inglaterra la discusión se remonta a 1931. En la Argentina, la Ley 24.467 del año 1951 tiene como objeto promover el desarrollo de estas empresas, y declara como primer instrumento de promoción el apoyo financiero mediante bonificación de tasas (Briozzoa, Vigier, Castillo, Pesce, & Speroni, 2016).

En la mayoría de los países de América Latina, las pequeñas y medianas empresas tienen un menor acceso al crédito bancario que las grandes empresas. Para los diferentes tipos de empresa, Argentina se encuentra siempre entre los cuatro países que presentan el peor desempeño en esta variable, lo cual puede significar una desventaja importante para las empresas del país (Cohen & Baralla, 2012).

En los últimos años, hablar de emprendimiento es un tema común a nivel mundial por su influencia en el aumento de empleos y en el desarrollo económico de los países. Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), índice que evalúa el nivel de emprendimiento de las naciones a nivel mundial, Ecuador es el país con el mayor número de emprendimientos creados en América Latina; y aunque se han establecido medidas de política pública, el país no cumple con todos los requisitos para generar un ecosistema dinámico y sostenible de emprendimiento (Zamora, 2017).

Según el GEM, Ecuador pertenece a un grupo de países integrado por Colombia, Perú y Chile, que en el último lustro ha dado muestra del crecimiento de esta dinámica empresarial, en donde factores externos e internos, como el entorno y las actitudes respectivamente, determinan el grado de emprendimiento y por ende de emprendedores. Según la Revista Líderes en la edición del 21 de mayo de 2015, el Ecuador se ha ubicado en la cúspide de la lista de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA). En el 2012 fue del 26,6%; en el 2013 del 36%; con una ligera disminución en el 2014 con el 32,6%. Luego, siguen Perú, Bolivia y Chile, respectivamente. En el año 2015, la TEA fue de 33.6% teniendo una leve disminución nuevamente en el 2016 del 31,8% (Jaime, 2017).

Como resultado de todo lo expuesto previamente, el ámbito académico no hizo caso omiso a esta realidad y vio la necesidad de desarrollar carreras universitarias orientadas a contribuir en el mejoramiento de la competitividad de los diversos empresarios. Tal es el caso de la institución de educación superior, objeto de este estudio, que el 2 de junio del 2003, en la Sesión del Consejo Universitario de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), se aprobó la creación de la "Facultad de Especialidades Empresariales".

El nacimiento de esta Facultad tiene como antecedente tanto el posicionamiento de tradición y prestigio a nivel nacional de la UCSG, como la necesidad de responder, desde su sistema educativo, a ramas específicas del entorno empresarial que permitan la formación de profesionales en nuevos ámbitos, con perfiles de características específicas y competencias puntuales para la toma de decisiones, aplicación de soluciones en los negocios y en el emprendimiento empresarial. (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2019).

Sin embargo, todo este desarrollo académico necesita dar otro paso hacia adelante para que sus estudiantes se motiven realmente a encaminar sus estudios y sus esfuerzos hacia las iniciativas de innovación empresarial: brindarles una herramienta para conseguir el financiamiento que requieren sus proyectos de grado para volverse realidad.

Planteamiento del problema

En el capítulo IV de esta tesis se presentan los resultados de la encuesta realizada vía telefónica a una muestra de 225 estudiantes de una población total de 540 graduados en los años 2017 y 2018 de las diferentes carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales (Emprendimiento, Mercadotecnia, Turismo, Comercio Electrónico, Comercio y Finanzas, Comercio y Ventas), según los cuales el 46% manifestó que su proyecto de tesis de grado estuvo orientado a un emprendimiento; sin embargo, el 63% de los cuales, no pudieron convertir su proyecto en realidad. De este grupo, el 40% indicó que no lo desarrollaron porque no contaban con una alternativa conveniente para financiar su proyecto.

Como resultado de esta encuesta, se puede aseverar que uno de los principales obstáculos o frenos al valiente espíritu empresarial, es el limitado acceso a una fuente de financiación conveniente para convertir en realidad una idea surgida, muchas veces, en un aula universitaria. De los encuestados, el 91% manifestó que de haber contado con financiamiento, hubiera concentrado sus esfuerzos en hacer realidad su proyecto de tesis.

En demasiadas ocasiones, los proyectos desarrollados y presentados por los estudiantes para la obtención de su grado profesional, que satisfacen las dudas y consultas de tutores y comités evaluadores y que obtienen merecidas calificaciones

aprobatorias, terminan muy bien archivados en estantes, físicos y virtuales, en los que no volverán a ser consultados.

Estos proyectos tienen todas las características necesarias para convertirse en una realidad exitosa, ya que exponen una idea totalmente realizable, pero están condenados al olvido, debido a un detalle no menor: no tienen financiación. Tal es el caso de que, según la encuesta realizada, el 89% de quienes no realizaron su tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio, aseguran que, de haber contado con el financiamiento adecuado, sí lo hubiera hecho.

Proponer alternativas innovadoras de financiamiento que cuenten con el respaldo total de la UCSG y que estén plenamente integradas a su parte académica, impulsa el desarrollo individual de sus estudiantes, eleva los estándares de calidad de los trabajos de grado, tiene el potencial de reactivar la economía nacional desde la microempresa, tiene el gran desafío de demostrar que esta propuesta puede ser implementada en otras Instituciones de Educación Superior en el país y reduce la dependencia de obtener financiamiento a través de los canales tradicionales en el sistema bancario nacional e internacional.

Delimitación de la Investigación

Campo: Finanzas

Área: Fuentes de financiamiento

Aspecto: Financiero.

Tema: Propuesta para la creación de una plataforma de *Crowdfunding* en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Problema: Los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG que no logran convertir en realidad los proyectos que presentan en su trabajo de titulación, en la mayoría de los casos, se debe a la limitación de accesos a

recursos que los financien. Los bancos, la principal fuente de financiamiento disponible, les presentan requerimientos incumplibles que impiden que estos proyectos se materialicen.

Delimitación espacial: Estudiantes próximos a graduarse de la UCSG.

Delimitación eventual: 2019

Esta tesis tiene como objetivo desarrollar una propuesta de una figura alternativa para la financiación, a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, para lograr convertir en realidad los proyectos de grado de los graduados de la UCSG.

Formulación del Problema

Pregunta general

Con la finalidad de definir la orientación del tema a investigar, se ha planteado la siguiente pregunta:

¿Cuál es el efecto, sobre los proyectos de los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, si se crea una alternativa de financiamiento a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*?

Sub-Preguntas

¿Cuáles son las necesidades de financiamiento de los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG para sus proyectos de graduación?

¿Cuál es la figura a proponer que permitiría la financiación, a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, para lograr convertir en realidad los proyectos de grado de los graduados de la UCSG?

¿Es válida la figura propuesta?

Hipótesis

La propuesta de la creación de una plataforma de *Crowdfunding* en la UCSG, que sirva como una fuente de financiamiento para los proyectos de grado, facilitará que los estudiantes tengan acceso a capital productivo.

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Diseñar una propuesta para la creación de una plataforma de Crowdfunding, orientada a que los futuros profesionales de la UCSG consigan recaudar fondos que permitirán poner en marcha un proyecto.

Objetivos específicos

- Evaluar las alternativas con las que los graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, propusieron financiar sus proyectos de grado.
- Proponer una figura para la financiación, a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, como una alternativa beneficiosa para lograr convertir en realidad los proyectos de grado de los graduados de la UCSG.
- Validar dicha propuesta, a través de entrevistas en profundidad a profesionales expertos en áreas relacionadas a la propuesta.

CAPÍTULO II

Marco teórico

Concepto de *Crowdfunding*

En términos simples, el *Crowdfunding* es la financiación de un proyecto o una empresa por un grupo de individuos en lugar de bancos, capital de riesgo o empresas ángeles. En teoría, los individuos ya financian inversiones indirectamente a través de sus ahorros, ya que los bancos actúan como intermediarios entre los que tienen y los que necesitan dinero. En el *Crowdfunding* no existen intermediarios, ya que los empresarios “se unen a la multitud” al recaudar dinero directamente de los individuos. El modo típico de comunicación es a través de internet (Schwienbacher & Larralde, 2018).

El *Crowdfunding* es un sistema que sirve de punto de encuentro entre inversores y emprendedores. Los inversores que participan lo hacen a cambio de alguna recompensa que recibirían una vez llevado a cabo el proyecto; sin embargo, en ocasiones las donaciones son filántropas, especialmente cuando el resultado del proyecto consiste en un beneficio común para la sociedad. Este sistema, al ser de financiación colectiva, permite reducir riesgos mediante la diversificación, y a la vez reducir costes de transacción (Pérez M. , 2016).

Más conceptualmente, Lambert y Schwienbacher (2010) describen el *Crowdfunding* como "una convocatoria abierta, fundamentalmente a través de Internet, para la provisión de recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de alguna recompensa y / o derechos de voto para apoyar iniciativas para proyectos específicos".

Entretanto, han surgido varias plataformas que ayudan a intermediar entre los *Crowdfunders* (aquellos que invierten en proyectos) e individuos con un proyecto. Una que ha ayudado en hacer famoso el término “*Crowdfunding*” es Sellaband.com, creada en 2006. Esta plataforma actúa como intermediaria entre las nuevas bandas de música y sus fanáticos, que pueden invertir en la producción del primer CD de la banda. A cambio, los inversores obtienen recompensas, como una copia gratuita del CD o los beneficios de sus ventas. En aproximadamente tres años, la compañía recaudó más de US\$ 3 millones de individuos para promover nuevos artistas. En total, casi 4,000 artistas recibieron el apoyo de más de 65,000 “creyentes” (Sellaband, 2010).

Antecedentes

Según los estudios realizados, uno de los trabajos revisados sobre el financiamiento colectivo es la encuesta realizada por Lambert y Schwienbacher (2010), que se centra en iniciativas empresariales de financiación colectiva. Otros estudios se limitan a describir estudios de casos individuales, como Cassarino y Geuna (2007) y Brabham (2008).

El estudio de Lambert y Schwienbacher (2010) indica que el mercado aún es muy joven, la mayoría de ellos han tenido lugar en los últimos 3 ó 4 años, con alrededor del 60% de la participación de países anglosajones. Antes, el concepto de *Crowdfunding* era aplicado especialmente por *managers* de artistas individuales y fabricantes de películas. En términos de industria, su muestra está muy dispersa, conteniendo casos que van desde las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC), el deporte, el periodismo y el cine, apuntando a obtener unos 100.000 €, los empresarios recaudan, en promedio, alrededor de 28.500 €. Si bien algunas de las iniciativas de recaudación de fondos se basan en las donaciones, alrededor del 80% parecen ofrecer algún tipo de recompensa. Estos incluyen la emisión de acciones,

pagos directos en efectivo, una copia gratuita del producto y un crédito simple en el producto (que menciona los nombres de quienes proporcionaron fondos).

Curiosamente, los encuestados declaran que, además de recaudar dinero, existen otras motivaciones para optar por el *Crowdfunding*, tales como el ganar mercado y obtener la validación de un producto antes de lanzarlo oficialmente al mercado. Los emprendedores utilizan una amplia gama de medios de comunicación, disponibles en Internet, por ejemplo: blogs, Facebook y Twitter. Estos permiten la comunicación directa y personal con el público (Schwienbacher & Larralde, 2018).

El método de financiamiento a través de una plataforma de *Crowdfunding* puede convertirse en un cambio disruptivo en la manera en la que se recaudan fondos para proyectos. Además, permite que varios proyectos, de distintas naturalezas, sean fácilmente comparados (Mollick, 2014).

En la era de las redes sociales, las plataformas de *Crowdfunding* se han convertido en un canal cada vez más importante, para que los emprendedores accedan a recursos de mecenas que les permita iniciar sus proyectos (Yuan, 2016).

Tal como lo expone Vulkan (2016) el financiamiento a través de *Crowdfunding* tiene muy poco tiempo de disponibilidad para los nuevos empresarios. En Ecuador los emprendedores recién están empezando a adoptar el *Crowdfunding*, con una tasa de utilización de 1.7% (frente al 0.8% en 2015). En la región, la proporción de uso sigue en un nivel bajo, alrededor del 5% en 2015, con casos excepcionales como Chile (9%), Colombia (13%), Guatemala (18%) y Uruguay (12%). Al 2015, el 5% de los emprendedores de la región está usando esta alternativa, y es particularmente relevante en Chile (9%), Colombia (13%), Guatemala (18%) y Uruguay (12%) (Jaime, 2017).

Tipos de Financiamiento Vía *Crowdfunding*

El uso de otros términos que en ocasiones se ofrecen como sinónimos del *Crowdfunding*, describen en realidad una o varias modalidades del mismo. Así, el *equity Crowdfunding*, el *Crowdfinancing*, el micromecenazgo, el *Social Lending*, los microcréditos o la microfinanciación colectiva identifican generalmente sólo algunos tipos de *Crowdfunding* (Rodríguez de las Heras, 2013).

Según Gallardo, Torreguitart & Torres (2015), existen cuatro grandes tipos de financiamiento vía *Crowdfunding*:

1. *Crowdfunding* de donaciones. - Están orientados a proyectos sociales o humanitarios, en las que los donantes entregan sus aportes sin obtener ninguna retribución, salvo la sola satisfacción de apoyar solidariamente a quienes más lo necesitan.
2. *Crowdfunding* de recompensa. - En este caso, quienes están interesados en financiar algún proyecto, suelen recibir descuentos o precios preferentes en los productos o servicios ofrecidos a futuro en la plataforma.
3. *Crowdfunding* de préstamo. - En este caso, los inversores entregan sus aportes con la expectativa de obtener una utilidad monetaria, generada por una tasa de interés fijada por ellos mismos. Bajo este esquema, quien entrega el dinero más que un financista es un prestamista de recursos.
4. *Crowdfunding* de inversión. - Esta opción consiste en que los inversionistas, a cambio de las aportaciones realizadas a los creadores de los proyectos, reciben acciones de la compañía financiada.

Principales Plataformas de *Crowdfunding*

Entre las plataformas de *Crowdfunding* más destacadas que permiten apoyar o buscar financiación para la iniciativa emprendedora, se encuentran:

KICKSTARTER, nace en Estados Unidos en el 2009. Es la plataforma más conocida a nivel internacional y la que más proyectos acoge. En el año 2014, llegaron al billón de dólares en recaudaciones a través de más de 5,7 millones de personas. Ha financiado diversos proyectos, la mayoría están relacionados con la creatividad, tales como películas independientes, música, proyectos de periodismo y comida, y videojuegos. Su particularidad es que, además de recaudar el dinero necesario para poder poner en marcha un proyecto, se cercioran de crear una comunidad para poder lanzarlo y que perdure en el tiempo. El único inconveniente de esta plataforma es que sólo admite proyectos provenientes de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda (Pérez J. P., 2013).

INDIEGOGO, es una plataforma norteamericana, que acepta todo tipo de proyectos, especialmente aquellos que se enfocan en productos no convencionales que presentan soluciones a problemas cotidianos (Indiegogo, 2019).

ULULE, es considerada la plataforma líder en Europa con una comunidad de 2.5 millones de miembros y, de manera exitosa, ha financiado 30.000 proyectos variados, tales como deportivos, ecológicos y creativos. A diferencia de INDIEGOGO, si no se alcanza la recaudación que se ha solicitado para el proyecto no se pierden las recompensas. (ULULE, 2019)

VERKAMI, nace en España en el 2010. Es considerada una de las plataformas más importantes y eficaces a nivel español, es de carácter cultural y social. Destaca positivamente que el porcentaje de proyectos que consiguen el éxito es muy elevado, superando el 70% de los mismos. El alto porcentaje de éxito de esta plataforma se debe al número de proyectos alojados en la web, y a la media de financiación que demandan los proyectos que alberga, que ronda los 3.700€. (Pérez J. P., 2013). De acuerdo a la información presentada en su página web, esta plataforma financia proyectos

específicamente creativos en ámbitos como el cine, la música, el teatro, el cómic o la fotografía. Si el proyecto expuesto consigue el objetivo de financiación, en el período establecido de 40 días, lo recaudado se transfiere al creador del proyecto, y en el caso de que este objetivo no sea alcanzado, no se cobra valor alguno a los contribuyentes y, en consecuencia, el dueño del proyecto tampoco recibe nada (Verkami, 2019).

LÁNZANOS, aparece a finales del 2010 en España, y ha conseguido financiar más de 300 proyectos emprendedores (audiovisuales, científicos, literarios, etc.). Sus normas de funcionamiento prescriben que cuando un proyecto es presentado por uno de los miembros de la plataforma, éste será analizado previamente para ver si cumple unos requisitos mínimos prefijados con anterioridad en cuanto a presentación y contenidos. Sólo una vez superado este filtro será colocado en ‘La Caja’, esto es, un espacio público en el que el proyecto propuesto tendrá que recibir al menos cien votos antes de ser publicado definitivamente. Finalizado el plazo de recaudación, establecido en 90 días, si el proyecto ha superado su objetivo el autor recibe el dinero para llevarlo a cabo (Lánzanos, 2015).

PARTIZIPA, es la primera web y plataforma de *Crowdfunding* que aparece en España. Marca el inicio de esta vía de financiación en la producción cultural hispana a partir del año 2007, hasta convertirse en la actualidad en un recurso utilizado habitualmente por jóvenes creativos que pueden así intentar llevar a cabo su proyecto al margen y/o de forma complementaria a las vías de financiación tradicional (Martínez & Pascual, 2013).

GOTEO, es una plataforma de *Crowdfunding* cívico y de colaboración, gestionada por la Fundación Goteo, una institución sin ánimos de lucro, desde el 2011, financia proyectos de carácter tanto social, como cultural, científico, educativo, tecnológico o ecológico, aunque con la característica de que los proyectos fomenten el

bien común, el código abierto y/o el conocimiento libre, es decir, que deben beneficiar al mayor número de personas posible. Goteo establece asimismo un plazo máximo de 80 días, repartidos en 2 rondas de financiación, para que cada proyecto logre su objetivo de recaudación económica, luego del cual se transfieren los recursos al dueño del proyecto o, en caso de que no se alcance el monto esperado, se les devuelve los aportes respectivos a los financiadores (Goteo, 2019).

KIFUND, es una plataforma creada en el año 2011, y resulta de especial interés en el marco de investigación establecido, porque merece ser reconocida como la primera plataforma de *Crowdfunding* en España y en el conjunto de países de habla hispana, especializada únicamente en proyectos audiovisuales, proporcionando financiación para cortometrajes y largometrajes de cualquier género, series Web y TV, videoclips, festivales y muestras de cine, desarrollo de nuevas plataformas de distribución, e incluso publicaciones relacionadas con el cine. Siguiendo la filosofía de las plataformas anteriores, los inversores pueden recibir recompensas de todo tipo, desde material promocional a formar parte del equipo inversor y recibir un porcentaje de los beneficios. Todo proyecto publicado y promocionado en su interior debe alcanzar unos objetivos mínimos establecidos por la propia plataforma. Si en el período preestablecido para conseguir la financiación se consigue el objetivo económico indicado, éste se acredita al responsable original del proyecto. En el año 2014 esta plataforma emitió un comunicado en el que se retiró del mercado debido a la imposibilidad de sostener sus altos costos de funcionamiento, debido a lo especializado de su orientación (Projegett, 2019).

Datos Estadísticos Relevantes

Las plataformas de *Crowdfunding* facilitan un contexto en el que demandantes de financiación para nuevos proyectos interactúan con un número elevado de inversores que aportan pequeñas cantidades de dinero (Quero & Ventura, 2014).

El país que más ha desarrollado el *Crowdfunding* es Estados Unidos, tanto en número de plataformas como en volumen de financiación intermediado. Dos plataformas que intermedian préstamos financiados con notas, LENDING CLUB y PROSPER (dedicadas a préstamos de consumo), concentran la mayor parte del negocio, representando la práctica totalidad del mercado estadounidense (Cuesta et al, 2014).

En el 2012 estas plataformas captaron unos 735 millones de euros en Europa. Sin embargo, estas cifras siguen siendo moderadas si se comparan con los préstamos a instituciones no financieras otorgados por bancos comerciales en Europa (6 billones de euros en 2012, según la Federación Europea de Banca, o los 7 miles de millones de euros que obtuvieron en 2012 empresas en primeras fases de desarrollo (Cuesta et al, 2014).

Reino Unido es el país europeo donde el *Crowdfunding* financiero está más perfeccionado, con un volumen de financiación intermediada de 716 millones de euros en 2013. Las plataformas que más financiación intermediaron fueron las de préstamos participativos (565 millones de euros), seguidas por las de operaciones de *factoring* (114 millones de libras) y las de *equity* (33 millones de libras). El gobierno británico ha estimulado este desarrollo, siendo pionero en utilizar estas plataformas para conceder financiación a pequeñas y medianas empresas (PYMES), complementando con dinero público (ofrecido en condiciones de mercado) la financiación privada (Cuesta et al, 2014).

En España, según los datos de la Asociación Española de *Crowdfunding* (2014), estas plataformas recaudaron un total de 19,1 millones de euros en 2013. Por número de plataformas, las de recompensa y donación son predominantes (41% y 24%, respectivamente) frente a las de *equity* (21%) y las de préstamos (14%).

En la mayoría de los países de Latinoamérica, el *Crowdfunding* no ha dado todavía un salto importante de la filantropía al retorno financiero. En Brasil, México, Chile, Argentina o Paraguay han surgido algunas primeras plataformas de préstamos o de *equity*, pero en una etapa de desarrollo muy rudimentario; mientras que en Colombia, Perú y Uruguay no hay constancia de plataformas de *Crowdfunding* financiero. Por países, en Brasil operan al menos dos plataformas de *equity Crowdfunding*: EUSOCIO, perteneciente a CROWDCUBE, y BROOTA. En México, hay plataformas tanto de préstamos (PRESTADERO y KUBO FINANCIERO) como de *equity* (Vakita Capital). En Argentina, la plataforma de préstamos participativos AFLUENTA intermedió préstamos por valor de 7,7 millones de pesos en 2013. Como caso excepcional, Chile cuenta con plataformas de todos los modelos de *Crowdfunding* financiero: préstamos participativos (CUMPLO y BECUAL), *factoring* (MERFAC), títulos de renta fija (EOLLICE) y *equity Crowdfunding* (BROOTA) (Cuesta et al, 2014).

Estructura, funcionamiento y sujetos participantes

Según Acconcia (2015), en el *Crowdfunding* participan tres sujetos: el promotor del proyecto, los donantes y el gestor de la plataforma. El promotor del proyecto es la persona física o jurídica que solicita financiamiento de un proyecto, y utiliza la plataforma del *Crowdfunding* para promocionar su proyecto y llamar la atención de los posibles donantes. El promotor debe asegurarse que su proyecto cumpla con las siguientes características:

- ✓ Contar con un buen video de campaña, que explique claramente el proyecto.
- ✓ Hacer énfasis en la credibilidad del creador. Si el proyecto es bueno, pero el creador no se presenta como confiable, la financiación se complica.
- ✓ Asegurar que las recompensas ofrecidas sean generosas, que consigan llamar la atención de los posibles inversores.
- ✓ Presentar claramente la información del proyecto, en especial, lo relacionado al monto requerido. Nada debe quedar sobreentendido ni asumido.
- ✓ Estar permanentemente disponible, de manera virtual, en la plataforma para responder ante cualquier duda de los inversionistas.

Los donantes o inversionistas son aquellos interesados en financiar un proyecto o apoyar con ideas u otro tipo de recursos. Según Barral & Barral (2014), si los inversionistas encuentran algún proyecto que les despierte su interés, éste deberá cumplir con las cualidades que los atrajeron a este modelo de financiación:

- ✓ Que lo propuesto evidencie una alta calidad.
- ✓ Que sea realizable.
- ✓ Que el tema del dinero sea totalmente transparente, que se evidencie claramente el motivo por el cual se pide la cantidad determinada.
- ✓ Que cuente con una atractiva manera de exponer el proyecto.
- ✓ Que se presente algo innovador, así se verán más atraídos hacia este proyecto, mejorando sus montos de inversión.
- ✓ Que se demuestre que el creador está preparado para cumplir con lo que promete.

Si lo presentado no lo satisface, no solo que no va a financiar esta idea, sino que va a evitar invertir en todos los proyectos que disponga dicho creador. Las principales dudas sobre la participación en plataformas de *Crowdfunding* están basadas

en la desconfianza que siente el inversionista ante el riesgo de éxito en un proyecto futuro. Todas las acciones del creador del proyecto deben estar orientadas a minimizar estas incertidumbres que siente el inversionista, asegurándose de la calidad y seriedad de la información presentada en la plataforma.

El gestor de la plataforma es el encargado de crear un entorno cerrado de interacción electrónica y proporcionar a los usuarios registrados el acceso a los servicios y las aplicaciones básicas que precisan los promotores para publicar sus proyectos, lanzar la campaña de financiación y hacer un seguimiento del estado de la misma ya que facilita a los donantes realizar sus contribuciones, interactuar con los promotores y, en su caso, utilizar cualquier otra funcionalidad prevista, tales como la emisión de opiniones, participación, toma de decisiones, seguimiento, etc. (Rodríguez de las Heras, 2013).

Modelos Jurídicos para el *Crowdfunding*

Debido al impetuoso crecimiento de las plataformas de *Crowdfunding*, y, por ende, las cifras que producen por la captación de fondos, estas plataformas deben enfrentar varios desafíos, tales como: prevenir el fraude, mitigar los riesgos, generar confianza, evaluar los proyectos, minimizar los conflictos de intereses, resolver los problemas de identificación, proteger los derechos de los aportantes y gestionar las relaciones que nacen luego de la aportación. Ante estos retos, se están diseñando respuestas tecnológicas, empresariales, operativas y organizativas; y, sobre todo, su regulación. Esta última va a depender de la variedad de modelos de *Crowdfunding* y la diversidad de estructuras transaccionales (donaciones, préstamos, compraventas, aportación de capital) para descubrir las áreas de regulación críticas (protección de consumidores, crédito al consumo, cuestiones fiscales sobre mecenazgo, derechos de los socios). La primera regulación legislativa del *Crowdfunding* es la contenida en el

Título III de la *Jumpstart Our Business Startups Act* (2012), conocida como *JOBS Act*, adoptada en abril de 2012 en Estados Unidos. El objetivo de la norma es básicamente acelerar la carga regulatoria de las plataformas de *Crowdfunding* (denominadas *funding portals*) sin descuidar la protección de los intereses generales y de los derechos de los inversionistas, asegurando el registro de los gestores de la plataforma como intermediarios y el cumplimiento de determinadas condiciones (obligaciones de información, prohibiciones, límites en la cuantía del ofrecimiento al público y de la aportación, protección de datos).

En el contexto europeo, las propuestas de regulación se centran en similares materias y se dirigen básicamente a aligerar la carga regulatoria sin restringir la protección de los participantes. En este sentido, se sugiere la previsión armonizada de un régimen simplificado sobre el folleto informativo en las ofertas públicas de valores bajo el principio cuantitativo (5 millones de euros), el replanteamiento de la prohibición de ofrecer participaciones al público por parte de determinados tipos sociales, la posibilidad de eximir o atenuar la carga obligacional a los intermediarios (gestores de las plataformas) cuando capten fondos reembolsables del público con respecto al régimen de acceso al mercado de las entidades de crédito y su supervisión prudencial, la armonización de normas sobre organizaciones de inversión colectiva en valores mobiliarios o la aclaración de si la plataforma puede ser calificada como Sistema Multilateral de Negociación de acuerdo con la Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID).

En relación con la segunda de las cuestiones, la relativa a la organización de la participación y el ejercicio de los derechos de los aportantes en el contexto de la disciplina societaria, hay que considerar dos opciones:

- La primera, se puede pensar en la conveniencia de reformar algunos de los elementos propios del Derecho de sociedades para facilitar la financiación por proyecto y el ejercicio de derechos por un accionariado disperso, atomizado y cambiante.
- La segunda opción, se puede recurrir a fórmulas organizativas capaces de disminuir los efectos de ingobernabilidad que plantea la dispersión en la participación sin modificar necesariamente las reglas del marco normativo aplicable.

En este sentido, se observan propuestas interesantes en el mercado para canalizar la financiación en masa a través de fórmulas y vehículos organizativos como las cuentas en participación o la creación de comunidades de bienes intermedias para agrupar el disperso y numeroso colectivo de aportantes/financiadores (Hernández, 2015).

Por consiguiente, será necesario trabajar en modelos jurídicos que permitan la consolidación del *Crowdfunding* sin restringir su potencial y sin descuidar la protección de los derechos e intereses involucrados en esta seductora y creciente corriente hacia nuevas oportunidades de financiación.

En el Ecuador, el *Crowdfunding* está recién en crecimiento, y no tiene una regularización como en otros países. Sin embargo, la “Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos”, expedida en abril de 2002, en su Artículo 1, señala: “Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas” (Ediciones Legales, 2002). Con esta Ley se le da validez legal a todos estos documentos electrónicos y a la transmisión de datos

electrónicos, pero no se mencionan ni se regulan las plataformas de *Crowdfunding* como herramienta de obtención de recursos de financiamiento.

Situación actual del *Crowdfunding* en Guayaquil

A pesar de que es cierto que el *Crowdfunding* aún no despegó totalmente en Ecuador como ya ocurre en otros países; actualmente, existen 5 plataformas, siendo una de ellas, CATAPULTADOS.COM, la que inició en el 2014. Esta plataforma publica el proyecto en la plataforma y brinda asesoramiento para que el proyecto se comunique de la manera más clara, para que las personas lo entiendan, sepan de qué se trata, cuánto dinero se necesita, para qué, cómo lo utilizarán, etc. El aporte de las personas no es una donación financiera, sino un aporte, porque a cambio la persona que crea el proyecto entrega una recompensa, que está relacionada con la misma iniciativa. Esta plataforma ha recaudado alrededor de \$ 100.000 a través de 25 proyectos, entre los cuales figura la película ecuatoriana “Alba” y el libro “Vuela”, una publicación que busca aportar a la integración y al desarrollo de los niños con síndrome de Down.

Otra plataforma es ACOLITAME.ORG, otra iniciativa que está disponible para iniciar una campaña de recaudación o para apoyar la de un tercero. Una de las campañas que esta empresa realizó fue “Ecuador se levanta”, la cual se creó para recaudar fondos para apoyar a la gente afectada por el terremoto de abril del 2016. Para acceder a esta plataforma, el usuario debe acudir a la página de inicio, en la que deberá seleccionar ‘Crear Proyecto’, y se desplegará el formulario para iniciar una campaña. Ahí deberá proporcionar datos como el nombre y la descripción de la iniciativa, la información de los beneficiarios, el monto solicitado y la duración de la campaña, entre otros. A fin de evitar estafas, campañas ilícitas, lavado de activos o uso indebido de los fondos recaudados, ACOLITAME.ORG verifica la veracidad de todas

las campañas antes de ser publicadas. La duración de una campaña puede ser de unos pocos días hasta un año (Diario El Telégrafo, 2017).

Fundación UCSG

Como definición, una Fundación es una persona jurídica, sin ánimo de lucro, que destina su patrimonio a realizar una actividad destinada al bienestar de una comunidad o a un proyecto de interés general. Algunas de las razones que justifican la creación de una fundación son: la gobernabilidad, la sostenibilidad, la autonomía y las alianzas que se pueden conseguir. (Gutierrez Meza, 2016)

De acuerdo a la página web tramitesyrequisitos.com, los documentos necesarios para la creación de una Fundación, sus principales funciones y beneficios, son los siguientes (tramitesyrequisitos.com, 2020):

- Acta de la Asamblea Constitutiva de la organización en formación, suscrita por todos los miembros fundadores.
- Copia del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del Secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio y aprobación del mismo.
- Copia certificada del documento en que conste la nómina de la directiva y el documento que acredite la representación legal.
- Copia certificada del acuerdo ministerial o instrumento legal que acredite la personería jurídica, y de existir, la última reforma del estatuto, legalmente aprobada.

Las Fundaciones realizan actividades, sin fines de lucro, a favor de la colectividad y, entre otras, sus principales funciones son las siguientes:

- Colabora en el desarrollo de la personalidad, de manera proporcional entre el colectivo.
- La integración entre la familia y el círculo social.
- Contribuye al mejoramiento personal permanente, social y cultural que se fundamenta en la concepción del ser humano, su dignidad, sus deberes y sus derechos.
- Promueve la solidaridad ciudadana mediante la creación de establecimientos educativos que desarrollen actividades en colaboración para el desarrollo del ser humano.
- Impulsa el desarrollo integral del hombre contemporáneo mediante el aprovechamiento de los recursos renovables y no renovables en garantía de la supervivencia humana.
- Fomenta, promociona, asesora y financia soluciones de las comunidades menos favorecidas.
- Defiende y vigila el cumplimiento de los derechos humanos enmarcados en los programas y promulgados por las Naciones Unidas.

Entre otros, sus principales beneficios son:

- Permiten y facilitan alianzas con otras instituciones.
- Captan recursos de terceros que auspician las actividades planificadas.
- Brinda un acercamiento a las necesidades de la sociedad.
- Impulsan el desarrollo de la sociedad.

El objetivo principal de la Fundación de la UCSG es el de captar recursos de donantes inversores y destinarlos a financiar los proyectos de los graduados de la Universidad, a través de la administración de una plataforma de *Crowdfunding*.

CAPÍTULO III

Metodología

Marco Metodológico

Para la obtención de los datos necesarios para la elaboración de esta tesis, se utilizaron diferentes métodos de investigación tales como los descritos a continuación:

Tipo de Investigación

Investigación Documental

A través de este tipo de investigación se analizará todo tipo de información que permita tener una clara visión de lo que es el *Crowdfunding*, de sus características y de su posible aplicación bajo el marco general de esta investigación.

De acuerdo lo descrito por Morales (2015), citado por Orozco & Díaz (2018), la investigación documental es “un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información de datos en torno a un determinado tema”, por lo que, con los resultados de esta clase de investigación, el autor procesa e interpreta los datos y genera propuestas.

Investigación Histórica

Esta investigación permitirá la búsqueda de datos históricos que ayudarán a determinar la existencia de plataformas de *Crowdfunding* en la ciudad de Guayaquil, y entender el enfoque que se les da a su operación.

Desde la perspectiva de Cauas (2015), la investigación histórica es “un intento por establecer hechos y llegar a conclusiones sobre el pasado”. El investigador evalúa los datos en función de una perspectiva externa, en la que valida si los datos obtenidos son auténticos y, también en función de una perspectiva interna, en la que estima si el dato obtenido es verdadero o imparcial.

Investigación Transversal

Con esta investigación se logrará identificar el comportamiento actual de los dueños de los proyectos, a nivel de grado universitario de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, si tiende hacia el abandono de sus ideas o a la búsqueda de opciones tradicionales de financiamiento para volverlos realidad.

Esta es una investigación definida como aquella que presenta la situación o información de los objetos de estudio en un momento dado por esa única oportunidad (Bernal, 2010).

Diseño de la Investigación

Para el desarrollo de esta tesis se aplicarán encuestas, que permitirán obtener un análisis real, con el beneficio de la creación de una plataforma de *Crowdfunding* para la UCSG.

Matriz Metodológica para Objetivos de la Investigación

Objetivos Específicos

Objetivo Nro. 1

Evaluar las alternativas con las que los graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, propusieron financiar sus proyectos.

Tabla 1
Objetivo No. 1

Variable	Fuente	Procedimiento	Estrategia de Análisis
Alternativas de Financiamiento de Proyectos de Tesis	Alumnos graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales	Documental	Análisis Cuantitativo

Objetivo Nro. 2

Proponer una figura para la financiación, a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, como una alternativa beneficiosa para lograr convertir en realidad los proyectos de grado de los graduados de la UCSG.

Tabla 2
Objetivo No. 2

Variable	Fuente	Procedimiento	Estrategia de Análisis
Propuesta de la creación de la plataforma de <i>Crowdfunding</i>	Propuesta del Autor	Documental	Análisis Cualitativo

Objetivo Nro.3

Validar dicha propuesta, a través de entrevistas en profundidad a expertos.

Tabla 3
Objetivo No. 3

Variable	Fuente	Procedimiento	Estrategia de Análisis
Validación de la propuesta	Profesionales expertos entrevistados	Entrevistas en profundidad	Análisis Cuantitativo

Población y Muestra

La población con la cual se realizará la siguiente investigación son graduados de los años 2017 y 2018 de las diferentes carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil: Comercio Electrónico, Comercio y Finanzas, Comercio y Ventas, Emprendimiento, Mercadotecnia, y Turismo.

Tabla 4

Cantidad de graduados en la FEE de la UCSG, separados por año y por carrera

Carreras	Graduados 2017	Graduados 2018
Comercio Electrónico	12	10
Comercio y Finanzas	25	27
Comercio y Ventas	44	11
Emprendimiento	69	11
Mercadotecnia	77	80
Turismo	76	98
Total	303	237

Fuente: (FEE de la UCSG, 2019)

TOTAL DE LA POBLACIÓN: 540

Muestra

Para determinar la cantidad de graduados que comprenderá la muestra, se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple. Southgate y Greenfield (2003) indican que en este método “se toman muestras aleatorias de manera que se garantice que todos los elementos del conjunto (...) objeto del muestreo tengan la misma oportunidad de ser recogidos e incorporados a la muestra que se va a analizar”. La fórmula para el muestreo aleatorio simple, es la siguiente:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

n = Muestra; segmento de la población que se estudiará.

N = Población; número total de individuos que comparten ciertas características., corresponde a 540 graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales durante los años 2017 y 2018.

Z = Confiabilidad; porcentaje de significancia que tendrá la muestra. 95% para este trabajo.

e = Porcentaje de error de la muestra. 5% para este trabajo.

σ = Desviación estándar; se toma un valor de 0.5 cuando el valor no es conocido.

Después de haber aplicado la fórmula mencionada anteriormente, se obtuvo una muestra de 225 graduados por encuestar.

Este valor fue validado a través de los siguientes links:

<http://www.adimen.es/calculadora-muestras.aspx>

http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Instrumentos de Recolección de Datos

Entrevista: con la Coordinadora Financiera de la Facultad. El tipo de entrevista fue focalizada y exploratoria.

Encuesta: realizada a la muestra de graduados de los años 2017 y 2018 de las diferentes carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil: Comercio Electrónico, Comercio y Finanzas, Comercio y Ventas, Emprendimiento, Mercadotecnia, y Turismo. Del tipo descriptiva, por muestreo; con cuestionario restringido.

Fichaje: utilizando fichas bibliográficas para organizar la bibliografía.

Instrumento de Validación de la propuesta

Entrevistas en profundidad

Las entrevistas en profundidad son reconocidas como un método de investigación por ser cualitativas, dinámicas y flexibles. Se describen como no directivas, no estructuradas, no estandarizadas y abiertas.

Se pueden clasificar en tres los tipos de entrevistas en profundidad: a) la historia de vida o biografía sociológica, en la que el entrevistador trata de obtener información destacada de la vida del entrevistado y los valores que dicha persona aplica a sus experiencias; b) el aprendizaje sobre actividades y acontecimientos que no pueden ser observados directamente, en este caso, el entrevistado es un informante, un narrador que describe lo que sucede y el modo en el que las otras personas lo perciben; y, c) cuando se están orientadas a la obtención de una posición con respecto a una gama de escenarios, situaciones o personas (Taylor, 2008).

Se debe destacar que las entrevistas en profundidad resultan una técnica muy útil cuando se mantiene la integridad en las respuestas, en las descripciones y en las interpretaciones de las entrevistas. Un hecho a resaltar es que los entrevistados o informantes son los que tienen la experiencia suficiente para dar respuestas válidas a las preguntas del entrevistador (Robles, 2011).

De acuerdo a lo descrito por Betancourt (2015) un tamaño de entre 5 y 30 expertos a entrevistar son suficientes para un asunto empresarial, de 20 a 50 expertos para un tema de mercado a nivel nacional y superior a 100 entrevistados para un asunto de Estado (Betancourt, 2015).

Con base a lo expuesto en el párrafo anterior, para efectos de validar la propuesta de esta tesis, se han invitado a 10 profesionales expertos a que expresen su opinión sobre la misma.

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo, se analizan los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los graduados, en los 2 últimos años (2017 y 2018), de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y se realiza un breve resumen de las respuestas recibidas.

Organización de Resultados

La tabulación de los resultados de la encuesta se realizó con base en los cuadros y gráficos, usando Excel como herramienta para tabular y posteriormente poder agruparlos de acuerdo a los resultados de cada una de las preguntas planteadas. Los resultados arrojados de esta tabulación en conjunto con el marco teórico ayudarán para interpretar los resultados y de ahí llegar a las conclusiones y recomendaciones pertinentes al tema de la propuesta.

El objetivo de la encuesta es conocer las opciones que tienen los graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en su búsqueda de financiamiento para que sus proyectos de grado se vuelvan realidad.

La información obtenida a través de esta encuesta, no será compartida a terceras partes y será de uso exclusivo para este proyecto de investigación de la Maestría de Finanzas y Economía de Empresas de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil Universidad Católica de Guayaquil.

Cuadros y Gráficos

Se realizaron 8 preguntas a 225 graduados, número resultante de la determinación de la muestra.

Pregunta 1: ¿Su proyecto de tesis de grado estuvo orientado al emprendimiento de un negocio propio?

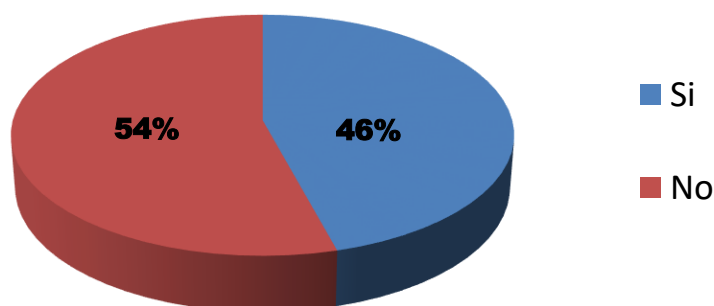


Figura 1: Distribución de porcentajes de acuerdo a la orientación del proyecto de tesis.

Como resultado de esta pregunta se evidencia que, dentro de los graduados encuestados, poco más de la mitad ha orientado su tesis de grado a un proyecto distinto al de emprender un negocio propio.

Este resultado presenta que casi la mitad de los graduados tienen una intención de no tener una relación de dependencia laboral y, por el contrario, generar una fuente de ingresos independiente.

Pregunta 2: ¿Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cuál era la naturaleza de ese negocio?

De acuerdo al gráfico siguiente, las dos terceras partes de los graduados orientaron sus proyectos de grado a los sectores comerciales, de servicio y productivo.

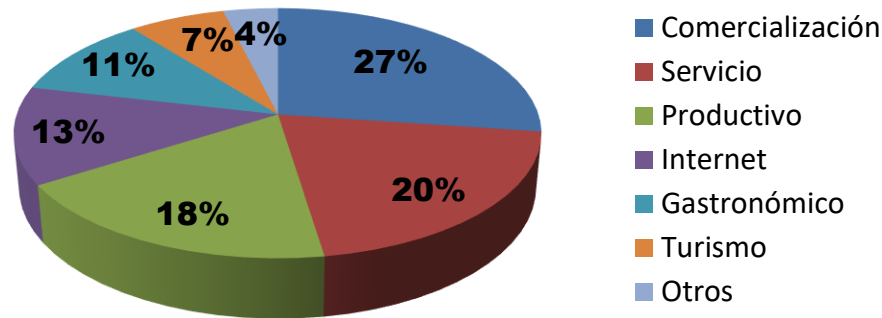


Figura 2: Distribución de porcentajes de acuerdo a la orientación de la naturaleza del negocio del proyecto de tesis

Los negocios en línea tienen un interesante 13% del total, mientras que el área de turismo tiene muchas oportunidades de crecimiento, ya que tiene apenas el 7%.

Pregunta 3: Si su respuesta a la pregunta 1 fue afirmativa, ¿su proyecto se convirtió en realidad?

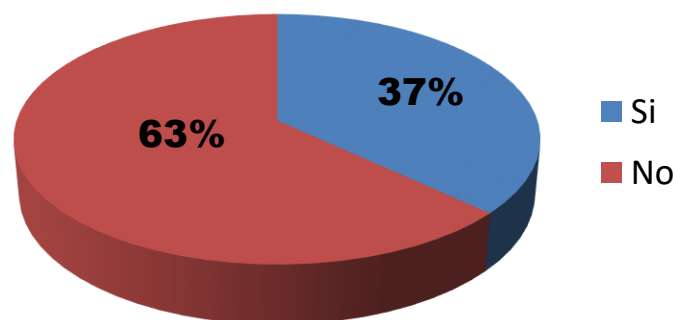


Figura 3: Distribución de porcentajes de acuerdo a si el proyecto de tesis se convirtió en realidad.

De acuerdo al gráfico, de todos los graduados que orientaron sus proyectos de tesis a un negocio propio, solamente una porción ligeramente superior a la tercera parte de los encuestados, logró que su proyecto se convierta en realidad.

Este es el primer resultado que nos presenta la existencia de algún factor que evita que todo el esfuerzo realizado por los estudiantes al momento de realizar su tesis de grado, llegue a convertirse en un proyecto real y funcionando.

Para ese 63% de los graduados, el esfuerzo realizado para concluir su proyecto de tesis resultó inútil, al menos, hasta el momento de esta investigación.

Pregunta 4: Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cómo financió la implementación de su proyecto?

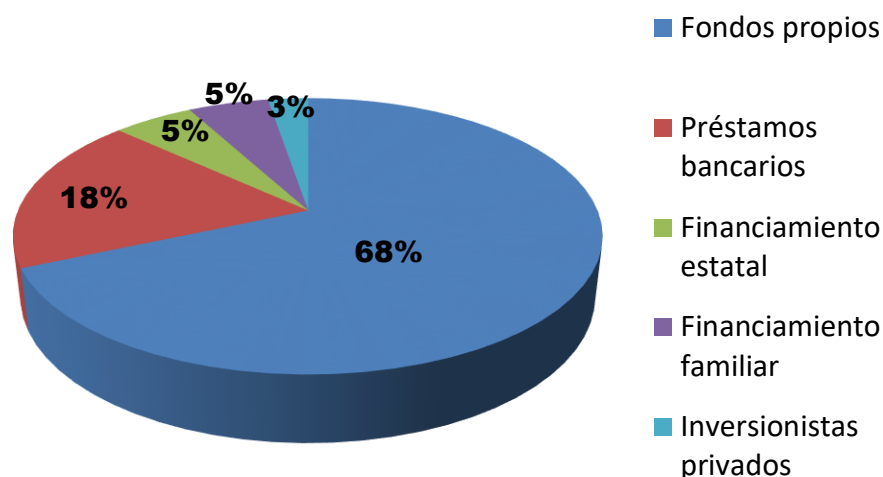


Figura 4: Distribución de porcentajes de acuerdo a las alternativas de financiamiento del proyecto de tesis que sí se convirtió en realidad.

De acuerdo a lo representado en el gráfico, la principal forma de financiamiento de los proyectos que sí lograron convertirse en realidad, fue con la utilización de fondos propios, mientras que la segunda alternativa más utilizada fue la de préstamos bancarios.

Estas dos alternativas no están disponibles para todos los graduados, por lo que lograr acceder a estas fuentes de financiamiento está condicionado a la existencia de los fondos y de contar con garantías reales que puedan ser entregadas como colateral para la obtención de préstamos a través del sistema financiero tradicional.

Pregunta 5: Si su respuesta a la pregunta 3 fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?

Como resultado de esta pregunta, se evidencia que el 40% de los graduados que sí realizaron su proyecto de tesis sobre la implementación de un negocio propio, se vieron imposibilitados de convertirlos en realidad por la falta de financiamiento.

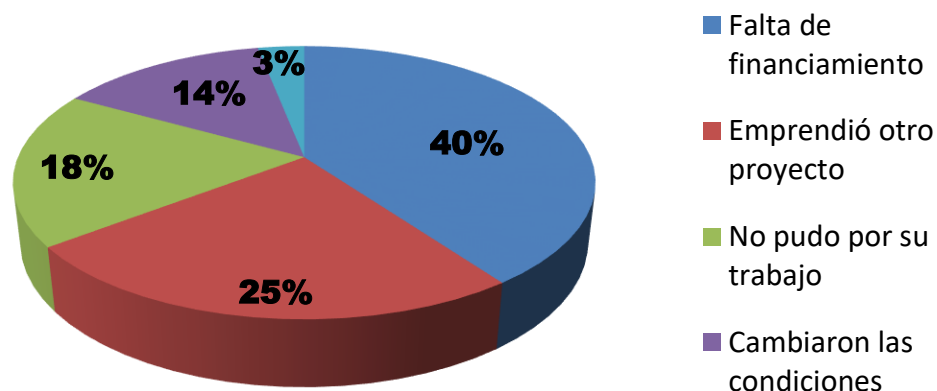


Figura 5: Distribución de porcentajes de acuerdo a los motivos por los que el proyecto de tesis no se convirtió en realidad.

El 25% de los encuestados evidencia el caso de que el proyecto de tesis terminó siendo reemplazado por otro nuevo, perdiéndose la oportunidad de evaluar este nuevo proyecto bajo todos los estándares establecidos en la revisión de la tesis.

Pregunta 6: Si usted hubiera contado con el financiamiento adecuado, ¿hubiera concentrado sus esfuerzos en hacer realidad su proyecto de tesis?

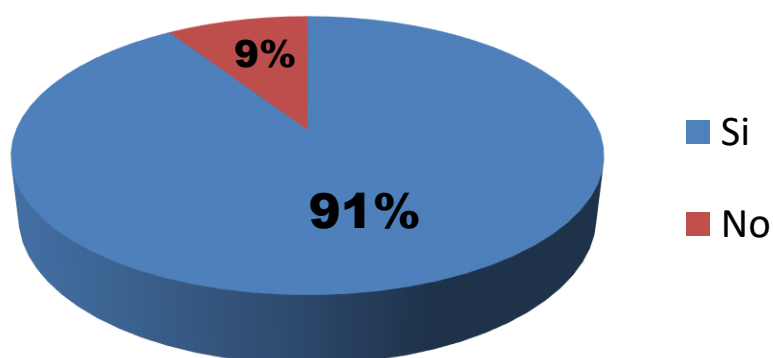


Figura 6: Distribución de porcentajes de acuerdo si el graduado hubiera concentrado sus esfuerzos en hacer realidad su proyecto de tesis, si hubiera contado con el financiamiento adecuado.

Este es el primer dato significativamente mayoritario que nos presenta la encuesta al respecto de la importancia que tiene la falta de financiamiento en la implementación de los proyectos de grado.

Este resultado del 91% revela que incluso quienes desarrollaron otro proyecto o que tuvieron limitaciones de tiempo por circunstancias laborales, se hubieran concentrado en el proyecto de grado, de haber contado con un financiamiento real y conveniente para cristalizarlo.

Apenas el 6% de quienes no convirtieron en realidad su proyecto de tesis, no tienen un interés real en hacerlo funcionar.

Pregunta 7: Si su respuesta a la pregunta 1 fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?

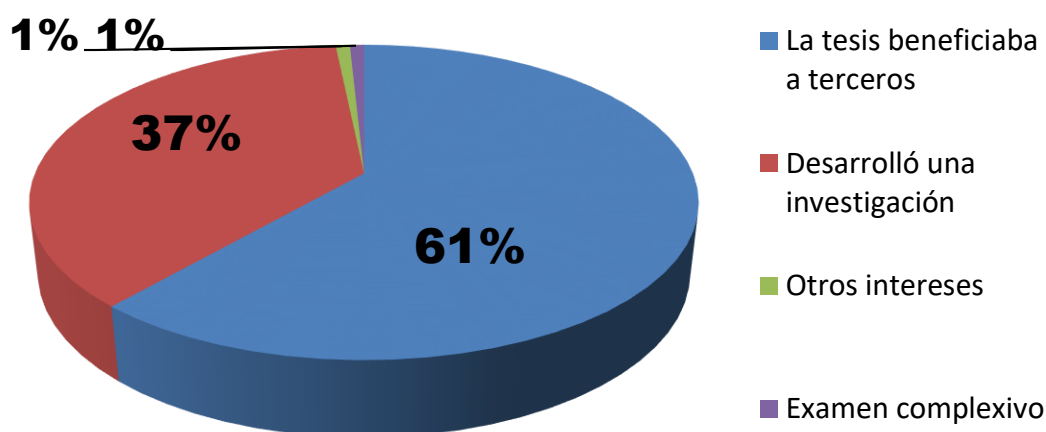


Figura 7: Distribución de porcentajes de acuerdo a los motivos por los que el graduado no realizó su proyecto de tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, más del 98% de los graduados prefirió realizar su proyecto de tesis sobre un tema que no aprovechaba una oportunidad de negocio real y de largo plazo.

De acuerdo a lo conversado con los encuestados, ese tercero beneficiado representado en el 61% de los casos corresponde a una optimización en su sitio de trabajo.

Existen respuestas en las que los beneficiados eran ciertas comunidades de distintos sectores, como resultado de un proyecto turístico para desarrollarlas.

Pregunta 8: Si su respuesta a la pregunta 1 fue negativa y si se contara con el financiamiento adecuado, ¿hubiera hecho su proyecto de tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio?

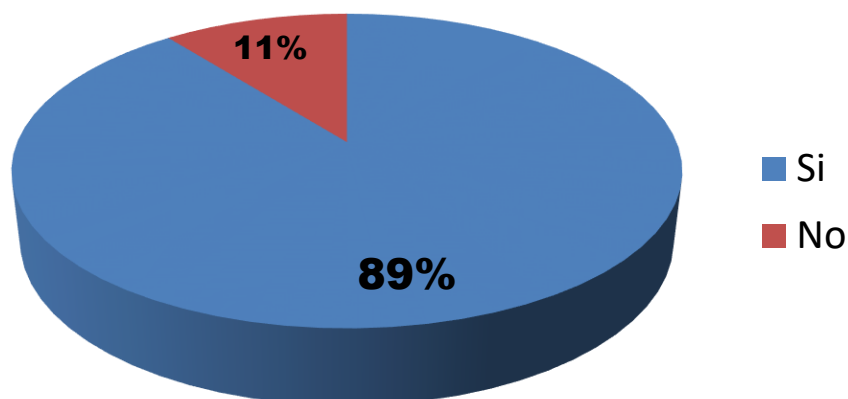


Figura 8: Distribución de porcentajes de acuerdo a si el graduado hubiera hecho su proyecto de tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio, si hubiera contado con el financiamiento adecuado.

Las respuestas a esta pregunta nos presentan un importante porcentaje de graduados que expresan que, con un financiamiento adecuado, sus esfuerzos hubieran estado orientados a desarrollar un proyecto de tesis que se convierta en realidad.

Este gráfico confirma el hecho de que la falta de financiamiento es el principal obstáculo para que proyectos de tesis se orienten a un emprendimiento independiente y que generen un aporte significativo a la economía del país.

OTRAS CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Conclusión general 1: Del total de graduados encuestados, ¿cuál es el porcentaje de proyectos de tesis que se convirtieron en negocios reales?

De acuerdo a lo presentado en el gráfico, las respuestas a esta pregunta nos presentan un elevado porcentaje de proyectos de tesis que no logran volverse un negocio en funcionamiento.

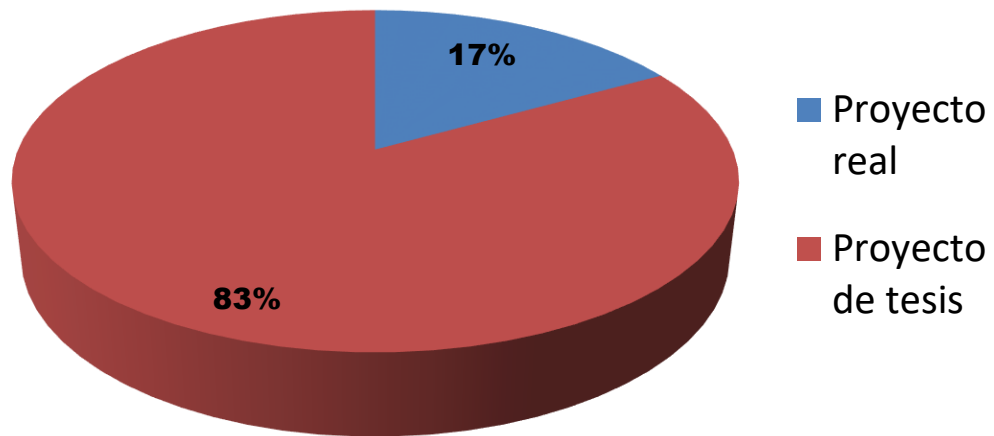


Figura 9: Distribución de porcentajes de acuerdo a respecto a la cantidad de proyectos que se convirtieron en negocios reales.

Este gráfico nos muestra que apenas el 17% de los alumnos de la Facultad de Especialidades Empresariales está encaminado hacia un emprendimiento propio, mientras que el resto no supo aprovechar la oportunidad de desarrollar un proyecto rentable y productivo o social y altruista.

Conclusión general 2: Si se contara con el financiamiento adecuado, ¿cuál es el porcentaje de graduados que hubiera desarrollado su tesis sobre un negocio propio?

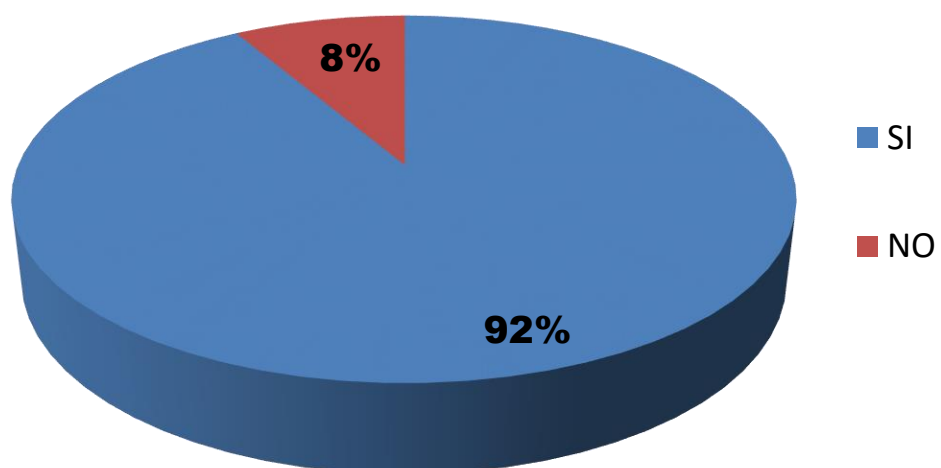


Figura 10: Distribución de porcentajes de respecto al porcentaje de graduados que hubiera desarrollado su tesis sobre un negocio propio si hubiera contado con un financiamiento adecuado.

Este gráfico nos presenta un contundente porcentaje del 92%, que representa que el problema de la falta de financiamiento es el principal obstáculo para que el espíritu emprendedor de los graduados encuestados lleve sus proyectos de tesis a una realidad operativa y rentable.

Entrevista

Como parte del proceso de preparación de esta propuesta, se realizaron entrevistas a directivos de la UCSG que proporcionaron información importante para determinar la realidad actual de la FEE al respecto de la obtención de financiamiento para los proyectos de los estudiantes y para evaluar la posibilidad de crear este nuevo método de obtención de fondos.

Personajes Entrevistados:

✓ Coordinadora Financiera de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, para evaluar la posibilidad de que esta plataforma sea implementada en la universidad.

ENTREVISTA A LA ECON. ZAIDA ORDÓÑEZ

COORDINADORA FINANCIERA

¿Se considera en el presupuesto de la Universidad o de Facultad de Especialidades Empresariales un porcentaje destinado a financiar la materialización de los proyectos de tesis de grado de sus estudiantes?

Sí, dentro del presupuesto de la Universidad existe un fondo destinado a financiar proyectos de investigación.

Es conocido que las IES deben destinar un porcentaje de su presupuesto a la investigación. ¿Se puede considerar los proyectos de tesis de grado como proyectos de investigación?

Si, aunque dicho financiamiento está concentrado en proyectos de investigación y no a emprendimientos.

Si es así, ¿qué requisitos deben cumplir estos proyectos para poder recibir este financiamiento?

Cada caso es propuesto por el tutor de la tesis, en función de la investigación propuesta y de la utilidad de los resultados esperados. En la Escuela de Emprendedores, los estudiantes cuentan con soporte financiero para que sus proyectos vayan creciendo, aunque ellos mismo deben ir recaudando fondos adicionales durante su carrera.

¿La Facultad de Especialidades Empresariales realiza algún tipo de seguimiento al graduado para verificar si su proyecto de tesis de grado se pudo materializar y qué tipo de financiamiento utilizó?

Esto debe ser respondido por la Coordinación de Vinculación de la Facultad. Ellos llevan las bases de datos de los estudiantes graduados de la Facultad y cuentan con toda la información disponible.

¿Considera que la creación de una Fundación de la UCSG, con fondo económico propio, podría financiar la materialización de los proyectos de tesis de grado de sus estudiantes?

Si, considero que pudiera ser un camino viable para conseguir financiamiento y sobre todo, para dar transparencia al manejo de los fondos recibidos. Aunque ya existe una Fundación de la UCSG, pero la creación de una nueva, destinada exclusivamente a esta figura de financiamiento es una excelente opción

¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donantes inversores, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

Me parece una buena idea. Esta manera de recaudar fondos, a través de donantes o inversionistas, permite tener claridad y absoluta confianza en que el sistema cierra las puertas a la posibilidad de que los fondos sean destinados a otros proyectos.

¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, administrada por la Fundación UCSG y cuyos fondos sean distribuidos a través de un fideicomiso?

Creo que la principal ventaja de esa forma de recaudar fondos y de su posterior administración, es que generaría confianza en los donantes inversores que estén dispuestos a financiar los proyectos de los estudiantes. Las principales desventajas serían el incremento y control de gastos y la complejidad de los procesos que deben implementarse para el manejo de toda esta figura.

Entrevistas en profundidad

Las entrevistas fueron realizadas a 10 profesionales expertos en las áreas legal, financiera y académica, quienes proporcionaron información importante para determinar la validez de la propuesta realizada en esta tesis.

En la opinión de todos los profesionales entrevistados, la propuesta presentada es válida como solución alternativa para el financiamiento para los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG.

Análisis

Se utiliza un análisis descriptivo en el que se detalla cada una de las preguntas del cuestionario de las entrevistas y las encuestas. La presentación se realizada mediante gráficos torta para la recolección de datos.

CAPÍTULO V

La propuesta

Justificación

Si se lleva la situación descrita en la Introducción al caso de los graduados de la facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, y tal como es evidenciado en las encuestas realizadas a los estudiantes, puede apreciarse que muchos proyectos no logran convertirse en realidad debido a lo complicado que les resulta obtener un crédito a través del sistema financiero nacional, sin que tenga mayor importancia el efecto innovador, ambiental o social del proyecto. Cada año surgen ideas, de potenciales empresarios, que no logran convertirse en realidad por la falta de financiamiento.

Además, no existe una vía clara para que los estudiantes expongan todos estos proyectos a los distintos fondos, privados y públicos, que existen y están interesados y dispuestos a financiarlos, siempre que cumplan con las características por ellos requeridas.

La falta de un puente que una a estos dos actores, los estudiantes y sus proyectos de grado y los fondos y su disponibilidad de financiamiento, impide que muchos proyectos de emprendimiento y de investigación, vean la luz y se conviertan en una realidad que permita dar un sentido de utilidad a estos proyectos.

Importancia

Con base en análisis de las encuestas realizadas entre los graduados de las diferentes carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil durante los años 2017 y 2018, se pone en manifiesto la creación de una Plataforma de *Crowdfunding* en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que permitirá a los graduados convertir en realidad sus proyectos de emprendimiento de negocios presentados como trabajo de titulación.

Ubicación Sectorial y Física

Este proyecto es para ser implementado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, ubicada en el Km. 2 de la Ave. Carlos Julio Arosemena.

Descripción de la Propuesta

La propuesta está dirigida para realizarse en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, dependerá de la aprobación de los directivos de la Universidad, y contará con la colaboración y dirección de su Facultad de Especialidades Empresariales.

Figura del Financiamiento

Actores:

- ✓ Graduado
- ✓ Distintas facultades de la UCSG
- ✓ La Fundación de la UCSG creada exclusivamente para esta figura.
- ✓ Inversores o donantes
- ✓ Comité Evaluador Multi - profesional de Proyectos
- ✓ Administrador del Fideicomiso o del Encargo Fiduciario



Figura 11: Explicación gráfica de los actores que intervienen en la figura propuesta.

Funcionamiento:

1. El estudiante presenta y sustenta su tesis de grado ante el Tribunal de su respectiva facultad de la UCSG, como parte del proceso normal de titulación.
2. De acuerdo a lo que determine cada Facultad, aquellas tesis que sean consideradas como potenciales a convertirse en proyectos reales, deben ser calificadas por el Comité Evaluador de Proyectos, que realiza las consultas pertinentes hasta que le son totalmente solventadas. Como resultado de este análisis, se determina cuáles son los proyectos que tienen un impacto económico, social o de investigación y que merecen pasar a la búsqueda de financiamiento.

Se propone la utilización de una rúbrica, cuya propuesta se anexa a esta tesis, para evaluar si el proyecto recibido cumple con el puntaje mínimo establecido por el Comité, a través de una tabulación ponderada del impacto del mismo en distintos ámbitos, para que sea aceptado en la etapa de búsqueda de financiamiento, a través de la Fundación UCSG y la plataforma de *Crowdfunding*.

Los principales puntos a evaluar por el Comité, serían los siguientes:

- Impacto económico, en sectores de poco desarrollo.
- Impacto ambiental, para preservar o remediar ecosistemas.
- Impacto laboral, por el volumen de empleo que se puede crear.
- Impacto innovador, a través de herramientas tecnológicas disponibles.
- Impacto social, para mejorar la calidad de vida de la comunidad.
- Que el proyecto sea autosustentable en el tiempo.

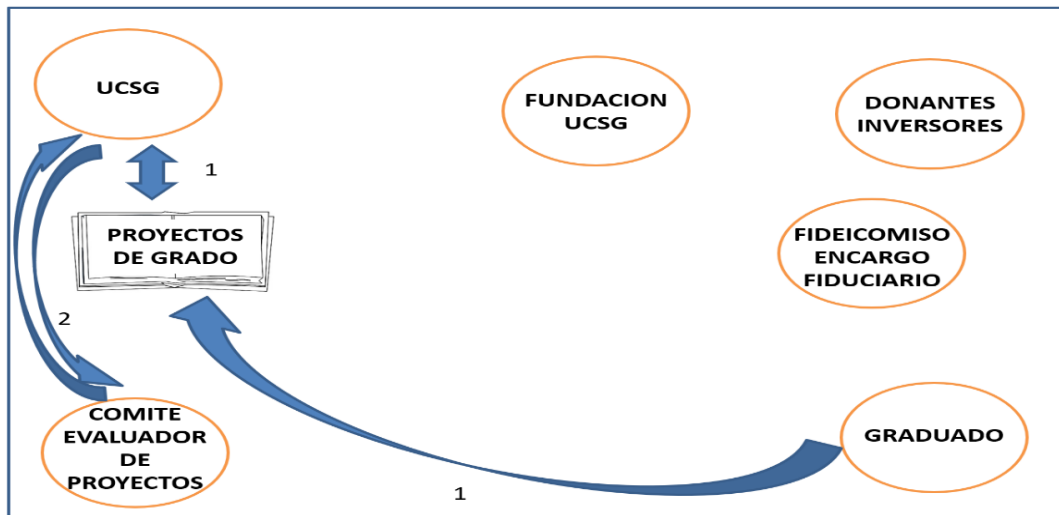


Figura 12: Explicación gráfica de puntos 1 y 2 del funcionamiento de la figura propuesta.

3. Estos proyectos, aprobados por el Comité, son enviados a la Fundación de la UCSG, constituida como un ente independiente, con el objetivo exclusivo de conseguir donantes inversores que estén dispuestos a participar de esta figura de financiamiento a los proyectos de los graduados de la Universidad, a través de la administración de la plataforma de *Crowdfunding*.
4. La Fundación sube estos proyectos a la plataforma de *Crowdfunding* para que sean expuestos y evaluados por posibles donantes inversores.

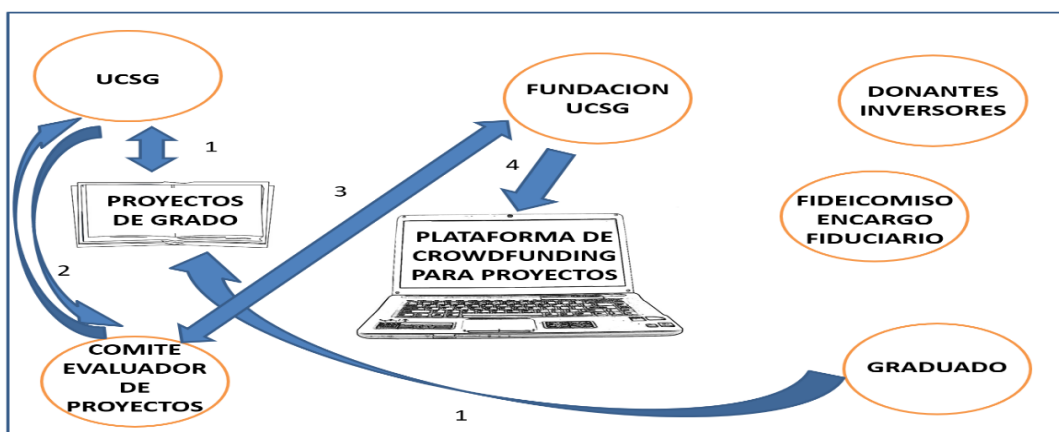


Figura 13: Explicación gráfica de puntos 1 a 4 del funcionamiento de la figura propuesta.

5. La Fundación consigue participantes que estén dispuestos a entregar fondos para el financiamiento de los proyectos de los estudiantes.

- Los donantes inversores evalúan los proyectos presentados, realizan consultas y si deciden entregar sus fondos o donaciones, lo hacen o a través de la plataforma de *Crowdfunding* o directamente a la Fundación y no al creador del proyecto.

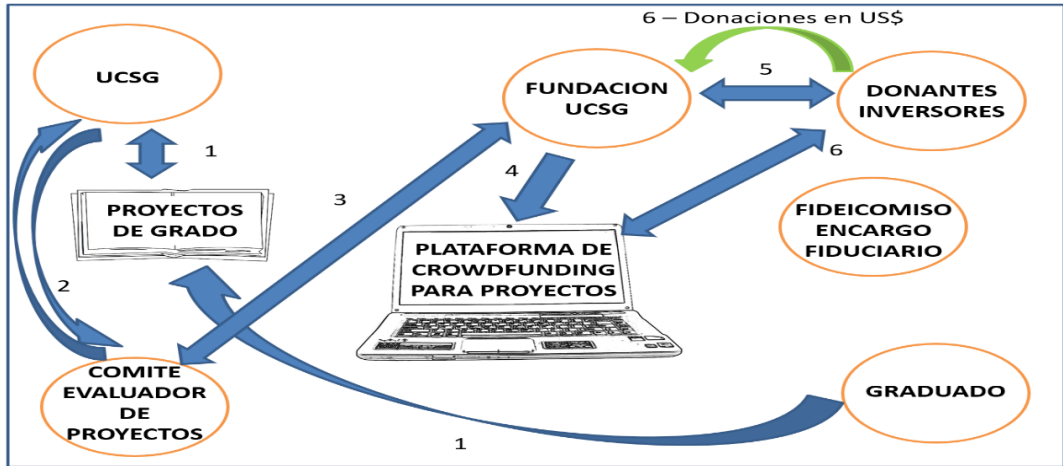


Figura 14: Explicación gráfica de puntos 1 a 6 del funcionamiento de la figura propuesta.

- La Fundación, ya con los recursos obtenidos, crea un encargo fiduciario o un fideicomiso, como ente responsable de entregar fondos a los diferentes proyectos, a medida que se vayan cumpliendo ciertos hitos acordados desde el inicio.
- Una vez que el graduado cumple los requisitos establecidos en el fideicomiso para un siguiente desembolso, le informa al Comité para que evalúe y certifique el avance y, así, estar listo para la siguiente etapa del financiamiento.

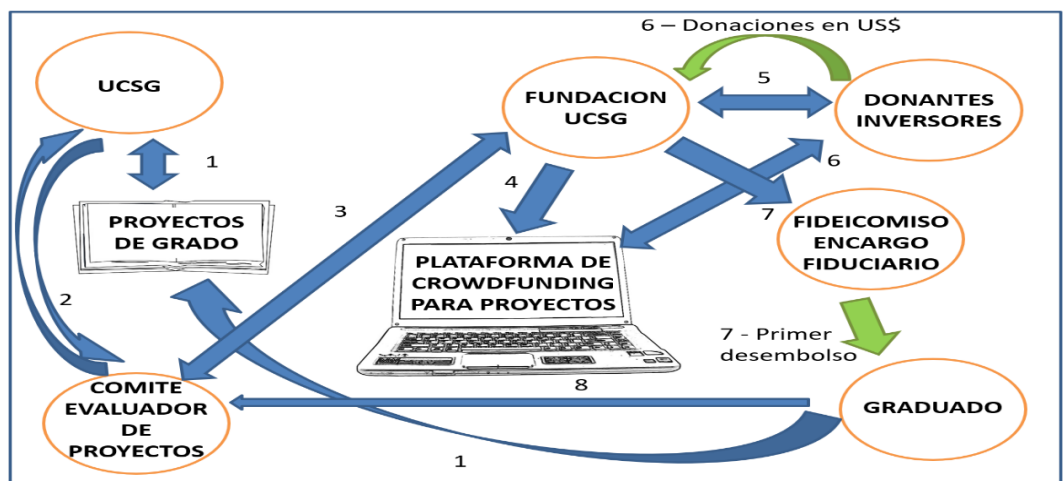


Figura 15: Explicación gráfica de puntos 1 a 8 del funcionamiento de la figura propuesta.

9. El Comité entrega al Fideicomiso el informe con su conformidad con el avance del proyecto.
10. Con el informe recibido, el Fideicomiso realiza el siguiente desembolso.
11. Se repite el proceso desde el punto 8 al 10, hasta que se concluye el financiamiento.

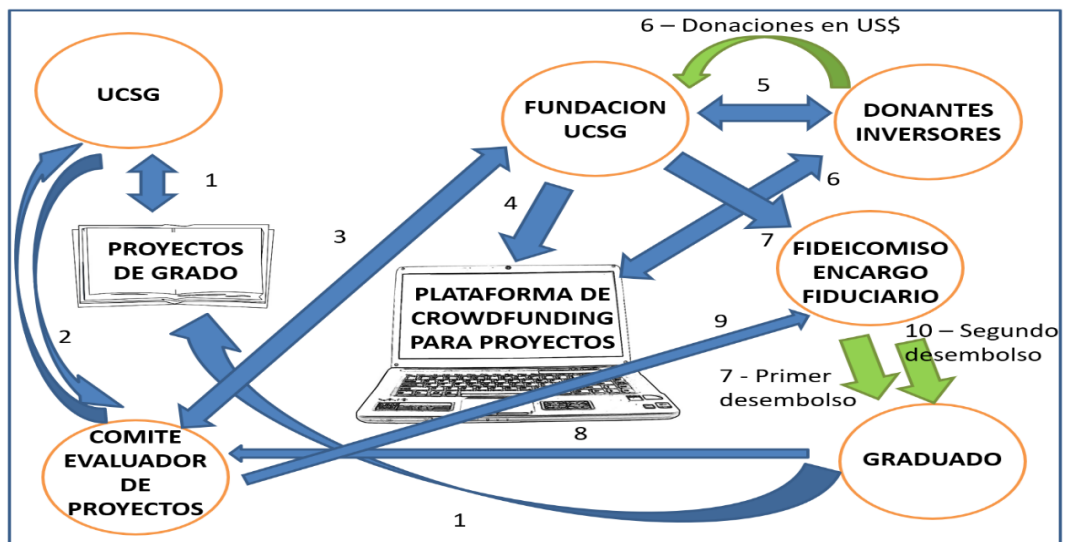


Figura 16: Explicación gráfica del funcionamiento de la figura propuesta.

Revisiones periódicas

Se deben realizar acciones trimestrales para que lo planteado se vaya fortaleciendo, para evaluar los logros que se vayan alcanzando y realizar las rectificaciones que fueran necesarias, las cuales deben considerarse en la Planificación Estratégica Institucional.

Estas acciones deben ser organizadas, coordinadas y realizadas por la persona que estará a cargo de la administración de la plataforma, en conjunto con el Decano de la Facultad de Especialidades Empresariales o su Delegado.

Evaluación de la propuesta

Como resultado de las entrevistas en profundidad realizadas a 10 profesionales expertos, se puede evidenciar que, en su opinión, ésta es una propuesta válida como una solución alternativa a los problemas de financiamiento para los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG.

Las respuestas de los expertos confirman que la creación de una Fundación de la UCSG, pero de administración independiente, con recursos económicos propios, pudiera convertirse en una alternativa efectiva para otorgar financiamiento a los proyectos de grado. Confirman también que esta figura potenciaría la transformación de proyectos en realidad, ya que sería posible acceder a fuentes directas de fondos, con menos intermediación financiera y con un menor tiempo de implementación.

Confirman también que el impacto de esta figura pudiera tener un efecto multiplicador en la creación de emprendimientos independientes, de la calidad de los proyectos de grados, de la generación de fuentes de empleo, de impacto social y ambiental, en la generación de riqueza y bienestar y también en el prestigio de la UCSG y sus distintas Facultades.

Se valida también que el manejo de los recursos se haga a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario le daría transparencia a la figura propuesta, ya que asegura que cada uno de los desembolsos para cada uno de los proyecto se realicen una vez que el Comité certifique el cumplimiento obligatorio de hitos acordados, a medida que el proyecto demuestre avances, así como daría seguridad a inversores o donantes de que sus recursos son utilizados exclusivamente en el objetivo para el que fueron entregados, lo cual fomenta la recepción de fondo de parte de los donaciones de forma permanente.

Las principales recomendaciones brindadas por ellos son las siguientes:

- Que las partes interesadas tengan un espacio para reunirse, conocerse y solventar dudas o consultas.
- Fomentar, a través de un premio económico, a la mejora de las tesis de grado.
- Abrir la plataforma a fondos internacionales que apoyen la creación de emprendimientos.
- Que los beneficiarios de estos fondos estén comprometidos a contratar a los graduados de la UCSG.
- Difusión adecuada a través de redes sociales para captar más interesados en contribuir al financiamiento de proyectos.
- Toda la campaña debe tener historias de éxito de proyectos cerrados y funcionando para captar la atención de inversionistas o donantes.
- La Fundación puede convertirse en una captadora de ideas y sugerencias, para el estudio de tesis de grado, que posteriormente pueden ser desarrollados como proyectos por los estudiantes.
- Que se asigne un mentor que acompañe al graduado en el arranque del proyecto.
- Es necesario que se identifiquen los principales grupos de interés del proyecto, los objetivos a mediano y largo plazo, para que sea sostenible en el tiempo la operación de financiamiento y el impacto que quieren alcanzar.
- Que se haga una adecuada difusión y rendición periódica de cuentas, así mismo, que se diseñen indicadores de gestión.

Conclusiones

Como resultado de la encuesta realizada, dentro del proceso de evaluación de las alternativas con las que los graduados de la Facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, propusieron financiar sus proyectos de grado, se pudo evidenciar lo siguiente:

- Solamente un pequeño porcentaje del 17% de los proyectos de grado presentados se convirtieron en realidad, y de ellos, el 68% fueron financiados con fondos propios, es decir apenas el 11,5% del total de los proyectos presentados, contaban con sus recursos para ponerlos en marcha.
- El 54% de los proyectos de grado no estuvieron orientados a un negocio propio, siendo el principal motivo que los resultados de su trabajo de tesis beneficiaban a terceros, sean estos sus lugares de trabajo o a las distintas comunidades.
- El 92% de los estudiantes hubieran desarrollado sus tesis de grado sobre un negocio propio si hubieran contado con un financiamiento conveniente.

Con esto se prueba claramente que la falta de financiamiento es el principal problema que debe ser enfrentado y superado si lo que se busca es conseguir que las próximas generaciones de profesionales graduados orienten sus esfuerzos a la creación de nuevas oportunidades, tanto para ellos como para otros, y no a la tradicional búsqueda de un puesto en el mercado laboral.

Esta tesis propone una figura para la financiación, a través de la creación de una plataforma de *Crowdfunding*, como una alternativa beneficiosa para lograr convertir en realidad los proyectos de grado de los graduados de la UCSG, la cual es el primero de los muchos pasos que la UCSG debe dar para conseguir evolucionar hasta alcanzar un siguiente nivel en la formación académica y profesional de sus estudiantes y de generar un mayor impacto en la sociedad.

Esta figura convertiría a la UCSG en la Institución pionera en presentar una solución definitiva al principal impedimento para que el emprendimiento crezca y perdure, claramente evidenciado en los resultados la encuesta y con el consecuente aporte al crecimiento económico nacional.

Como consecuencia de todo este sistema, si entra en funcionamiento, en el mediano plazo, los estudiantes van a mejorar la calidad de los proyectos de tesis porque, si requieren este financiamiento, deben cumplir con los estándares de revisión establecidos por el Comité de Evaluación. Adicionalmente, si la UCSG tuviera esta propuesta ya en funcionamiento, contaría con un incentivo muy atractivo para que más estudiantes desarrollen su carrera universitaria en la Institución.

Como resultado de la encuesta realizada a 10 profesionales expertos, de áreas absolutamente relacionadas a la propuesta: legal, financiera y académica, la figura de financiamiento presentada tiene validez y pudiera ser implementada con éxito.

Recomendaciones

La creación de una plataforma de *Crowdfunding*, coordinada por una Fundación de la UCSG que transparente la recaudación de fondos y el financiamiento de proyectos, es una alternativa válida y confiable para que los estudiantes tengan dónde exponer sus proyectos y que sean localizados y analizados por los donantes inversores, por lo que se recomienda:

- Crear un Comité de Evaluación multi – profesional que permita validar cuáles son las tesis que merecen ser incluidas en la lista de proyectos a financiar, evaluando el impacto económico y social de cada uno.
- Crear una Fundación de la UCSG exclusivamente para recaudar los fondos destinados al financiamiento de los proyectos, la cual brindará confianza en los inversores o donantes.

- Crear un Fideicomiso o un Encargo Fiduciario que cumpla con la entrega objetiva de fondos, asegurando transparencia en el manejo de los recursos de la Fundación y minimizando el riesgo de una malversación de los valores recibidos por el creador del proyecto.
- Se debe ampliar el análisis financiero y legal que faculte la implementación de esta propuesta y que asegure el correcto funcionamiento de esta figura.

BIBLIOGRAFÍA

- Acconcia, V. (2015). *www.vanacco.com*. Obtenido de Las 20 reglas de oro del Crowdfunding.
- Barral, P., & Barral, L. M. (Abril de 2014). ¿Por qué la gente financia proyectos vía Crowdfunding? España.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Betancourt, D. F. (19 de Diciembre de 2015). *www.ingenioempresa.com*. Obtenido de www.ingenioempresa.com/metodo-delphi
- Brabham, D. (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 75-90.
- Briozzoa, A., Vigier, H., Castillo, N., Pesce, G., & Speroni, M. C. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y forma legal? *ELSEVIR Estudios Gerenciales*.
- Cassariano, I., & Geuna, A. (2007). Remixing Cinema: The Case of the Brighton Swarm of Angeles. *SPRU Electronic Working Paper Series No. 165*.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá, Colombia.
- Cohen, M., & Baralla, G. (2012). La situación de las PYMES en América Latina. *IERALPyME*. Obtenido de ieralpyme.org.
- Cuesta et al. (2014). Crowdfunding en 360°: Alternativa de financiación en la era digital. *Observatorio Economía Digital*.
- Delgado, D. D., & Chávez, G. P. (2018). "Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento". *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Diario El Telégrafo. (7 de Mayo de 2017). <https://www.eltelegrafo.com.ec>. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec>: <https://www.eltelegrafo.com.ec>
- Ediciones Legales. (10 de Abril de 2002). LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS. Quito, Pichincha, Ecuador.
- FEE de la UCSG. (21 de Julio de 2019). Graduados de la Facultad. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de Apoyo a las Pymes en América Latina*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Gallardo, E., Torreguitart Miranda, M., & Torres Tomás, J. (2015). *¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding?* UOC.

- Goteo. (2019). *Goteo*. Recuperado el 24 de 11 de 2019, de www.goteo.org
- Gutierrez Meza, A. M. (2016). *¿Cómo crear una fundación?* Medellín: Universidad EAFIT.
- Hernández, R. (1 de Julio de 2015). *Fórmulas y Modelos de Crowdfunding*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es>
- Indiegogo. (2019). *Indiegogo*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2019, de <https://www.indiegogo.com/about/our-story>
- Jaime, E. E. (2017). *El Emprendimiento en Ecuador: Visión y Perspectivas*. Samborondón: Ecotec.
- Jumpstart Our Business Startups Act (JOBS Act). (3 de Enero de 2012). Jumpstart Our Business Startups Act (JOBS Act). Estados Unidos.
- Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). "An Empirical Analysis of Crowdfunding". Obtenido de <http://ssrn.com/abstract=1578175>
- Lánzanos. (2015). *Lanzanos*. Recuperado el 24 de 11 de 2019, de www.lanzanos.com
- Martínez, F. D., & Pascual, J. A. (2013). Plataformas y Proyectos de Crowdsourcing y Crowdfunding Cinematográfico en España. *ResearchGate*.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 1-16.
- Morales, O. (2015). Fundamentos de la investigación documental y la monografía. En O. Morales, *Introducción a los métodos y técnicas de investigación*. Cuba: Editorial Universitaria Félix Varela.
- Orozco, J., & Díaz, A. (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *Revista electrónica de los conocimientos, saberes y prácticas*, 17.
- Paz, R. (2019). La Paradoja del Éxito: ¿Cómo mantener el espíritu emprendedor y el éxito de una empresa? *Tecnología, Negocios, Estrategia*.
- Pérez, J. P. (2013). *Industrias Audiovisuales: Producción y Consumo*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Pérez, M. (2016). *Crowdfunding como Fuente de Financiación Alternativa*. Obtenido de <https://docplayer.es/34585279-Grado-en-administracion-de-emprendimientos-trabajo-fin-de-grado-crowdfunding-como-fuente-de-financiacion-alternativa.html>
- Projeggt. (2019). *Projeggt.com/kifund*. Recuperado el 24 de 11 de 2019, de <http://www.projeggt.com/kifund/4/>
- Quero, M. J., & Ventura, R. (2014). Análisis de las Relaciones de Co-Creación de Valor. Un Estudio de Casos de Crowdfunding. *Universia Business Review*, 128-143.

- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 32-49.
- Rodríguez de las Heras, T. (2013). El Crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Pensar en Derecho*, 101-121.
- Schwiebacher, A., & Larralde, B. (2018). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *HANDBOOK OF ENTREPRENEURIAL FINANCE*.
- Sellaband. (22 de Junio de 2010). *Sellaband.com*. Obtenido de www.sellaband.com
- Spain Crowdfunding. (15 de Julio de 2014). *Asociación Española de Crowdfunding*. Obtenido de Spain Crowdfunding: <http://www.spaincrowdfunding.org>
- Taylor, S. J. (2008). *La entrevista en profundidad. Métodos cuantitativos aplicados*. Chihuahua: Centro de Investigación y Docencia. Servicios Educativos del Estado de Chihuahua.
- tramitesyrequisitos.com. (2020). *tramitesyrequisitos.com*. Obtenido de <https://tramitesyrequisitos.com/ecuador/crear-una-fundacion/>
- ULULE. (2019). *ULULE*. Recuperado el 24 de 11 de 2019, de <https://es.ulule.com/about/ulule/>
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (05 de 07 de 2019). Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/fee/resena-historica/>
- Verkami. (2019). *Verkami*. Recuperado el 24 de 11 de 2019, de www.verkami.com
- Vulkan, N. Å. (2016). Equity crowdfunding: A new phenomena. *Journal of Business Venturing Insights*, 37-49.
- Yuan, H. L. (2016). The determinants of crowdfunding success: A semantic text analytics approach. *Decision Support Systems*, 67-76.
- Zamora, C. S. (2017). La importancia del emprendimiento en la Economía: Caso Ecuador. *Espacios*, 15.

ANEXOS

ANEXO 1

PREGUNTA	SECUENCIA	POSIBLES RESPUESTAS							
1.- ¿Su proyecto de tesis de grado estuvo orientado al emprendimiento de un negocio propio?	SI - Vaya a la 2 No - Vaya a la 7	SI	NO						
2.- Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿qué tipo o cuál era la naturaleza del negocio?	Vaya a la 3	Gastronómicos	Productivos	Turismo	Comercialización	Servicios	Deportivos	Internet	Otra
3.- Si su respuesta a la pregunta 1 fue afirmativa, ¿su proyecto se convirtió en realidad?	SI - Vaya a la 4 No - Vaya a la 5	SI	NO						
4.- Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cómo financió la implementación de su proyecto?	FIN	Fondos propios	Familiares y amigos	Bancario	Estatal	Inversionistas privados	Otra		
5.- Si su respuesta a la pregunta 3 fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?	Vaya a la 6	Falta de financiamiento	No tuve una intención real de implementarlo	Entré al mercado laboral tradicional	Desarrollé otro proyecto de emprendimiento	Me dediqué a otras cosas	Otra		
6.- Si hubiera tenido acceso a un financiamiento adecuado, ¿hubiera concentrado sus esfuerzos para hacer realidad su proyecto de tesis?	FIN	SI	NO						
7.- Si su respuesta a la pregunta 1 fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?	Vaya a la 8	Tengo interés en la investigación científica	Los resultados del proyecto están orientados a terceros	Motivos personales	Otra				
8.- Si hubiera tenido acceso a un financiamiento adecuado, ¿hubiera hecho su proyecto de tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio?	FIN	SI	NO						

Figura 17: Pregunta de la encuesta y secuencia de respuestas

ANEXO 2

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

23

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

Día _____ Mes _____ Año _____

#	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	
1	NO	-	-	-	-	-	2	SI	
9	NO	-	-	-	-	-	2	SI	
12	SI	INTERES	NO	-	3	SI	-	-	
11	SI	DISEÑO LOCALS	NO	-	4	SI	-	-	
15	SI	PROYECTOS PROYECTOS	NO	-	5	SI	-	-	
18	NO	-	-	-	-	-	2	SI	
21	SI	2	SI	FAM. BANCOS	-	-	-	-	
23	SI	PERROS	SI	Propios.	-	-	-	-	
20	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
26	SI	CONTRAT. XMT	NO	-	3	SI	-	-	
27	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
28	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
33	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	NO	
40	NO	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE GUATEMALA					-	1. C.	SI
44	SI	Proyecto	NO	-	4 ^o	SI	-	-	
2/Ago/2018									
30	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
23	SI	LOWKEY	NO LOWKEY	-	3	SI	-	-	
27	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
34	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
36	SI	CONTACT.	SI	FONDOS PROPIO	-	-	-	-	
46	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os}	SI	
47	NO	-	-	-	-	-	3 ^{os} SOC.	SI	
48	SI	LOWKEY	NO	4	SI	-	-	-	

Figura 18: Página 1

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

(23) + (25) = (48)

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

Día _____ Mes _____ Año _____

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
41	No	-	-	-	-	-	305	Si
51	Si	CONAC	No	1	1	Si	-	-
52	No	-	-	-	-	-	305	Si
53	No	-	-	-	-	-	305	Si
54	Si	CONAC	No	-	4	Si	-	-
57	Si	PRODUC.	No	-	1	Si	-	-
59	Si	CONAC	No	-	4	Si	-	-
60	Si	CONAC	Si	-	1	-	-	-
60	No	-	-	-	-	-	301	Si
63	Si	CONAC	Si	FOLIOS	-	-	-	-
65	Si	SERV.	No	-	1	Si	-	-
67	Si	SERV.	Si	FOLIOS	-	-	-	-
68	Si	CONAC	Si	BANCOS	-	-	-	-
69	No	-	-	-	-	-	302	Si
71	Si	SERV.	Si	PROPIOS	-	-	-	-
73	Si	PRODUC.	No	-	1	Si	-	-
75	Si	CONAC	No	1	Si	-	-	-
86	Si	CONAC	No	-	PRODUC	Si	-	-
88	No	-	-	-	-	-	302	Si
88	No	-	-	-	-	-	305	Si
93	Si	INTER	No	-	4	Si	-	-
91	Si	SERV.	Si	PROPIOS	-	-	-	-
94	Si	INTER	No	PROPIOS	1	Si	-	-
95	Si	INTER	No	-	4	Si	-	-
97	No	-	-	-	-	-	305	Si

Figura 19: Página 2

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

(48) + (25) = 73

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

Día _____ Mes _____ Año _____

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
98	No	-	-	-	-	-	300	Si
99	No	WATER.	-	-	-	-	300	Si
100	Si	SERV. LIMP.	Si	3 AÑOS	-	-	-	-
101	No	-	-	-	-	-	300	Si Si
102	Si	WATER.	No	-	2	Si	-	-
106	No	-	-	-	-	-	INV. CLIENT.	Si
107	Si	SERVIC.	No.	-	1	Si	-	-
109	No	-	-	-	-	-	300	Si
110	Si	Produt.	Si	EXAMEN	-	-	-	-
122	No	-	-	-	-	-	300	Si
125	Si	SERVICIA	NO	-	4	Si	-	-
113	No	-	-	-	-	-	300	Si
128	Si	WATER. WATER.	Si	Bus.	-	-	-	-
131	Si	Produt.	No	3	-	Si	Si	-
132	Si	INTER.	Si	Produt.	-	-	-	-
133	Si	Produt.	No	2	-	No	-	-
130	Si	WATER. WATER.	No	-	4	Si	-	-
143	Si	WATER.	Si	Produt.	-	-	-	-
147	Si	PROD. PROD.	No	-	2	No	-	-
150	Si	PROD. PROD. SERVICIA	No	-	4	No	-	-
151	Si	SERVICIA	No	-	1	Si	-	-
154	Si	PROD. HAVANCA	No	-	3	No	-	-
160	Si	INTER.	No	-	3	Si	-	-
168	Si	SERVICIA	No	-	1	Si	-	-
117	No	-	-	-	-	-	300	Si

Figura 20: Página 3

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

(73) + (25) = (98)

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
(177)	Si	SERVICIO DIV. FINAN.	No	-	3	Si	-	-
(186)	Si	INTEREST	No	-	2	No	-	-
(183)	Si	PRODUC. MERCANT.	No	-	1	Si	-	-
(189)	Si	PRODUC. COMERC.	Si	FAMILIA	-	-	-	-
(180)	Si	Financiero	No	4	-	No	-	-
(182)	No	-	-	-	-	-	1	Si
(184)	No	-	-	-	-	-	OTROS INTERES	Si
(186)	Si	COMERC. CARGO	No	-	OTROS FACTORES	Si	-	-
(188)	Si	PRODUC. COMERC.	Si	BOS.	-	-	-	-
(185)	Si	ANTE	No	-	3	Si	-	-
(190)	Si	INTEREST	No	-	2	Si	-	-
(196)	Si	SERVICIOS	Si	PROPIOS ASOCIOS	-	-	-	-
(197)	Si	Financiero	No	-	2	Si	-	-
(200)	No	-	-	-	-	-	303	Si
(202)	No	-	-	-	-	-	303	Si
(201)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(204)	No	-	-	-	-	-	I.C.	No Perten. I.C.
(205)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(208)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(210)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(212)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(216)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(218)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(219)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(203)	Si	CASTRON.	No	-	1	Si	-	-

Figura 21: Página 4

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

$(98) + (25) = 123$

MAESTRÍA EN FINANZAS &
ECONOMÍA EMPRESARIAL

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	Día	Mes	Año	
224	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	No				ES, MANA
225	Si	EN LINEA INTERNET	Si	Propios	-	-	-	-				
226	No	-	-	-	-	-	I.C.	No				Poca EXPEN. I.C.
227	No	-	-	-	-	-	I.C.	No				Poca EXPEN. I.C.
232	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	Si				
233	Si	SERVICIO al cliente	Si	Propios	-	-	-	-				
236	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	Si				
239	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	No				Poca EXPEN.
231	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
237	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
238	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
251	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	Si				
258	Si	SERVICIO al cliente	Si	Propios	-	-	-	-				
259	Si	COMERCIO	Si	Propios	-	-	-	-				
259	Si	SERVICIO al cliente	Si	Propios	-	-	-	-				
261	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
240	Si	OTRO	No	-	1	Si	-	-				
272	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	Si				
280	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
281	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
286	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si				
288	No	-	-	-	-	-	3 ^{os}	Si				
292	Si	Transporte	Si	Propios	-	-	-	-				
301	Si	Tourismo	No	-	1	Si	-	-				
307	Si	Tourismo	No	-	4	Si	-	-				

Figura 22: Página 5

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

(123) + (25) = 148

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

	#1	#2	#3	#4	#5	Día	Mes	Año	#8
262	No	-	-	-	-	-	-	3º	Si
271	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
285	No	comerc.	-	-	-	-	-	3º	Si
307	No	-	-	-	-	-	-	3º	No VA ESTÁ EL NEGOCIO
322	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
351	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	No NO ME GUSTA (I.C)
352	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
371	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
385	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
387	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	NO NO ME GUSTA (I.C)
389	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
315	No	-	-	-	-	-	-	3º	Si
317	No	-	-	-	-	-	-	3º	Si
7	Si	comerc. pocos	Si	Propia	-	-	-	-	-
42	No	-	-	-	-	-	-	I.C.	Si
53	Si	comerc.	Si	Propia	-	-	-	-	-
66	No	-	-	-	-	-	-	3º	Si
79	Si	comerc. pocos	Si	Propia	-	-	-	-	-
82	Si	comerc. pocos	Si	Propia	-	-	-	-	-
83	No	-	-	-	-	-	-	3º	Si
89	Si	SERVICIO LIMPIEZA PRODUCT Y COMERC.	Si	Propia	-	-	-	-	-
114	Si	comerc.	No	-	3	Si	-	-	-
131	Si	comerc.	No	-	4	Si	-	-	-
139	Si	comerc.	No	-	3	Si	-	-	-
141	Si	SERVICIO TRANSPORTES	No	-	1	Si	-	-	-

Figura 23: Página 6

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

EXISTEN ANTES

(178) + (25) = 173

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
					Día	Mes	Año	
(147)	Si	COMERC. PRODU.	No	-	1	Si	-	-
(149)	Si	PRODU. COMERC.	No	-	1	Si	-	-
(148)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(155)	Si	PRODU. SERVICIO	No	-	4	Si	-	-
(161)	Si	SERVICIO APP.	No	-	2	Si	-	-
(121)	Si	GASTRONOMIA REST.	Si	No	Prop. Bus	-	-	-
(183)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰²	Si
(191)	Si	PRODU. COMERC.	No	-	1	Si	-	-
(214)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(211)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(265)	Si	SERVICIO IMP. 3D	No	-	3	Si	-	-
(272)	Si	SERVICIO HOTEL	No	-	1	Si	-	-
(295)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰⁵	Si
(305)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰¹	Si
(302)	Si	GASTRON.	Si	Si	Propia GFU	-	-	-
(301)	Si	PRODU. COMERC.	Si	Si	Propia GFU	-	-	-
(318)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰³	Si
(316)	Si	GASTRON. TOURISMO	No	-	1	Si	-	-
(350)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰²	Si
(352)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰⁵	Si
(353)	Si	TURISMO	Si	Si	Propia	-	-	-
(370)	Si	TURISMO	No	-	2	Si	-	-
(358)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si
(365)	Si	GASTRON.	No	-	1	-	-	-
(366)	No	-	-	-	-	-	3 ⁰²	Si

Figura 24: Página 7

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

$(197) + (24) = (221)$

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	
							Día	Mes	Año
(488)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(489)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	
(501)	No	-	-	-	-	-	OTROS EXATEN.	Si	
(502)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(510)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	
(511)	Si	gestión empresarial	No	-	1	Si	-	-	
(512)	Si	gestión empresarial	No	-	4	Si	-	-	
(503)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(514)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(513)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	
(504)	Si	COMERC CANTON	Si	Si / Propios	-	-	-	-	
(515)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	
(516)	Si	servicio cliente	No	-	-	-	OTROS	-	
(517)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(518)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(519)	Si	gestión empresarial	No	-	1	Si	-	-	
(520)	No	-	-	-	-	-	I.C.	No NO TIENE INTERES	
(546)	No	gestión empresarial	Si	-	-	-	305	Si	
(547)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(548)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	
(551)	Si	servicio clientes	Si	Si / Propios	-	-	-	-	
(548)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(550)	No	-	-	-	-	-	305	Si	
(516)	No	-	-	-	-	-	305	No NO TIENE INTERES	
(404)	No	-	-	-	-	-	I.C.	Si	

Figura 26: Página 9

Hojas de trabajo para levantamiento de encuesta

(221) + (5) = (226)

MAESTRÍA EN FINANZAS & ECONOMÍA EMPRESARIAL

Día _____ Mes _____ Año _____

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
(118)	No	-	-	-	-	-	IC	Si
(121)	No	-	-	-	-	-	3 ^{as}	Si
(135)	No	-	-	-	-	-	3 ^{as}	Si
(141)	No	-	-	-	-	-	3 ^{as}	Si
(144)	No	-	-	-	-	-	3 ^{as}	No No tiene internet
==	==	==	==	==	==	==	==	==

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Figura 27: Página 10

ANEXO 3

Información base	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Preguntas 4 y 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8
Estudiantes graduados en los años 2017 y 2018 Total: 540. Muestra: 225	¿Su proyecto de tesis de grado estuvo orientado al emprendimiento de un negocio propio?	Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cómo financió la implementación de su proyecto?	Si su respuesta a la pregunta 1 fue afirmativa, ¿su proyecto se convirtió en realidad?	Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿cómo financió la implementación de su proyecto?			
100%	SI 46%	Comercialización 27%	SI 37%	Fondos propios 68%			
	SI 46%	Servicio 20%	NO 63%	Préstamos bancarios 18%	Si se contara con el financiamiento adecuado, ¿hubiera concentrado sus esfuerzos en hacer realidad su proyecto de tesis?	SI 91%	
	NO 54%	Productivo 18%		Financiamiento estatal 5%	NO 9%		
		Internet 13%		Otros menores 9%			
		Gastronómico 11%		Si su respuesta a la pregunta anterior fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?	SI 91%	Si su respuesta a la pregunta 1 fue negativa, ¿cuál fue el principal motivo de su respuesta?	Si se contara con el financiamiento adecuado, ¿hubiera hecho su proyecto de tesis sobre el emprendimiento de un negocio propio?
		Turismo 7%		Falta de financiamiento 40%	NO 9%	La tesis beneficiaba a terceros 61%	SI 89%
		Otros 4%		Emprendió otro proyecto 25%		Desarrolló una investigación 37%	SI 89%
				No pudo por su trabajo 18%		Examen complejo 1%	NO 11%
				Cambio de condiciones 14%		Otros menores 1%	
				Otros menores 3%			

Figura 28: Resumen de los resultados de la encuesta.

ANEXO 4

CONCLUSION GENERAL 1

Estudiantes graduados en los años 2017 y 2018 Total: 540. Muestra: 225	¿Cuál es el porcentaje de proyectos de tesis que se convirtieron en negocios reales?	
100%	SI	17%
	NO	83%

CONCLUSION GENERAL 2

Estudiantes graduados en los años 2017 y 2018 Total: 540. Muestra: 225	Si se contara con el financiamiento adecuado, ¿cuál es el porcentaje de graduados que hubiera desarrollado su tesis sobre un negocio propio?	
100%	SI	92%
	NO	8%

Figura 29: Resumen de las otras conclusiones generales de los resultados de la encuesta.

ANEXO 5

TEMA: _____

GRADUADO: _____

FECHA: _____

Peso porcentual	Criterios de evaluación	Indicador	Gran Impacto (10-9 puntos)	Impacto medio (8-7 puntos)	Impacto bajo (6-5 puntos)	Impacto insuficiente (4-3 puntos)	Puntaje total
20%	Impacto económico en la economía de uno o varios sectores.	Nivel de impacto en la economía de un sector o varios sectores. .	El proyecto tiene un gran impacto en la economía de uno o varios sectores de poco desarrollo. Impulsa adecuadamente la economía, causando un cambio positivo muy notable en la misma.	El proyecto tiene un impacto considerable en la economía de uno o varios sectores de poco desarrollo. Tiene un ligero cambio positivo en la economía.	El proyecto tiene un impacto menor en la economía de uno o varios sectores de poco desarrollo. El cambio causado por el proyecto es mínimo.	El impacto económico del proyecto es nulo o insuficiente.	-
20%	Impacto ambiental en la preservación o remediación de un ecosistema.	Nivel de impacto en la preservación o remediación de un ecosistema.	El proyecto produce un gran impacto con respecto a la preservación o reconstrucción del medio ambiente. El cambio causa el proyecto es muy positivo e importante en el ecosistema.	El proyecto impacta de manera considerable en la preservación y reconstrucción del ecosistema, causando un cambio relevante en el mismo.	El proyecto tiene un impacto menor en la preservación o reconstrucción del ambiente. El cambio positivo causado es ligero.	El proyecto presenta un impacto nulo o insuficiente en la preservación o remediación del ecosistema o tiene un impacto negativo sobre el mismo.	-
20%	Impacto laboral	Cuantifica el impacto laboral del proyecto.	El proyecto produce un incremento importante y visible en el volumen de empleo. El incremento laboral que se crea en relación al proyecto es muy notable y esencial. El proyecto es muy efectivo al momento de aumentar el volumen de empleo que puede causar.	El proyecto causa un incremento considerable en el volumen de empleo. El proyecto aumenta positivamente el volumen de empleo de manera notable.	El proyecto apoya ligeramente al incremento en el volumen de empleo. Causa un mínimo cambio positivo en el incremento laboral previo.	El proyecto tiene un impacto nulo o insuficiente en el incremento positivo del volumen de empleo.	-
20%	Impacto social	Nivel del impacto de la calidad de vida de una sociedad.	El proyecto mejora de manera notable y positiva a la calidad de vida de la comunidad. El proyecto llega a solucionar varios problemas importantes que disminuían la calidad de vida del lugar.	El proyecto logra mejorar considerablemente la calidad de vida de la comunidad. Logra solucionar algunos problemas que interferían con la calidad de vida de la comunidad.	El apoyo que da el proyecto a la mejora a la calidad de vida de la comunidad es menor. Causa un cambio mínimo al mejorar la calidad de vida de la comunidad.	El proyecto tiene un impacto nulo o insuficiente sobre la calidad de vida de la comunidad.	-
10%	Innovación tecnológica	Uso innovador de las herramientas tecnológicas disponibles.	El proyecto es altamente innovador, usa las herramientas tecnológicas de manera creativa para llevar a cabo el proyecto. Usa las herramientas de diversas maneras para poder implementar el proyecto.	El impacto innovador del proyecto es notablemente bueno, usa las herramientas tecnológicas disponibles para que el proyecto funcione.	El impacto innovador que tiene el proyecto es menor. Usa las herramientas tecnológicas disponibles de manera convencional/habitual.	El impacto innovador del proyecto es nulo o insuficiente.	-
10%	Proyecto autosustentable	Auto sustentabilidad en el tiempo.	El proyecto es autosustentable y puede funcionar de manera adecuada y prevista, en el largo plazo.	El proyecto es autosustentable por un lapso considerable, funciona de manera adecuada en el mediano plazo. Afecta el tiempo de vida del proyecto.	El proyecto es autosustentable por un lapso corto. El tiempo de vida del proyecto es de corto plazo.	La autosustentabilidad del proyecto es nula o insuficiente.	-
100%	Puntos totales						-

COMENTARIOS: _____

Evaluador: _____

Firma: _____

Fecha: _____

Figura 30: Rúbrica para la evaluación si un proyecto de grado pasa a la etapa de búsqueda de financiamiento en la plataforma de *Crowdfunding*.

ANEXO 6

Entrevista en profundidad a profesionales

Entrevista al Econ. David Galvis Posada

Economista, graduado en la UCSG. Magíster en Administración de Empresas, graduado en IDE *Bussiness School*. Docente en la Escuela de Empresas de la Universidad de San Francisco de Quito. Docente en el Colegio de Contadores Públicos de Pichincha. Profesional con más de 20 años de experiencia en áreas financieras de compañías como PriceWaterhouseCoopers, Montgomery & Palacios, Probucam, Corporación CFC, Diario El Telégrafo, Grupo Intermética y Seguros Sucre.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Me parece que esta iniciativa es válida, así facilitaría la ejecución de proyectos ya que la consecución de fondos para poder arrancarlos es complicada y larga.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Me parece una buena forma de reunirlos, sin embargo, creo que debería completarse con alguna especie de taller o de “venta” de los proyectos a los posibles donantes. También debería estar claro si es en calidad de donación o de inversión.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Por supuesto, un encargo o fideicomiso manejado por una administradora de fondos y fideicomisos le dará transparencia, información financiera al día y seguridad. Sin embargo, hay que considerar que cualquiera de las dos figuras, fideicomiso o encargo, representan un costo de administración que debería ser contemplado a la hora de analizar los costos de dichos proyectos.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Me parece una opción válida, la respuesta está en la pregunta 1.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Además de las sugerencias planteadas en las respuestas a las preguntas 2 y 3 ninguna.

Entrevista al Dr. Paúl Ponce Quiroz

Doctor en Jurisprudencia, Magíster en Derecho Penal y Criminología, Ex Docente de la Facultad de Derecho de la UESS, Ex Fiscal Provincial del Guayas, Agente Fiscal, Autor de textos de materia legal.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Considero totalmente valida la propuesta, ya que la misma se constituiría en una importante acción de emprendimiento, de beneficio a los profesionales recién graduados, de generación de fuentes de empleo e incluso de un mayor posicionamiento de la facultad, ante esta opción de financiamiento de proyectos.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: El funcionamiento de la plataforma (aunque podría no ser el único medio) se constituye en una herramienta importante para hacer realidad el proyecto y su seriedad será importante para que se genere donaciones en forma permanente.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Si, puesto que esta figura no solo que da transparencia, sino también seguridad en el cumplimiento de las directrices de manejo de los proyectos y sus fondos asignados.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Considero que la propuesta es una opción válida, innovadora y de urgente y necesaria aplicación como fuente de financiamiento de proyectos de grado.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Podría sugerir que los estudiantes puedan también tener contacto directo con los futuros inversionistas a través de posiciones directa (en presencia del comité de la Universidad) para despejar dudas, o tener información adicional sobre el proyecto e incluso para negociar montos de inversión.

Entrevista al Abg. Rolando Ludeña Ocampo

Economista y Abogado. Gerente General de la firma Ludeña & Asociados. Magíster en Administración de Empresas. Operador bursátil. Docente de Legislación Tributaria en la Maestría de Administración de Empresas de la Universidad Católica “Santiago de Guayaquil”. Tutor de tesis y Presidente de Tribunales de sustentación de tesis de grado de maestrías. Cuenta con 15 años de experiencia manejando temas de consultoría legal, contable y tributaria, en compañías nacionales y multinacionales. Se ha desempeñado como: Consultor legal y tributario en las compañías: “Deloitte & Touche”, “Ribadeneira Abogados” y como Gerente de Consultoría legal y tributaria de la firma “Tax Advisories”.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Si, considero que sería muy importante que exista una Fundación de la propia Universidad que impulse los proyectos de sus propios graduados.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Me parece una excelente idea, la plataforma de *Crowdfunding* facilitaría la canalización de las donaciones, el proceso sería más eficiente y ágil.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Si por supuesto, un fideicomiso al ser un tercero calificado y de prestigio, garantizará la utilización de recursos y animará a los donantes a realizar sus donaciones.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Totalmente, pienso que es una opción válida y necesaria para que mucho de los buenos proyectos que se originan en las tesis de grados, vayan más allá de un simple proyecto y logren llegar a emprendimientos que generen riqueza y bienestar.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Como recomendaciones podría proponer las siguientes:

1. Implementar un premio económico para las mejores tesis de grado, a las que se les podrá entregar un capital semilla para el inicio del emprendimiento.
2. Abrir el *Crowdfunding* a fondos internacionales o de ONG que apoyen el desarrollo de emprendimientos;
3. Comprometer a los beneficiarios del *Crowdfunding* a contratar personal graduado de la propia UCSG

Entrevista al Ing. Vladimir Niama Amoroso

Ingeniero comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, certificado en NII, con más de 20 años de experiencia y desarrollo profesional. Certificado en International *Financial Reporting* emitido por el ACCA (*Association of Chartered Certified Accountants*). Socio de MOORE desde el año 2010. Participó como expositor en diversos foros nacionales e internacionales relacionados con Auditoría de las NIIF, en la Cámara de Industrias de Manta, Superintendencia de Compañías de Guayaquil, Universidad Estatal de Guayaquil, ESPOL y más de 30 compañías del sector privado.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Con un enfoque adecuado, en el cual el beneficio de la fundación sea direccionado plenamente a los necesitados, puede ser una buena alternativa de financiamiento.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Las donaciones económicas en nuestro medio se encuentran todavía en desarrollo en la idiosincrasia, pero demostrando seriedad pudiera tener el éxito que se busca.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: El hacerlo a través del mercado fiduciario, eleva el profesionalismo y seriedad lo cual le da más transparencia al proyecto.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Considerando lo dicho anteriormente, lo convierte en una fuente válida.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Buscar partícipes reconocidos en el medio que participen en proyecto y con una difusión adecuada en redes sociales y la red digital actual que es global, ayudaría a alcanzar el éxito que buscan.

Entrevista a la CPA Mariela Cáceres Barroso

CPA graduada en la UCSG. Experta en el manejo de Tesorería Corporativa con más de 20 años de experiencia en compañías como PRIMAX, Plásticos Ecuatorianos, AMBEV y CERVESURSA.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Si me parece apropiado que la Fundación cuente con un capital propio pero es válido que también recurra a financiamiento bancario si el proyecto es realmente bueno o de aporte a la comunidad que le pueda generar un retorno.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Si logra mantener los fondos necesarios para impulsar los proyectos con donaciones en buena hora y si se realizan través de una plataforma donde los inversores o donantes puedan tener claridad de los proyectos que pueden respaldar me parece idóneo.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Pienso que le da transparencia al uso de los fondos que se reciban, porque en el fideicomiso se establecen desde el inicio las condiciones para los desembolsos así como los avances, de esta manera se garantiza que los fondos se destinen al proyecto aprobado o se dejan de dar avances por incumplimiento del plan de trabajo, garantizando que no exista favoritismo o uso a llave abierta de los recursos.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Creo que es una propuesta viable, pero si carece de apoyo y son proyectos con gran potencial hay que recurrir a otras fuentes para impulsar los logros de la UCSG

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Creo que la figura propuesta es muy buena, pero debe ir acompañada de historias de éxitos de proyectos ya cerrados para captar la atención de inversionistas o benefactores.

Entrevista al Ing. Javier Berrezueta Vélez

Ingeniero Civil, graduado en la UCSG. Presidente de la Constructora CONSBER desde el año 2004. Gerente Técnico de LICOSA desde el año 1997. Cuenta con una experiencia de más de 20 años en la dirección y obtención de financiamiento de proyectos.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Por supuesto que sí. Es una alternativa viable, ya que el apoyo de una institución académica de prestigio como la UCSG, respalda al estudiante y ayudaría al logro de los objetivos de los trabajos de grado.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Me parece buena opción, que debe ir acompañada de una correcta difusión, para que sea aplicable a nivel necesario para financiar este tipo de proyectos.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Creo que es completamente necesario, ya que es fundamental en este proceso la confianza de los aportantes o donantes, en el buen destino de los fondos entregados.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Con el debido estudio y definición de los términos necesarios para reglamentar este proceso, esta figura es una opción más que válida de fuente de financiamiento para los proyectos de grado.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: La gran mayoría de estudiantes no cuentan con recursos suficientes como para la contraparte necesaria para la puesta en marcha de los procesos. Esta iniciativa deberá ser acompañada de líneas de crédito directa con instituciones financieras, a fin de poner a disposición de los estudiantes hipotecas para garantizar la contraparte del estudiante.

Se deben definir tiempos para cada paso del proceso, ya que actualmente muchos proyectos son viables, pero los trámites burocráticos de las instituciones financieras del sistema bancario, vuelven imposible la obtención de los créditos necesarios para desarrollarlos.

Considero que esta fundación puede convertirse también en la captadora de ideas y sugerencias para el estudio de tesis de grado, que posteriormente pueden ser desarrollados como proyectos por los estudiantes.

Entrevista al Ing. Jorge Velasteguí Calderón

Ingeniero en Sistemas, graduado en el Tecnológico Espíritu Santo. Cuenta con una experiencia de más de 10 años en la creación de empresas independientes de comercialización de productos y en el sector gastronómico. Experto en Marketing y en posicionamiento de marcas.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Si, una fuente de financiación es lo primero que busca un emprendedor, el mismo que, por lo general, no es sujeto de crédito en ninguna institución financiera. Veo como una excelente alternativa para nuevos proyectos.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Lo veo como un reto. Con una buena difusión (marketing) y el respaldo de la UCSG, la iniciativa puede coger tracción para que los capitales necesarios sean una realidad.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Si, esto daría una figura legal robusta y el respaldo a los donantes de que su dinero se entregará a los emprendedores.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Sí veo válida la figura propuesta, ya que el proceso, los sistemas y la figura legal están claras, solo se necesitaría una comunicación agresiva por parte de la UCSG para que los posibles donantes puedan aportar en este proyecto.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

Sugiero que la Fundación UCSG a más de administrar los fondos para el proyecto, también asigne un tutor o mentor, con experiencia en emprendimientos, para que acompañe al recién graduado en el arranque del proyecto. Muchos emprendimientos fracasan por falta de un mentor que ya haya recorrido el camino que están por empezar.

Entrevista al Ing. César Ortiz Beltrán

Profesional con probada experiencia de más de 23 años en áreas relacionadas con finanzas, contabilidad, auditoría y consultoría contable – tributaria. Adicionalmente desde el año 2005 se ha especializado además en Precios de Transferencia. Socio de la división de Impuestos de PwC AE oficina Guayaquil. Tiene una Maestría en Finanzas de la Universidad San Francisco de Quito. Ingeniero Comercial y Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Pudiera entenderse que esta operación se aleja del objetivo principal de la UCSG, que es la educación de tercero y cuarto nivel, sin embargo, podría cumplir un papel de intermediario o catalizador que permita poner en contacto a los estudiantes emprendedores como potenciales inversionistas (*business angels*).

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Sería importante aclarar si es un financiamiento a una baja tasa de interés o únicamente donaciones. Considero que un sistema de financiamiento a bajo costo podría ser más realista que un sistema de donaciones puesto que generaría beneficio para ambas partes. El escenario posible de donaciones se daría en la medida que los proyectos tengan un impacto social en la comunidad.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Sin duda genera mayor confianza para el inversionista.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Es una excelente iniciativa, sé que algunas universidades en el exterior mantienen figuras similares; sin embargo, el mecanismo de financiamiento podría ser dirigido y administrado por un grupo de interés suscrito a la Universidad sin necesidad que sea la Universidad la que se encargue de este tipo de operaciones.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Sería necesario que identifiquen los principales grupos de interés del proyecto, los objetivos a mediano y largo plazo para que sea sostenible en el tiempo la operación de financiamiento, y el impacto que quieren alcanzar. Para tener éxito en temas de emprendimiento el financiamiento no es el único inconveniente con el que se enfrentan. Faltaría cerrar el ciclo con la idea de cómo se aseguran de que los emprendedores cumplan con los objetivos planteados y que sus proyectos sean éxitos y sostenibles.

Entrevista a la CPA Laura Vera Salas

Contador Público Autorizado de la UCSG. Magíster en Tributación ESPAE – ESPOL. Doctorando Administración Estratégica de Empresas en Centrum – Pontificia Universidad Católica del Perú. Experiencia docente de más de 2 décadas en la UCSG.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Sí. Totalmente de acuerdo, es una propuesta excelente que acercará a los emprendedores a las fuentes de fondos directas, con menos intermediación financiera.

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Excelente, de esta manera los donantes o inversores están seguros que los fondos son utilizados en los fines para los que se crearon.

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Por supuesto, ese es el objetivo principal y se ayudaría a superar una limitación común. La transparencia en el manejo de los fondos es importante.

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Sí. Conectaría directamente a los inversores con los emprendedores.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Recomendaría que se haga una adecuada difusión y rendición de cuentas periódica, así mismo, que se diseñen indicadores de gestión y una supervisión directa, no solo hasta que el negocio propuesto empiece sino durante un periodo de 5 años aproximadamente, para evitar que debido a temas de administración falle la propuesta.

Entrevista al Ing. Fausto Reyes Vinueza

Ingeniero en Finanzas y Magíster en Contabilidad y Finanzas. Docente de Banca, Finanzas Internacionales y Matemáticas Financieras en la Universidad Internacional. Profesional con más de 20 años de experiencia en distintas empresas multinacionales en cargos de Finanzas, Contabilidad y Administración.

1.- ¿Considera usted que la creación de una Fundación de la UCSG, con un fondo económico propio, pudiera ser una alternativa válida para financiar los proyectos de grado de los estudiantes de la UCSG?

RESPUESTA: Si

2.- ¿Qué opina de que este fondo económico de la Fundación UCSG sea alimentado por donaciones, a través de una plataforma de *Crowdfunding*?

RESPUESTA: Me parece una idea innovadora que permitiría un mutuo beneficio del estudiante-emprendedor y de la Universidad que potenciaría de manera efectiva la transformación de proyectos en realidades (incubadora de proyectos)

3.- ¿Cree usted que, si la canalización de los egresos de recursos de la Fundación se realiza a través de un fideicomiso o de un encargo fiduciario, le brinde transparencia a la figura propuesta?

RESPUESTA: Si definitivamente, ya que esto asegura el correcto uso de los fondos mediante el cumplimiento obligatorio de los requisitos del avance del emprendimiento, que es la función principal del fideicomiso, con el valor agregado de limitarse a verificar estos puntos específicos sin cuestionar la idea del emprendimiento. Esto crea una relación obligatoria entre el estudiante-emprendedor y la Fundación, en la cual si las partes mutuamente cumplen el desembolso se concreta (obligaciones claras y específicas del emprendedor y de la Fundación definidas antes del arranque del proyecto y que son las directrices del fideicomiso).

4.- ¿Cree usted que la figura propuesta sea una opción válida como fuente de financiamiento para los proyectos de grado?

RESPUESTA: Si.

5.- ¿Qué recomendaciones puede brindar para mejorar la figura propuesta?

RESPUESTA: Que la Fundación adopte las directrices que utilizan las incubadoras de emprendimientos a nivel mundial, no solo brindando la estructura de financiamiento sino incluso generando el *co-working* para que los emprendimientos se apoyen entre ellos (varios negocios apoyándose mutuamente), fortaleciendo el ambiente estructural de la fundación como una *start-up*, apoyo de especialistas en distintas áreas que fortalezcan los emprendimientos de manera cruzada y apoyándose en el éxito de otros emprendimientos para impulsar los nuevos emprendimientos.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Mauro Rafael Andrade Merrill**, con C.C: # **0909283475** autor del trabajo de titulación: “**Propuesta para la creación de una Plataforma de Crowdfunding en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**”. previo a la obtención del título de **Magíster en Finanzas y Economía Empresarial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de junio de 2020

EL AUTOR:

Mauro Rafael Andrade Merrill

C.C: **0909283475**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la creación de una Plataforma de <i>Crowdfunding</i> en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.		
AUTOR	Mauro Rafael Andrade Merrill		
REVISOR(ES)/TUTOR	Econ. Carlos Martínez Murillo, Mgs; Econ. Juan Vera López, Mgs; Ing. Franklin Javier González Soriano, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
CARRERA:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
TÍTULO OBTENIDO:	Magíster en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de junio de 2020	No. DE PÁGINAS:	96
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas, Tecnología, Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Crowdfunding</i> , fuentes de financiamiento, emprendimiento, negocio, Universidad, proyectos de investigación		
RESUMEN/ABSTRACT:			
<p>El presente trabajo se enfoca en proponer una alternativa innovadora y orientada a brindar acceso a capital financiero, a través de una plataforma de <i>Crowdfunding</i>, respaldada totalmente por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para impulsar los proyectos de graduación de los estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales.</p> <p>Esta propuesta busca que los estudiantes de la Facultad logren conseguir los recursos necesarios para superar el principal obstáculo para que sus proyectos de grado se conviertan en una realidad de largo plazo: la falta de financiamiento.</p> <p>La gran mayoría de los estudiantes de esta Facultad, desarrollarían sus tesis de grado sobre el emprendimiento de un negocio propio si esta figura que se propone, estuviera disponible para ellos.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfonos: +593-4-292 1563 +593-99-928 0967	E-mail: mrandradem@yahoo.com mrandradem@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Econ. María Teresa Alcívar Avilés, Ph.D		
	Teléfono: +593 – 380 4600		
	E-mail: teresa.alcivar@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			