



**Universidad Tecnológica ECOTEC**

**Título del trabajo:**

**“El Crowdfunding y su aplicación en los emprendimientos en Guayaquil,  
entre los años 2018-2022”**

**Línea de investigación:**

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

**Modalidad de titulación:**

Proyecto de investigación

**Nombre de la carrera:**

Licenciatura en Administración de Empresas

**Título a obtener:**

Licenciatura en Administración de Empresas énfasis Gestión de Empresas

**Autor (a):**

Johannes Enrique Villalta Montiel

**Tutor (a):**

Mgtr. Johann Vega Sandoval

Guayaquil – Ecuador

2023 - 2024

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a:

Mi papá Johannes Villalta y mi mamá Jessica Montiel, los cuales me ayudaron a alcanzar mi objetivo que he soñado desde hace mucho. Y por supuesto, toda mi familia que estuvo involucrada en este largo camino con su apoyo incondicional.

## CERTIFICADO DEL TUTOR



ANEXO N° 14

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Samborondón, 24 de octubre de 2023

Magíster  
**Ana María Gallardo Cornejo**  
**Decana**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**  
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: EL CROWDFUNDING Y SU APLICACIÓN EN LOS EMPRENDIMIENTOS Y MICROEMPRESAS EN GUAYAQUIL EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS. según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: **VILLALTA MONTIEL JOHANNES ENRIQUE**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

**ATENTAMENTE,**

**Mgtr. Johann Vega Sandoval**

**Tutor**



## ANEXO N°16

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 05 de diciembre de 2023

Magíster  
**Ana María Gallardo**  
**Decano(a) de la Facultad**  
**Ciencias Económicas y Empresariales.**  
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **El Crowdfunding y su aplicación en los emprendimientos en Guayaquil, entre los años 2018-2022** según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: VILLALTA MONTIEL JOHANNES ENRIQUE, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

**ATENTAMENTE,**

JOHANN  
CHRISTIAN VEGA  
SANDOVAL

Firmado digitalmente por JOHANN  
CHRISTIAN VEGA SANDOVAL  
Nombre de reconocimiento (DN):  
cn=JOHANN CHRISTIAN VEGA SANDOVAL,  
serialNumber=330121154622,  
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE  
INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2,  
c=EC  
Fecha: 2023.12.05 16:24:03 -05'00'

**Mgtr. Johann Vega Sandoval**

**Tutor**



## RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar el Crowdfunding como método de financiamiento de los emprendedores y en los pequeños negocios en el sector centro de la ciudad de Guayaquil con la finalidad de que los emprendedores apliquen una nueva manera de financiar sus emprendimientos y/o pequeños negocios. Actualmente existen muchos clientes que tienen problemas con las entidades financieras y las originadoras de clientes por falta de pago y eso repercute en el buró de crédito de los emprendedores. El crowdfunding juega un papel importante para los financiamientos de los nuevos emprendimientos y/o pequeños negocios, en esta investigación se recopila información sobre las características del Crowdfunding y sus ventajas, además se investigó sobre los financiamientos tradicionales y como ha repercutido en los emprendedores. Para la presente investigación se usan dos métodos, análisis estadístico y cualitativo para tener una mayor comprensión y visualización de resultados, será muy importante para así recolectar datos y examinar los resultados. Dentro de las principales conclusiones se puede mencionar que los métodos de financiamiento tradicionales han sido perjudiciales para algunos emprendedores. De acuerdo a las encuestas realizadas se observa como efectivamente los emprendedores han obtenido microcréditos o préstamos bancarios (préstamos de consumo), pero la mayoría de encuestados han tenido malas experiencias por diferentes razones (tasa de interés, falta de pago, etc). Pero utilizar el Crowdfunding como método de financiamiento ayuda a que el riesgo sea menor y establecer un emprendimiento de una manera más sencilla.

**Palabras clave:** dinamización, microfinanzas, startups, Crowdfunding, microempresas.

## ABSTRACT

This research aims to analyze crowdfunding as a method of financing entrepreneurs and small businesses in the city of Guayaquil in order for entrepreneurs to apply a new way of financing their enterprises and/or small businesses. Currently there are many customers who have problems with financial institutions and originators of customers for lack of payment and that impacts on the credit bureau of entrepreneurs. Crowdfunding plays an important role for the financing of new enterprises and/or small businesses, in this research information is collected on the characteristics of Crowdfunding and its advantages, Research was also carried out on traditional financing and how it has affected entrepreneurs. For this research two methods are used, statistical and qualitative analysis to have a greater understanding and visualization of results, it will be very important to collect data and examine the results. Among the main conclusions we can mention that traditional financing methods have been harmful for some entrepreneurs. According to the surveys conducted, it is observed that entrepreneurs have indeed obtained microcredit or bank loans (consumer loans), but the majority of respondents have had bad experiences for different reasons (interest rate, non-payment, etc). But using crowdfunding as a financing method helps lower risk and establish entrepreneurship in a simpler way.

**Keywords:** dynamization, microfinance, startups, crowdfunding, microenterprises.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	II
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	III
CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS .....	V
RESUMEN .....	VI
ABSTRACT .....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XI
INTRODUCCIÓN .....	1
Planteamiento del problema .....	1
Formulación del problema: .....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos Específicos.....	4
Justificación .....	4
CAPITULO I .....	5
Marco Teórico .....	6
Crowdfunding.....	7
Ventajas del crowdfunding.....	10
Plataformas de crowdfunding .....	11
Factores de éxito y fracaso.....	12
Casos de éxito locales .....	13
Riesgos y desafíos.....	14
Impacto económico y social.....	16
Emprendimientos y microempresas.....	16
Importancia de la microempresa en la económica ecuatoriana .....	19



Financiamiento interno y externo .....	20
Financiamiento Interno: .....	20
Financiamiento Externo: .....	21
Fuentes de financiamientos .....	22
Necesidades financieras de los emprendimientos y microempresas .....	23
Regulaciones y marco legal .....	24
Requisitos de Divulgación y Transparencia .....	26
Límites de Financiamiento y Participación .....	26
CAPITULO II .....	28
Metodología del Proceso de Investigación .....	29
Enfoque .....	29
Tipo de investigación .....	29
Métodos de investigación .....	30
Técnicas e instrumentos .....	31
Periodo y lugar .....	31
Población y muestra .....	31
Procedimiento y procesamiento .....	33
Operacionalización de las variables .....	35
CAPITULO III .....	36
Análisis e Interpretación de Resultados de la Investigación .....	37
CAPITULO IV .....	49
PROPUESTA .....	50
CONCLUSIONES .....	53
RECOMENDACIONES .....	54
BIBLIOGRAFÍA .....	55

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Emprendimientos en Ecuador.....	17
<b>Tabla 2</b>	Características de una Microempresa en Ecuador .....	18
<b>Tabla 3</b>	Fuentes de financiamiento de microempresas .....	22
<b>Tabla 4</b>	Volumen de crédito por segmento .....	23
<b>Tabla 5</b>	Operacionalización de las variables .....	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Impacto económico y social .....	16
<b>Figura 2</b> Muestra .....	33
<b>Figura 3</b> Fuentes de financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio.....	37
<b>Figura 4</b> Pregunta No. 1 Edad de encuestados.....	38
<b>Figura 5</b> Pregunta No. 2 Actividad de su negocio o emprendimiento.....	39
<b>Figura 6</b> Pregunta No. 3 ¿Ha utilizado el Crowdfunding como fuente de financiamiento en su emprendimiento entre el 2018 al 2022 ? .....	40
<b>Figura 7</b> Pregunta No. 4 ¿Qué tipo de Crowdfunding considera que se adapta mejor a las necesidades de financiamiento de su emprendimiento? .....	41
<b>Figura 8</b> Pregunta No. 5 Además del Crowdfunding, ¿ha buscado financiamiento a través de fuentes tradicionales para el desarrollo de sus estrategias comerciales? .....	42
<b>Figura 9</b> Pregunta No. 6 ¿Cómo calificaría su experiencia con fuentes de financiamiento tradicionales en comparación con el Crowdfunding? .....	43
<b>Figura 10</b> Pregunta No. 7 ¿Cuál es el objetivo principal que desea lograr con sus estrategias? .....	44
<b>Figura 11</b> Pregunta No. 8 ¿Qué tácticas o acciones considera más adecuadas para alcanzar su objetivo? .....	45
<b>Figura 12</b> Pregunta No. 9.....	46
<b>Figura 13</b> Plan de acción.....	51

## INTRODUCCIÓN

El Crowdfunding, o financiamiento colectivo, es un modelo de financiamiento que ha adquirido importancia a nivel mundial en los últimos años, y su impacto en el Ecuador y Guayaquil (sector centro) también ha sido significativa. Por ejemplo, los efectos del Crowdfunding tienen impacto en el desarrollo de los emprendedores y negocios, así lo señala la siguiente autora " el crowdfunding en el desarrollo de la capacidad emprendedora del Ecuador, son mayor acceso a fuentes de financiamiento a través de plataformas que les permitan captar pequeñas aportaciones por parte de un conglomerado de patrocinadores, elevar el nivel de competitividad de los emprendimientos, puesto que existe mucha competencia en las plataformas de crowdfunding y por último está la expansión de la demanda del proyecto" (M.J., 2019). El uso de este mecanismo ayuda a las personas que tienen un capital específico y designado para la generación de un negocio.

Es importante hablar del Crowdfunding porque es una actividad que está revolucionando las empresas a nivel mundial. Se considera como una nueva alternativa de financiamiento, teniendo diferencias con los financiamientos tradicionales, este brinda la oportunidad de obtener un nuevo financiamiento por medio de la distribución de diferentes capitales interesadas en implementar un nuevo proyecto laboral. El Crowdfunding permite que cualquier persona pueda contribuir económicamente a proyectos que sean de su agrado. Esto rompe con lo tradicional y permite a emprendedores, artistas, etc. obtener apoyo financiero directamente de la comunidad. La falta de financiamiento hacia las personas que desean implementar un nuevo proyecto perjudicaría el desarrollo económico, la tasa de desempleo bajaría ya que la mayoría de guayaquileños obtendría una manera de gestionar sus emprendimientos.

### **Planteamiento del problema**

Las personas en los últimos años han buscado nuevas alternativas para conformar un nuevo proyecto laboral en el sector centro de la ciudad de Guayaquil, los métodos tradicionales se vuelven complicados para obtenerlos y no ayudan a un nuevo desarrollo económico. Se necesitan nuevas maneras para

obtener un capital y comenzar a emprender; el Crowdfunding es una metodología que ayuda a las personas que necesiten crear un emprendimiento u obtener recursos para formar un equipo de trabajo y montar un pequeño negocio.

Para llegar a una situación óptima en el crowdfunding la autora menciona lo siguiente "Si se delinea una campaña de promoción y difusión de crowdfunding a nivel nacional, en la que además brinde asesoría en cuanto a los lineamientos con los que debe contar el proyecto o emprendimiento y capacitación en diseño gráfico y branding, sería posible que los emprendedores tengan mayores oportunidades de captar aportaciones." (M.J., 2019). Por ejemplo, es importante concienciar y educar al público sobre el crowdfunding para que más personas conozcan esta forma alternativa de financiación y se sientan libres de participar en ella. También es importante continuar desarrollando plataformas de crowdfunding confiables y seguras, y promover la confianza y la transparencia entre el público, ya que la falta de financiamiento por los métodos tradicionales detiene el desarrollo de los emprendedores.

"Los pequeños negocios apuestan por la economía colaborativa para mantenerse a flote. Las 'start-up' y fundaciones hallan un nicho en este sistema Crowdfunding" (Toranzos, 2020). En la actualidad solo pequeños emprendimientos comenzaron a emprender mediante este nuevo método, pero lo óptimo es que las empresas grandes y la mayoría de emprendimientos puedan aprovechar esta nueva herramienta. Sin embargo, el Crowdfunding se sigue considerando una apuesta para el desarrollo de negocios, así lo señala el autor Cedeño "Se pretende evidenciar cómo la regulación del Ecuador, a pesar de las inconveniencias que puede generar en ciertos casos, se muestra como un impulso para el desarrollo de las plataformas de fondos colaborativos en el país" (Andrade, 2020). Esta nueva metodología se está considerando como una alternativa eficiente para resolver distintas aristas de problemas financieros e implementación de negocios. "Actualmente el crowdfunding aparece como una alternativa para solventar los costos y gastos de un nuevo emprendimiento, sin embargo, este método de financiamiento no logra despuntar en el Ecuador" (M.J., 2019). La falta de conocimiento y explotación de este nuevo método de desarrollo perjudica a las personas que quieran emprender en la actualidad.

Los resultados esperados del crowdfunding incluyen el éxito financiero de los proyectos y negocios, el desarrollo de habilidades y capacidades, la participación ciudadana en el apoyo a causas y eventos. Se espera que la competencia de Crowdfunding continúe creciendo y expandiéndose, ayudando a empresarios, artistas y otras personas que buscan financiamiento para avanzar en sus proyectos.

El crowdfunding se realiza a través de plataformas especiales en línea que permiten a los desarrolladores de proyectos presentar sus propuestas y solicitar financiación. Los simpatizantes pueden visitar estas plataformas, explorar los proyectos disponibles y hacer contribuciones financieras en función de sus intereses y capacidades financieras. Los simpatizantes pueden recibir reconocimiento, productos, servicios o recompensas financieras a cambio de su contribución. Las plataformas de crowdfunding actúan como mediadores y facilitan la comunicación y colaboración entre creadores de proyectos y patrocinadores. "Un ejemplo es cuando un artista quiere grabar un álbum y decide realizar una campaña. La estrategia que suelen emplear es ofrecer mejores recompensas a quienes den una contribución. Es decir, para este caso las personas que aportan con \$30 reciben una copia anticipada mientras que el que aporte con más de \$100 puede recibir un par de boletos a un concierto del artista" (Castro, 2015). Por medio del Crowdfunding, los emprendedores, artistas, etc. Podrán rentabilizar sus emprendimientos o pequeños negocios.

### **Formulación del problema:**

¿El Crowdfunding es el método adecuado que necesitan los Guayaquileños para emprender y generar un nuevo desarrollo económico?

### **Objetivo general**

Analizar el Crowdfunding como método de financiamiento de los actuales y nuevos emprendedores en Guayaquil en el periodo del 2018 al 2023.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar las características del Crowdfunding y su situación en los emprendimientos y pequeños negocios.
- Obtener información de los financiamientos tradicionales para el desarrollo de las nuevas estrategias con base al Crowdfunding
- Proponer estrategias de financiamiento con base al Crowdfunding para emprendedores.

## **Justificación**

Explicar y orientar a las personas sobre el Crowdfunding para que tenga más reconocimiento y pueda ser aplicado de una manera correcta, por ende, tendría un impacto significativo en Ecuador porque generaría:

Fomentaría el emprendimiento: permitiría que emprendedores tengan acceso a un capital para empezar con su nuevo proyecto y estimularía a las nuevas empresas con nuevas ideas y generar nuevas fuentes de empleo.

Diversificación en las fuentes de financiamiento: el Crowdfunding diversificaría las fuentes de inversión en el Ecuador y expande a nuevas opciones de financiamiento.

Tasa de desempleo: con una nueva metodología de desarrollo obtendrán recursos para generar nuevos negocios y fuentes de empleo a diferentes personas.

El uso del Crowdfunding ayudara a emprendedores para comenzar con un proyecto o negocio y analizar las variables serviría como guía. De esta manera, las personas que decidan usar este método cumplirán con las necesidades vigentes para la implementación de un futuro negocio.

## CAPITULO I



## Marco Teórico

Es evidente que el emprendimiento está adquiriendo una creciente relevancia en la sociedad debido a su potencial como una alternativa en países menos desarrollados. En el contexto de Ecuador, el enfoque en el emprendimiento ha estado en constante aumento desde principios de la década de 2000, como señala Araque (2015, pág. 73), en su afirmación sobre la creciente importancia del emprendimiento en los ámbitos productivos y educativos.

Los impactos directos del emprendimiento en la economía del país son notables e incluyen la creación de empleos y un mayor dinamismo en el comercio. Según Araque (2015), aproximadamente el 99% de los negocios se han establecido bajo la categoría de microempresas. Además, es interesante observar que la mayoría de los nuevos negocios, es decir, el 92%, se concentran en dos sectores principales: el comercio, que representa el 53%, y los servicios, que comprenden el 39%.

Esta información proporcionada por el autor se respalda con datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2016), que informó que el 93% de todas las empresas, equivalente a 434,163, son propiedad de personas naturales y emplean a 884,239 personas.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su publicación anual de 2010, se registró una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 21.30%. Esto indicaba que uno de cada cinco adultos estaba considerando iniciar un negocio o se encontraba en las primeras etapas de hacerlo en los 42 meses iniciales. Sin embargo, para 2017, Ecuador logró aumentar su TEA al 29.60% (GEM, 2017).

A pesar de estas estadísticas, la realidad de muchos emprendimientos es menos prometedora debido a la falta de innovación, la dificultad para obtener financiamiento y la escasez de apoyo y seguimiento a los emprendedores. Como resultado, muchas de estas pequeñas empresas no logran superar el tercer año de operación o incluso se quedan solo en intenciones.

En diciembre de 2018, la Asamblea Nacional del Ecuador presentó el proyecto de la "Ley Orgánica de Emprendimiento en Innovación", con el propósito de establecer mecanismos de financiamiento para pequeños y medianos productores. Basándose en los indicadores proporcionados por el GEM en años recientes, Albornoz y Rohon (2018) subrayan la necesidad de que Ecuador cuente con la legislación adecuada en materia de emprendimiento para coordinar los esfuerzos de diversos actores, tanto públicos como privados, en el desarrollo de nuevos emprendimientos.

Tanto el sector público como el privado consideren al emprendimiento como un pilar del desarrollo económico del país, persisten desafíos en términos de obtención de financiamiento y la baja rentabilidad de los negocios debido a la falta de un modelo sólido. Por lo tanto, el panorama para el emprendimiento e innovación en Ecuador sigue siendo incierto. La implementación de una Ley de Emprendimiento e Innovación podría impulsar la creación de nuevas oportunidades comerciales mediante la utilización de fuentes de financiamiento no convencionales, como el crowdfunding.

### **Crowdfunding**

El Crowdfunding es un modelo de financiamiento en el cual un grupo de personas, conocidas como "funders" o "inversionistas", colaboran para proporcionar fondos a una iniciativa, proyecto o empresa. Estos fondos suelen ser contribuciones individuales de una variedad de personas, en lugar de una única fuente de financiamiento, como un banco o un inversionista tradicional (Segura F. , 2021). El crowdfunding se lleva a cabo a través de plataformas en línea que facilitan la recaudación de fondos y la interacción entre los emprendedores y los inversionistas.

La importancia del crowdfunding en las empresas se puede analizar desde varias perspectivas, de las cuales se presentan las más importantes, según Aliaga & Cabezas (2021):

1. **Acceso a financiamiento:** El crowdfunding ofrece una fuente de financiamiento alternativa para empresas que pueden tener dificultades

para obtener préstamos bancarios o atraer inversionistas tradicionales. Esto es especialmente relevante para emprendimientos y microempresas que pueden carecer de historial crediticio o activos para respaldar un préstamo.

2. **Diversificación de fuentes de financiamiento:** Permite diversificar las fuentes de financiamiento de una empresa al involucrar a una comunidad más amplia de inversionistas. Esto reduce la dependencia de una sola fuente de financiamiento y puede disminuir el riesgo financiero.
3. **Validación de ideas de negocio:** A través del crowdfunding, los emprendedores pueden probar la demanda de su producto o servicio antes de lanzarlo al mercado. Si logran recaudar fondos de una comunidad de inversionistas, esto puede indicar un interés genuino en su idea.
4. **Aumento de la visibilidad y marketing:** Las campañas de crowdfunding pueden generar atención mediática y conciencia de marca, lo que beneficia a la empresa incluso si no alcanza su objetivo de financiamiento. Esto puede ayudar a aumentar la visibilidad de la empresa y atraer a futuros clientes e inversionistas.
5. **Compromiso de la comunidad:** El crowdfunding implica a la comunidad en el éxito de la empresa, lo que puede crear una base de seguidores leales y defensores de la marca. Estos seguidores pueden brindar apoyo continuo más allá de la campaña de financiamiento.
6. **Potencial para inversión en etapas posteriores:** Una campaña de crowdfunding exitosa puede atraer la atención de inversionistas más tradicionales que estén interesados en respaldar el crecimiento y desarrollo de la empresa en etapas posteriores.
7. **Democratización del financiamiento:** Facilita la participación de una amplia gama de personas en la inversión en empresas, lo que

democratiza el acceso a oportunidades de inversión y permite que más personas participen en el crecimiento económico.

El Crowdfunding desempeña un papel importante en el ecosistema empresarial al proporcionar una fuente de financiamiento accesible y diversificada, fomentar la innovación, involucrar a la comunidad y ofrecer oportunidades de inversión para una amplia gama de personas. Esto puede ser especialmente beneficioso para emprendedores y empresas en etapas tempranas de desarrollo.

El crowdfunding, en su forma moderna y digital, tiene sus raíces en diversas iniciativas de financiamiento colectivo a lo largo de la historia. Aunque las plataformas en línea han revolucionado este concepto, podemos rastrear ejemplos antiguos de financiamiento colectivo, como la donación de fondos de ciudadanos franceses para financiar la Estatua de la Libertad en Nueva York en 1713. Sin embargo, el crowdfunding tal como lo conocemos hoy en día comenzó a tomar forma a fines del siglo XX y principios del siglo XXI (Zaga, 2022).

Uno de los primeros casos de crowdfunding en línea se remonta a 1997, cuando la banda de rock británica Marillion recurrió a sus fanáticos en Internet para financiar su gira por los Estados Unidos. Esta fue una de las primeras manifestaciones de la financiación colectiva en el mundo digital.

La plataforma ArtistShare, lanzada en 2003, fue pionera en permitir a los músicos financiar sus proyectos con la contribución de sus seguidores. A medida que la tecnología avanzaba, se abrían nuevas oportunidades para que emprendedores, artistas y organizaciones obtuvieran financiamiento directo de una audiencia global (Jiménez & Acosta, 2018).

No obstante, fue en 2005 cuando Kiva, una plataforma de microcréditos, marcó un hito importante al permitir que las personas financiaran emprendimientos en países en desarrollo. Esto abrió un camino nuevo para el financiamiento colectivo con un enfoque en la ayuda y el desarrollo económico.

En 2006, nació Kickstarter, una plataforma emblemática que permitía a los creadores de proyectos obtener financiamiento a través de contribuciones de la

comunidad. Kickstarter brindó un espacio para proyectos creativos, tecnológicos y culturales. Poco después, en 2008, Indiegogo se unió al panorama como otra plataforma destacada en el mundo del crowdfunding, ampliando aún más la diversidad de proyectos financiados (Segura J. , 2021).

La popularidad del crowdfunding creció con el tiempo, y en 2012, el Congreso de los Estados Unidos aprobó la Ley JOBS, allanando el camino para el equity crowdfunding, una forma en la que las empresas podían recaudar capital vendiendo participaciones en su propiedad.

### **Ventajas del crowdfunding**

El crowdfunding, según Romero (2020), presenta una serie de ventajas significativas tanto para quienes buscan financiamiento como para aquellos interesados en invertir en proyectos. Algunas de las principales ventajas incluyen el acceso democratizado al capital, la diversificación de fuentes de financiamiento, la validación de ideas a través del respaldo de la comunidad, la generación de visibilidad y marketing, la interacción con la comunidad para recibir retroalimentación valiosa, la ausencia de necesidad de garantías personales, el potencial para atraer inversores tradicionales en etapas posteriores, la globalización de oportunidades gracias a plataformas en línea, menos burocracia en comparación con préstamos tradicionales, y la retención de un mayor grado de control sobre el proyecto.

Estas ventajas han convertido al crowdfunding en una fuente de financiamiento popular y efectiva en diversas industrias y para una amplia gama de proyectos. Permite a emprendedores, artistas y organizaciones sin fines de lucro acceder a fondos de una audiencia en línea, validando la viabilidad de sus ideas y generando visibilidad mediática. Además, la interacción con la comunidad y la posibilidad de diversificar las fuentes de financiamiento son aspectos destacados que lo hacen especialmente atractivo en un entorno económico en constante cambio.

El uso de estas plataformas de crowdfunding ofrece diversas ventajas para las microempresas. En primer lugar, proporciona acceso a una fuente de

financiamiento alternativa, lo cual es esencial para las microempresas que a menudo enfrentan dificultades para obtener préstamos bancarios o atraer inversionistas tradicionales debido a su tamaño reducido o falta de historial crediticio sólido. Además, el crowdfunding permite a las microempresas diversificar sus fuentes de financiamiento y disminuir la dependencia de una única fuente de fondos (Jimenez, 2022).

Además de ser una fuente de financiamiento, el crowdfunding también actúa como una herramienta efectiva de marketing y promoción. Las campañas de financiamiento en estas plataformas generan atención mediática y aumentan la visibilidad de la microempresa, lo que puede atraer seguidores y clientes potenciales.

El compromiso de la comunidad es otra ventaja importante del crowdfunding, ya que fomenta la interacción con la comunidad y crea una base de seguidores y clientes comprometidos con el éxito a largo plazo de la microempresa. Esta comunidad puede proporcionar apoyo continuo más allá de la campaña de financiamiento inicial.

Finalmente, el crowdfunding puede servir como una validación de la demanda del mercado y la viabilidad de los productos o servicios de la microempresa. El éxito de una campaña de crowdfunding indica un interés genuino por parte de la comunidad y valida la dirección del negocio (Guamán & Saltos, 2022).

### **Plataformas de crowdfunding**

Existen varias plataformas de crowdfunding disponibles en Ecuador y a nivel mundial que brindan a emprendedores, organizaciones sin fines de lucro y artistas la oportunidad de recaudar fondos de una amplia comunidad en línea. Algunas de las plataformas más utilizadas incluyen Kickstarter, Indiegogo, Ulule, Catarse, Kichink, Joinnus, Fondeadora y Ecuadorian Crowdfunding. Cada una de estas plataformas tiene sus propias características y ventajas, lo que permite a los creadores elegir la que mejor se adapte a sus objetivos de financiamiento y alcance de la comunidad (Rincon & Gomez, 2023).

Una característica destacada del crowdfunding es su capacidad para democratizar el acceso a la financiación, permitiendo que una amplia gama de personas contribuya con pequeñas cantidades de dinero para respaldar proyectos, empresas o causas en las que creen. Esta forma de financiamiento colaborativo trasciende las barreras geográficas y financieras, lo que brinda a emprendedores, artistas y organizaciones una oportunidad única para obtener el respaldo de la comunidad y convertir ideas en realidad, independientemente de su tamaño o alcance inicial.

### **Factores de éxito y fracaso**

El éxito de una campaña de crowdfunding para microempresas se basa en una serie de factores cruciales que pueden determinar si se alcanzan los objetivos de financiamiento o si la campaña enfrenta dificultades. Uno de los factores más destacados es la necesidad de mantener una comunicación clara y transparente sobre el proyecto (Mosquera, Torres, & Blanco, 2021).

Los pequeños negocios deben presentar de manera convincente sus metas, el propósito de los fondos solicitados y las recompensas ofrecidas de manera que sea fácilmente comprensible para los patrocinadores. Además, establecer un objetivo de financiamiento realista es de suma importancia, ya que una meta demasiado alta podría llevar al fracaso de la campaña, mientras que una demasiado baja podría no proporcionar los fondos necesarios.

La participación activa de la comunidad y la promoción constante del proyecto son factores determinantes para el éxito. Las microempresas deben movilizar a su red de contactos, involucrar a sus seguidores y utilizar estrategias de marketing efectivas en las redes sociales y otros canales para mantener el interés y el impulso de la campaña.

La elección de la plataforma de crowdfunding adecuada también desempeña un papel crítico en el éxito de la campaña. Diferentes plataformas tienen diferentes audiencias y enfoques, por lo que es esencial seleccionar la plataforma que mejor se alinee con el tipo de proyecto y la comunidad objetivo.

Por otro lado, existen factores que pueden llevar al fracaso de una campaña de crowdfunding. Estos incluyen la falta de preparación y planificación adecuadas. Las microempresas que no investigan ni diseñan cuidadosamente su campaña pueden no lograr los resultados deseados. También es común el error de no contar con una estrategia de marketing sólida y subestimar el esfuerzo requerido para promover el proyecto (Jiménez & Acosta, 2018).

La falta de compromiso con la comunidad y la falta de seguimiento durante y después de la campaña también pueden ser perjudiciales. No responder a las preguntas de los patrocinadores o no cumplir con las promesas de recompensa puede erosionar la confianza y dañar la reputación de la microempresa.

El éxito de una campaña de crowdfunding para microempresas depende de factores como la comunicación efectiva, la elección de la plataforma adecuada, la participación activa de la comunidad y una estrategia de marketing sólida. Por otro lado, el fracaso puede ser el resultado de una planificación deficiente, una falta de compromiso o la falta de transparencia y cumplimiento de promesas. La comprensión y gestión de estos factores son esenciales para maximizar las posibilidades de éxito en una campaña de crowdfunding.

### **Casos de éxito locales**

Los casos de éxito locales en el ámbito del crowdfunding en Guayaquil y Ecuador en general han demostrado la efectividad de esta forma de financiamiento en apoyar una variedad de proyectos. Niño (2022), presenta algunos ejemplos destacados:

1. **La Victoria Coffee:** Esta microempresa ecuatoriana dedicada a la producción de café de especialidad lanzó una campaña de crowdfunding en la plataforma Kickstarter para financiar la construcción de una planta de procesamiento de café de última generación. La campaña fue un éxito y superó su objetivo de financiamiento, lo que permitió a La Victoria Coffee expandir sus operaciones y mejorar la calidad de su café. Hoy en día, son reconocidos por su café de alta calidad tanto en Ecuador como en el extranjero.



2. **Tinkuy:** Tinkuy es una organización sin fines de lucro en Ecuador que promueve la educación y el empoderamiento de comunidades indígenas. Lanzaron una campaña de crowdfunding para financiar la construcción de una escuela en una comunidad rural. La campaña movilizó a personas de todo el mundo y lograron recaudar los fondos necesarios para construir la escuela, brindando oportunidades educativas a niños en áreas remotas y contribuyendo al desarrollo de estas comunidades.
3. **ChaskiTruck:** Una pequeña empresa de alimentos en Guayaquil llamada ChaskiTruck recurrió al crowdfunding para financiar la adquisición de un camión de comida gourmet y expandir su negocio de venta de alimentos saludables y sostenibles. La campaña les permitió comprar el camión y llegar a un público más amplio en la ciudad, convirtiéndose en un exitoso emprendimiento de alimentos sobre ruedas que ha ganado popularidad en la comunidad local.
4. **Proyectos de Arte y Cultura:** Varios artistas y proyectos culturales en Guayaquil han utilizado plataformas de crowdfunding para financiar exposiciones, producciones artísticas y eventos culturales. Estos casos han demostrado que el crowdfunding puede ser una fuente crucial de apoyo financiero para la escena artística y cultural local, permitiendo que artistas y creadores materialicen sus proyectos y compartan su arte con un público más amplio.
5. **Proyectos de Sostenibilidad Ambiental:** Iniciativas que promueven la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, como la reforestación y la conservación de áreas naturales, también han encontrado apoyo a través del crowdfunding en Ecuador. Estos proyectos demuestran que el crowdfunding puede ser una herramienta poderosa para la preservación del entorno natural y la concienciación sobre cuestiones ambientales.

## **Riesgos y desafíos**

El crowdfunding para microempresas y emprendimientos en Guayaquil y en cualquier lugar del mundo conlleva ciertos riesgos y desafíos que los

empresarios deben tener en cuenta antes de lanzar una campaña. Arauco (2021.), menciona algunos de los principales riesgos y desafíos asociados al crowdfunding:

**Fracaso en alcanzar los objetivos de financiamiento:** Uno de los riesgos más evidentes en una campaña de crowdfunding es la posibilidad de no alcanzar el objetivo de financiamiento establecido. Si la cantidad deseada no se recauda durante el plazo definido, la campaña podría considerarse un fracaso y los fondos obtenidos hasta ese momento pueden ser devueltos a los patrocinadores. Esto puede ser aflictivo para los emprendedores y microempresas, quienes deben tener en cuenta que no todas las campañas alcanzan sus objetivos, y la preparación y la promoción efectiva son fundamentales para aumentar las posibilidades de éxito.

**Promesas incumplidas:** La gestión de recompensas y promesas es un desafío importante. Las microempresas deben ser conscientes de las recompensas prometidas a los patrocinadores y asegurarse de cumplirlas dentro de los plazos estipulados. El incumplimiento de estas promesas puede generar insatisfacción entre los patrocinadores, dañar la reputación de la empresa y, en casos extremos, resultar en disputas legales. La gestión de expectativas y una comunicación abierta son esenciales para evitar este problema.

**Competencia por la atención:** Las plataformas de crowdfunding albergan una amplia variedad de proyectos, y la competencia por la atención de los patrocinadores potenciales es intensa. Las microempresas deben esforzarse en destacar su proyecto y presentarlo de manera atractiva. Esto implica contar una historia convincente, mostrar imágenes y videos de alta calidad y utilizar estrategias de marketing efectivas en línea y fuera de línea para captar la atención de la comunidad.

**Comisiones y costos:** Aunque el crowdfunding puede ser una forma efectiva de recaudar fondos, las plataformas suelen cobrar comisiones y tarifas por sus servicios. Los emprendedores deben tener en cuenta estos costos al establecer el objetivo de financiamiento y calcular cuánto necesitarán recaudar para cubrir

sus necesidades. Además, es importante entender las tarifas y comisiones específicas de la plataforma que se elija para evitar sorpresas desagradables.

El crowdfunding ofrece oportunidades significativas, pero también implica riesgos y desafíos que deben abordarse con cuidado y planificación adecuada. Las microempresas deben estar bien informadas y preparadas para enfrentar estos desafíos a medida que buscan financiamiento y apoyo para sus proyectos.

### Impacto económico y social

**Figura 1**  
Impacto económico y social



Fuente: (Espinosa, 2021); elaborado por Johannes Villalta

### Emprendimientos y microempresas

Los emprendimientos y microempresas son dos conceptos clave en el mundo empresarial que a menudo se utilizan para describir tipos específicos de negocios. Aquí se detallan:

**Emprendimientos:** Los emprendimientos se refieren a la creación y gestión de nuevos negocios o proyectos con un enfoque en la innovación, la búsqueda de oportunidades y la asunción de riesgos. Los emprendedores son individuos que identifican una necesidad en el mercado y trabajan para desarrollar soluciones

nuevas o mejoradas para satisfacerla. Los emprendimientos pueden abarcar una amplia gama de sectores y tamaños, desde startups tecnológicas hasta pequeñas empresas familiares (García & González, 2022). Los emprendedores suelen ser personas motivadas, creativas y dispuestas a asumir riesgos para llevar sus ideas al mercado. Los emprendimientos a menudo son impulsados por la pasión por un concepto o una visión empresarial.

**Tabla 1**  
Emprendimientos en Ecuador

<b>Categoría de Emprendimiento</b>	<b>Descripción</b>
<b>Microempresas</b>	Pequeños negocios locales, como tiendas y restaurantes.
<b>Pequeñas Empresas</b>	Empresas más grandes que pueden abarcar varios sectores.
<b>Emprendimientos Innovadores</b>	Startups tecnológicas y empresas con enfoque en la innovación.
<b>Emprendimientos Sociales</b>	Empresas con un propósito social además de generar ganancias.
<b>Agricultura</b>	Emprendimientos relacionados con la producción agrícola.
<b>Turismo</b>	Negocios relacionados con la industria turística.
<b>Educación</b>	Empresas y proyectos en el sector educativo.
<b>Salud</b>	Emprendimientos en el campo de la salud y la atención médica.

Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor, 2019) ; elaborado por Johannes Villalta

**Microempresas:** Las microempresas son empresas de pequeño tamaño que emplean a un número limitado de personas y tienen ingresos y activos limitados en comparación con las medianas y grandes empresas. En general, no hay una definición universalmente aceptada de lo que constituye una microempresa, pero suelen caracterizarse por tener un número reducido de empleados, a menudo menos de 10 o 5, y generar ingresos modestos. Las microempresas pueden operar en una variedad de sectores, desde servicios profesionales hasta comercio minorista y producción artesanal (Orozco & Vélez, 2020). A menudo, son negocios locales y familiares, aunque también pueden ser empresas individuales o de propiedad única. Las microempresas pueden ser una fuente

importante de empleo y contribución a la economía en muchas regiones, ya que pueden estar más orientadas hacia las comunidades locales y proporcionar empleo a nivel local.

Los emprendimientos se centran en la creación de nuevos negocios con un enfoque en la innovación y la asunción de riesgos, mientras que las microempresas son pequeñas empresas que pueden abarcar una variedad de sectores y a menudo operan con recursos limitados. Ambos desempeñan un papel crucial en la economía y la creación de empleo, especialmente en contextos locales y regionales.

En Ecuador, las microempresas son entidades comerciales que tienen características específicas que las distinguen de otras formas de organización empresarial. A continuación, se presentan las principales características que debe tener una microempresa en Ecuador, presentadas en un cuadro:

**Tabla 2**  
Características de una Microempresa en Ecuador

<b>Características de una Microempresa en Ecuador</b>	
<b><i>Tamaño</i></b>	Una microempresa en Ecuador debe tener un número limitado de empleados. Generalmente, se considera que tiene hasta 10 empleados, incluyendo al propietario o fundador.
<b><i>Facturación Anual</i></b>	La facturación anual de una microempresa en Ecuador debe estar dentro de un rango específico, que varía según el sector de actividad. En general, no debe exceder ciertos límites establecidos por la Superintendencia de Compañías.
<b><i>Propiedad Independiente</i></b>	Las microempresas en Ecuador suelen ser propiedad de una persona o una familia, y no están controladas por empresas más grandes o grupos corporativos.
<b><i>Operación Local</i></b>	Por lo general, las microempresas operan a nivel local o regional, atendiendo a comunidades o mercados específicos. Su alcance geográfico es limitado.

<b>Capital Limitado</b>	Las microempresas suelen tener un capital inicial limitado, que puede provenir de ahorros personales, préstamos familiares o financiamiento propio del propietario.
<b>Gestión Informal</b>	La gestión de una microempresa puede ser menos formal que la de empresas más grandes. Los procedimientos y estructuras pueden ser flexibles y adaptarse a las necesidades cambiantes.
<b>Foco en Actividades Específicas</b>	Las microempresas suelen enfocarse en actividades comerciales específicas, como pequeños comercios, servicios locales o producción artesanal.

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MIPRO); elaborado por Johannes Villalta

### **Importancia de la microempresa en la económica ecuatoriana**

Las microempresas desempeñan un papel significativo en la economía ecuatoriana y representan una parte fundamental de su tejido empresarial. Estas pequeñas empresas, caracterizadas por su tamaño reducido en términos de empleados y facturación anual, tienen una importancia económica destacada en el país. A continuación, se destacan algunas de las razones por las cuales las microempresas son importantes en la economía ecuatoriana (Zamora, 2022).

En primer lugar, las microempresas son una fuente crucial de empleo en Ecuador. Dado su tamaño y su alcance local o regional, estas empresas tienden a contratar mano de obra local, lo que contribuye a la generación de empleo en comunidades y regiones específicas. Esto es especialmente relevante en un país donde el desempleo y el subempleo son desafíos económicos persistentes.

Además, las microempresas aportan a la diversificación económica del país. Ecuador ha dependido históricamente de sectores como el petróleo y la agricultura, lo que ha llevado a vulnerabilidades económicas en el pasado. Las microempresas, al centrarse en una variedad de actividades comerciales, contribuyen a la diversificación económica al impulsar sectores como el comercio minorista, los servicios locales, la producción artesanal y más.

Las microempresas también promueven la inclusión económica y social. Permiten que emprendedores locales y pequeños empresarios tengan la oportunidad de iniciar y operar sus propios negocios, lo que a su vez puede mejorar sus condiciones de vida y generar un impacto positivo en sus comunidades. Estas empresas son una vía para el empoderamiento económico de individuos y grupos que de otra manera podrían enfrentar dificultades para acceder al empleo formal (Zamora, 2022).

También, aportan al desarrollo local. Al operar a nivel comunitario o regional, estas empresas contribuyen al crecimiento económico de áreas específicas al aumentar la actividad económica y el consumo local. Esto puede ayudar a reducir las disparidades económicas entre diferentes regiones del país.

Las microempresas desempeñan un papel esencial en la economía ecuatoriana al ser una fuente de empleo, promover la diversificación económica, fomentar la inclusión económica y contribuir al desarrollo local. Su importancia radica en su capacidad para impulsar el crecimiento económico sostenible y mejorar las condiciones de vida de numerosos ecuatorianos.

### **Financiamiento interno y externo**

Las microempresas pueden acceder a diversas fuentes de financiamiento para respaldar su crecimiento y operación. Estas fuentes de financiamiento se pueden dividir en financiamiento interno y externo, cada una con sus propias características y ventajas. Swinburn (2018), describe estas fuentes y otras opciones de financiamiento para microempresas:

#### **Financiamiento Interno:**

1. **Capital Propio:** Los propietarios de la microempresa pueden invertir sus propios fondos personales para financiar el negocio. Esto puede incluir ahorros personales o ganancias generadas por la empresa.
2. **Ganancias Retenidas:** Las microempresas pueden reinvertir las ganancias generadas por sus operaciones para financiar el crecimiento y las actividades futuras.

3. **Préstamos de Familiares y Amigos:** A veces, los propietarios de microempresas obtienen préstamos de familiares o amigos que están dispuestos a proporcionar financiamiento.

#### **Financiamiento Externo:**

4. **Préstamos Bancarios:** Las microempresas pueden obtener préstamos comerciales de bancos locales o instituciones financieras. Estos préstamos pueden ser utilizados para capital de trabajo, expansión o compra de activos.
5. **Microcréditos:** Las instituciones de microfinanzas ofrecen microcréditos diseñados específicamente para microempresas. Estos préstamos suelen ser de menor cuantía y pueden ser más accesibles para negocios de menor tamaño.
6. **Crowdfunding:** A través de plataformas de crowdfunding en línea, las microempresas pueden recaudar fondos de una amplia audiencia de inversores o patrocinadores.
7. **Capital de Riesgo:** En casos excepcionales, las microempresas que tienen un modelo de negocio escalable pueden atraer inversiones de capital de riesgo.
8. **Programas de Apoyo Gubernamental:** Algunos gobiernos ofrecen programas de financiamiento y subvenciones dirigidos a microempresas como parte de sus iniciativas de desarrollo económico.

Es importante que las microempresas evalúen cuidadosamente sus necesidades de financiamiento y seleccionen la fuente de financiamiento adecuada para sus circunstancias individuales. Además, deben considerar aspectos como tasas de interés, plazos de pago y posibles requisitos de garantía al buscar financiamiento externo. Cada fuente de financiamiento tiene sus propias ventajas y desventajas, por lo que es fundamental tomar decisiones financieras informadas y gestionar de manera efectiva los fondos obtenidos para garantizar el éxito a largo plazo del negocio.



## Fuentes de financiamientos

**Tabla 3**

Fuentes de financiamiento de microempresas

<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Detalle</b>
<b>Préstamos Bancarios</b>	Préstamos de bancos locales.
<b>Programas de Microcrédito</b>	Instituciones de microfinanzas.
<b>Fondos de Desarrollo</b>	Fondos gubernamentales para el desarrollo empresarial.
<b>Subvenciones y Concursos</b>	Ganar subvenciones o premios en concursos empresariales.
<b>Inversionistas Ángeles</b>	Inversionistas privados interesados en empresas emergentes.
<b>Programas de Apoyo Gubernamental</b>	Iniciativas gubernamentales para el apoyo a las microempresas.

Fuente: asobanca.org.ec; elaborado por Johannes Villalta

El 85% del financiamiento de microcrédito se ha dirigido principalmente hacia sectores como las actividades de los hogares, servicios administrativos, comercio y agricultura en los últimos años. Esto refleja los esfuerzos de la banca privada en apoyar actividades productivas. Notablemente, los sectores del comercio y la agricultura han experimentado un crecimiento significativo del 54% y 52%, respectivamente, en comparación con el año 2020. Durante el año 2021, se destinaron USD 447 millones al sector del comercio, lo que representa un aumento de USD 158 millones con respecto al año anterior. En el caso de las actividades agrícolas, se destinaron USD 223 millones, lo que significa un aumento de USD 77 millones en comparación con 2020.

En la búsqueda de una recuperación económica sostenida, es fundamental priorizar el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, ya que desempeñan un papel crucial como motores de crecimiento económico y generadores de empleo. La banca privada ha demostrado su compromiso al superar los niveles de financiamiento previos a la pandemia, registrando un impresionante crecimiento del 70% anual en los créditos entregados a microempresarios. Además, se observa que el 52% de estos créditos se otorgan a mujeres emprendedoras, lo que conlleva numerosos beneficios tanto para las familias como para la sociedad en general.

Promover la dinamización de la economía a través del crédito enfocado en sectores productivos es esencial para consolidar el desarrollo económico, impulsar la creación de empleo y mejorar la competitividad, lo que en última instancia contribuye al bienestar general de la sociedad. A medida que las pequeñas empresas prosperan y se fortalecen, se generan efectos positivos que se extienden más allá de las empresas mismas, impactando de manera positiva en las comunidades y la economía en su conjunto.

**Tabla 4**  
Volumen de crédito por segmento

<b>Crédito</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Recompensa</b>	0,785	3,925	15,7	61,5	383,3
<b>Deuda/préstamos</b>	15,825	79,125	316,5	554,9	1169,7
<b>Capital</b>	2,495	12,475	49,9	88,9	115,7
<b>Donaciones</b>	23,02	115,1	460,4	675,7	979,3

Fuente: Superintendencias de Bancos y Banco Central del Ecuador; elaborado por Johannes Villalta

### **Necesidades financieras de los emprendimientos y microempresas**

Las necesidades financieras de los emprendimientos y microempresas en Guayaquil son esenciales para su establecimiento y crecimiento. Estas necesidades pueden variar ampliamente según la industria, el tamaño y la etapa de desarrollo de cada negocio, pero en términos generales, se pueden identificar algunas áreas comunes de requerimientos financieros (Ruiz & Vega, 2022).

En primer lugar, los emprendimientos y microempresas a menudo requieren capital inicial para financiar la puesta en marcha de sus operaciones. Esto puede incluir la compra de equipo, la adquisición de materias primas o inventario, el alquiler de espacio comercial y otros gastos iniciales. Además, pueden necesitar fondos para cubrir los costos operativos durante los primeros meses o años, ya que es común que estas empresas no generen ganancias de inmediato.

Otro aspecto crítico es el financiamiento para la expansión y el crecimiento. Muchas microempresas aspiran a crecer con el tiempo, abrir nuevas ubicaciones, aumentar su capacidad de producción o diversificar su línea de

productos. Para lograr esto, a menudo necesitan capital adicional para invertir en activos, contratar más empleados y expandir su alcance en el mercado.

En el contexto de Guayaquil, el acceso al financiamiento puede ser un desafío para los emprendimientos y microempresas. A menudo, estas empresas carecen de historial crediticio sólido y activos que puedan servir como garantía para préstamos bancarios tradicionales. Por lo tanto, a menudo recurren a fuentes alternativas de financiamiento, como préstamos de amigos y familiares, inversión de capital de riesgo, financiamiento colectivo o microcréditos.

Además de las necesidades de capital, también es importante que estas empresas cuenten con asesoramiento financiero y habilidades de gestión financiera sólidas. La falta de conocimientos en materia de gestión financiera puede llevar a problemas de flujo de efectivo y a una gestión deficiente de los recursos financieros disponibles (Virrueta, 2020).

Las necesidades financieras de los emprendimientos y microempresas en Guayaquil son variadas e incluyen el capital inicial para comenzar operaciones, financiamiento para la expansión y el crecimiento, y la capacitación en gestión financiera. El acceso al financiamiento puede ser un desafío, pero es fundamental para el desarrollo y la sostenibilidad de estos negocios en la ciudad.

## **Regulaciones y marco legal**

### **Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en Ecuador, que regula diversas actividades económicas, incluyendo el crowdfunding, puede tener varios artículos pertinentes para este tema. Sin embargo, es importante destacar que las regulaciones específicas para el crowdfunding pueden variar con el tiempo y requerir consultas actualizadas con expertos legales y la autoridad competente. A continuación, se mencionan algunos artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria que pueden ser relevantes:

1. **Artículo 1:** Este artículo establece los objetivos y el alcance de la Ley, que incluyen promover la economía popular y solidaria y regular sus actividades (LOEPS, 2011).
2. **Artículo 4:** Este artículo define los tipos de organizaciones económicas populares y solidarias, que incluyen cooperativas, mutuales, asociaciones y otras formas de organizaciones. El crowdfunding puede encajar en estas categorías si se estructura de acuerdo con las regulaciones pertinentes (LOEPS, 2011).
3. **Artículo 29:** Este artículo establece las condiciones para la autorización y supervisión de entidades de la economía popular y solidaria por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). Las plataformas de crowdfunding pueden requerir autorización y supervisión de la SEPS (LOEPS, 2011).
4. **Artículo 33:** Este artículo establece los derechos y obligaciones de las organizaciones de la economía popular y solidaria, así como de los socios, miembros o asociados. Esto puede ser relevante para la relación entre las plataformas de crowdfunding y los emprendedores o patrocinadores (LOEPS, 2011).
5. **Artículo 51:** Este artículo aborda la transparencia y la información que deben proporcionar las organizaciones de la economía popular y solidaria a sus socios, miembros o asociados. Esto puede aplicarse a la divulgación de información sobre proyectos en plataformas de crowdfunding (LOEPS, 2011).
6. **Artículo 57:** Este artículo establece las sanciones administrativas que pueden aplicarse en caso de incumplimiento de la Ley. Las plataformas de crowdfunding y las organizaciones relacionadas deben cumplir con las regulaciones para evitar sanciones (LOEPS, 2011).
7. **Artículo 68:** Este artículo se refiere a la protección de los derechos de los socios, miembros o asociados de las organizaciones de la economía

popular y solidaria. Esto podría ser relevante para la protección de los derechos de los patrocinadores o inversores en campañas de crowdfunding (LOEPS, 2011).

### **Requisitos de Divulgación y Transparencia**

En el contexto del crowdfunding, los requisitos de divulgación y transparencia pueden variar según la jurisdicción y la plataforma utilizada, pero existen prácticas comunes para garantizar la confianza y la claridad en el proceso. Estos requisitos incluyen proporcionar una descripción detallada del proyecto, desglosar el presupuesto y el uso de los fondos, respetar el período de la campaña, establecer objetivos de financiamiento alcanzables, detallar las recompensas ofrecidas, explicar la política de devolución de fondos, mantener actualizados a los patrocinadores, proporcionar información de contacto, utilizar elementos visuales, cumplir con las políticas de la plataforma, incluir información legal cuando sea necesario y cumplir con las leyes y regulaciones locales (Perales, 2018).

Estas prácticas son esenciales para que los patrocinadores e inversores tengan una comprensión completa de los proyectos respaldados y puedan tomar decisiones informadas. La transparencia y la honestidad en la comunicación son fundamentales para mantener la confianza y la credibilidad en el contexto del crowdfunding (Perales, 2018).

### **Límites de Financiamiento y Participación**

Los límites de financiamiento y participación en el crowdfunding pueden variar según la jurisdicción y la plataforma específica utilizada. Estas limitaciones se establecen para proteger tanto a los patrocinadores como a los creadores de proyectos y garantizar la integridad del proceso de financiamiento colaborativo. A continuación, se describen algunas normas comunes relacionadas con los límites de financiamiento y participación en campañas de crowdfunding:

1. **Límite Mínimo de Financiamiento:** La mayoría de las plataformas de crowdfunding establecen un límite mínimo de financiamiento que un

proyecto debe alcanzar para que los fondos sean desembolsados. Si el proyecto no alcanza este mínimo, los fondos pueden ser devueltos a los patrocinadores. Esto garantiza que los proyectos sean viables y tengan un nivel mínimo de apoyo antes de recibir financiamiento (Superintendencia de Compañías, 2018).

2. **Límite Máximo de Financiamiento:** Algunas plataformas también pueden establecer un límite máximo de financiamiento para proyectos. Esto evita que un proyecto acumule una cantidad excesiva de fondos que podría ser difícil de administrar o que no sea necesaria para la ejecución del proyecto.
3. **Límites de Inversión Individual:** En el caso del equity crowdfunding, donde los inversores compran acciones o participaciones en una empresa, puede haber límites en la cantidad que un individuo puede invertir en un proyecto. Estos límites pueden estar destinados a proteger a los inversores de la concentración excesiva de riesgos en un solo proyecto (Superintendencia de Compañías, 2018).

Es importante tener en cuenta que los límites pueden variar según la plataforma y la jurisdicción. Antes de lanzar o participar en una campaña de crowdfunding, es fundamental revisar las normas y políticas de la plataforma en la que se encuentra y asegurarse de comprender los límites que se aplican en ese contexto específico. Esto ayuda a garantizar una experiencia de crowdfunding segura y transparente para todos los involucrados.

## CAPITULO II

## **Metodología del Proceso de Investigación**

### **Enfoque**

La investigación se centra en cómo el crowdfunding ha impactado a los emprendimientos en el sector centro de Guayaquil durante los últimos 5 años. Para comprender mejor la situación, se emplea un enfoque mixto que combina datos cualitativos y cuantitativos.

El enfoque mixto es una metodología de investigación que combina tanto métodos cualitativos como cuantitativos en un mismo estudio. El objetivo principal de un enfoque mixto es aprovechar las fortalezas de ambas aproximaciones para obtener una comprensión más completa y profunda de un problema de investigación o fenómeno estudiado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018)

En la fase cuantitativa, se realizará un análisis de datos utilizando herramientas estadísticas en Excel para obtener información descriptiva. En la fase cualitativa, se llevarán a cabo encuestas con preguntas cerradas dirigidas a emprendedores y propietarios de pequeños negocios en el centro de Guayaquil, con el objetivo de conocer sus experiencias, desafíos, éxitos y cómo el crowdfunding ha afectado sus negocios.

### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación se refiere a la categoría general asignada a un estudio según sus objetivos, métodos y enfoque. Sirve para definir la naturaleza y el propósito de la investigación, proporcionando un marco para su planificación y ejecución (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018). En este caso, la investigación se clasifica principalmente como de campo, descriptiva y mixta.

En cuanto a la investigación de campo, esta implica la recopilación directa de datos del entorno en el que se lleva a cabo el estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018). En nuestro caso, se trata de una investigación de campo al recopilar datos directamente de emprendedores y/o propietarios de pequeños



negocios en el sector centro de Guayaquil. Esto incluye la realización de encuestas para obtener información directa en su entorno real.

Por otro lado, la investigación es descriptiva, centrada en la recopilación, análisis y presentación de datos para describir con precisión un fenómeno, situación, grupo o proceso (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018). En este contexto, busca describir y analizar la situación actual del uso de crowdfunding en emprendimientos en el centro de Guayaquil. Se recopilan datos para ofrecer una imagen precisa de cómo se ha utilizado el crowdfunding en este contexto específico.

### **Métodos de investigación**

Los métodos de investigación se refieren a los procedimientos sistemáticos y técnicas utilizadas para llevar a cabo una investigación de manera organizada y efectiva. Estos métodos son fundamentales para que los investigadores recopilen, analicen e interpreten datos con el objetivo de responder preguntas específicas o alcanzar metas definidas. La variedad de métodos de investigación puede adaptarse según el tipo de investigación, los objetivos y la disciplina en la que se realice el estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

En el marco de esta investigación, se emplean diversos métodos para recopilar y analizar datos, entre ellos:

1. **Técnica de Encuestas:** En la fase cuantitativa, se utiliza la técnica de encuestas para obtener información sobre el uso de crowdfunding. Se crean cuestionarios estructurados que se administran a una muestra representativa de emprendedores y/o propietarios de pequeños negocios en el centro de Guayaquil. Mediante una encuesta estructurada En la fase cuantitativa, se emplean encuestas estructuradas como instrumento principal, diseñadas mediante Google Forms. Estas encuestas contienen preguntas cerradas con opciones de respuesta predefinidas. Los encuestados seleccionados responden a estas preguntas, permitiendo así la recopilación de datos cuantitativos sobre el uso de crowdfunding en emprendimientos y microempresas en Guayaquil (ver Anexo 1).

2. **Método de Análisis Estadístico:** Para analizar los datos cuantitativos recopilados mediante encuestas, se recurre al método de análisis estadístico. Esto implica el uso de técnicas estadísticas descriptivas, como promedios y gráficos los cuales son generados por la misma plataforma de Google Form y Excel, para resumir y presentar eficientemente los datos cuantitativos.
3. **Método de Análisis Cualitativo:** Se lleva a cabo un análisis de las transcripciones de las encuestas en busca de patrones, temas y tendencias emergentes en las respuestas de los participantes. Este enfoque permite obtener una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de los sujetos.

### **Técnicas e instrumentos**

Las técnicas e instrumentos son herramientas específicas que los investigadores emplean para recopilar datos de manera efectiva durante un estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

### **Periodo y lugar**

El lugar de estudio es la ciudad de Guayaquil en el sector centro por ser la zona más comercial de la ciudad, en un cuadrante exacto entre la Av. Simón Bolívar, Av. Colon, Av. Pedro Carbo Noboa y Av. José Joaquín de Olmedo que es en el centro de la ciudad y se encuentra en la provincia de Guayas, en Ecuador. Guayaquil es uno de los centros económicos más importantes del país y un entorno propicio para la investigación sobre emprendimientos y pequeños negocios, la recolección e investigación se llevará a cabo en el último trimestre del 2023.

### **Población y muestra**

Los conceptos clave de población y muestra son esenciales en investigación y estadística, ayudando a definir quiénes serán objeto de estudio y cómo se recopilarán los datos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

La población en este estudio comprende emprendedores del centro de la ciudad de Guayaquil. Se utiliza un método de muestreo a conveniencia, también conocido como muestreo no probabilístico por conveniencia, donde los participantes son seleccionados de manera deliberada y accesible (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

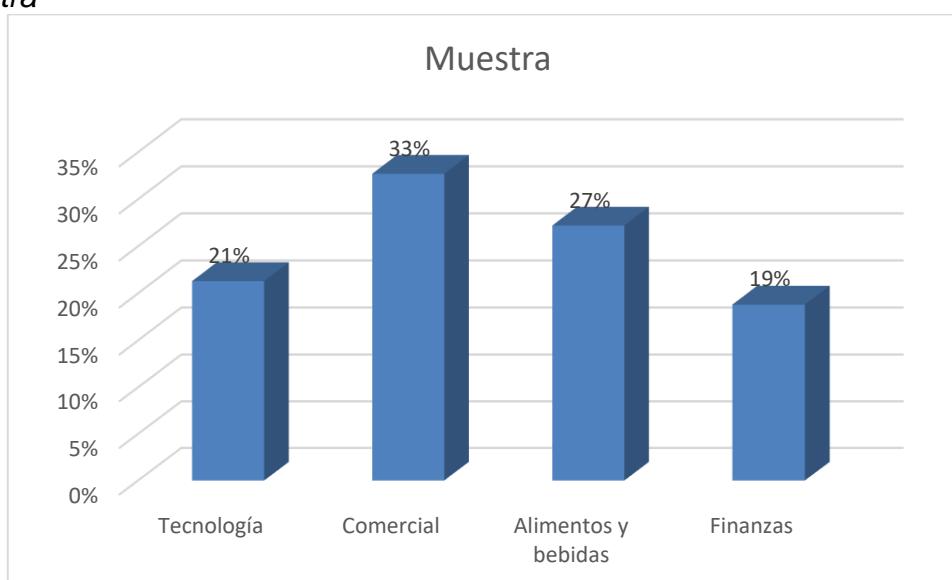
El estudio se enfoca en un cuadrante limitado, el cual es una zona comercial muy concurrida y es en el sector de la bahía y en este sector hay 4300 comerciantes ubicados en diferentes quioscos, así lo señaló el presidente de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil (Zúñiga, 2020). Sin embargo, la zona se considera inestable por los problemas que pueden llegar a existir para determinar una cantidad exacta de pequeños negocios o emprendimientos. Por ejemplo, a raíz de la pandemia del Covid-19 más de 2000 locales cerraron por la pandemia y fue afectando paulatinamente el comercio del sector (2020).

Además, la bahía se considera un lugar de amplio comercio, pero hay muchos locales que laboran de manera informal y hace que la cantidad de locales año a año vayan disminuyendo por los controles que realiza el Municipio de Guayaquil. En el año 2022 más de 100 locales fueron clausurados por ordenanza municipal porque existían módulos que estaban siendo atendidos por personas que no eran los dueños de los establecimientos y eso afecta al censo de los locales en el sector (Merchan, 2022). Las situaciones de clausura en los locales de la bahía se presencian año a año por diferentes inconvenientes en el sector, a pesar de que el Covid-19 afectó a diferentes emprendedores, no fue la única razón por la que los locales cerraron, varios locales fueron cerrados por no tener los permisos en regla en el año de la pandemia (2020).

Por ende, los encuestados fueron seleccionados de manera deliberada y que estén predispuestos a responder la encuesta, ya que no todos los emprendedores estaban dispuestos a hacer encuestados por diferentes factores, como el tiempo, seguridad, internet y clima.

La muestra consistirá en 367 propietarios de emprendimientos del sector comercial en el centro de Guayaquil, seleccionados de forma aleatoria. Las limitaciones en la ciudad, como la conectividad de internet, la inseguridad y el recelo por parte de los emprendedores para una encuesta sencilla, influyeron en la elección del muestreo a conveniencia. La participación en la encuesta se vio afectada por estas limitaciones, y la disponibilidad limitada de los propietarios comerciales en el centro de Guayaquil también fue un factor.

**Figura 2**  
*Muestra*



Elaborado por: Johannes Villalta

Debido a estas limitaciones, no es posible determinar el segmento o tipo específico de negocios. Sin embargo, el modelo de encuestas se adapta a la realidad del sector de emprendimiento, considerando las circunstancias para obtener información relevante.

### **Procedimiento y procesamiento**

Los conceptos de "procedimiento" y "procesamiento" son utilizados en el ámbito de la investigación, específicamente en la recopilación y análisis de datos. Aunque están interrelacionados, se refieren a aspectos distintos del proceso de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

A través de una visita de campo en el cuadrante establecido se pudo entrevistar a dueños de locales que tenían la predisposición de responder la encuesta, sin embargo, no todos los emprendedores dueños de locales contaban con permisos municipales o tenían alguna anomalía en su negocio y de esa manera ayudó a depurar a los emprendedores informales y encuestar a los emprendedores formales.

Durante la fase de procesamiento de la información, se ejecutan etapas esenciales para asegurar la calidad y utilidad de los datos recopilados. Inicialmente, se registra y organiza cuidadosamente toda la información obtenida mediante encuestas en Google Forms dirigidas a emprendedores en el sector comercial del centro de Guayaquil, dado que es la zona con mayor actividad comercial.

Una vez organizados, se lleva a cabo una etapa de limpieza de datos para identificar y corregir posibles errores o inconsistencias, garantizando la precisión y confiabilidad de los resultados. Se emplean preguntas cerradas para obtener información eficientemente.

En el análisis cuantitativo, se aplican métodos estadísticos, como promedios, utilizando Excel. Esto permite examinar las variables numéricas y determinar porcentajes de respuestas positivas o negativas según la encuesta.

Por otro lado, en el análisis cualitativo, se profundiza en el contenido de las respuestas de las encuestas. El objetivo es identificar patrones y tendencias emergentes en los datos cualitativos, proporcionando una comprensión enriquecedora de las experiencias y percepciones de los participantes. Se diseñan preguntas de manera que, si los emprendedores utilizaron el Crowdfunding, continúan con la encuesta; de lo contrario, la encuesta se da por concluida.

Finalmente, los resultados se presentan de manera efectiva en informes que incluyen tablas y gráficos. A partir de estos hallazgos, se elaboran conclusiones que reflejan los resultados obtenidos en la investigación.

## Operacionalización de las variables

**Tabla 5**

Operacionalización de las variables

Variable	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Técnicas de Medición
Variable Independiente:				
Crowdfunding	Uso de crowdfunding como método de financiamiento en emprendimientos en Guayaquil desde el 2018 al 2022.	Frecuencia de Uso (Número de campañas) Tipo de Crowdfunding (Categoría específica)	Número de campañas de crowdfunding realizadas. Clasificación de campañas según tipo de crowdfunding.	Encuestas (preguntas sobre el uso de crowdfunding)
Variable Dependiente:				
Estrategia de Financiamiento	Estrategia global de financiamiento adoptada por emprendedores en Guayaquil en función del uso o no de crowdfunding desde el 2018 al 2022.	Uso de Crowdfunding Diversificación de Fuentes de Financiamiento	Variable binaria que indica si la empresa utilizó crowdfunding. Variable binaria que indica si la empresa diversificó sus fuentes de financiamiento.	- Encuestas (preguntas sobre el uso de crowdfunding y la diversificación de fuentes de financiamiento)

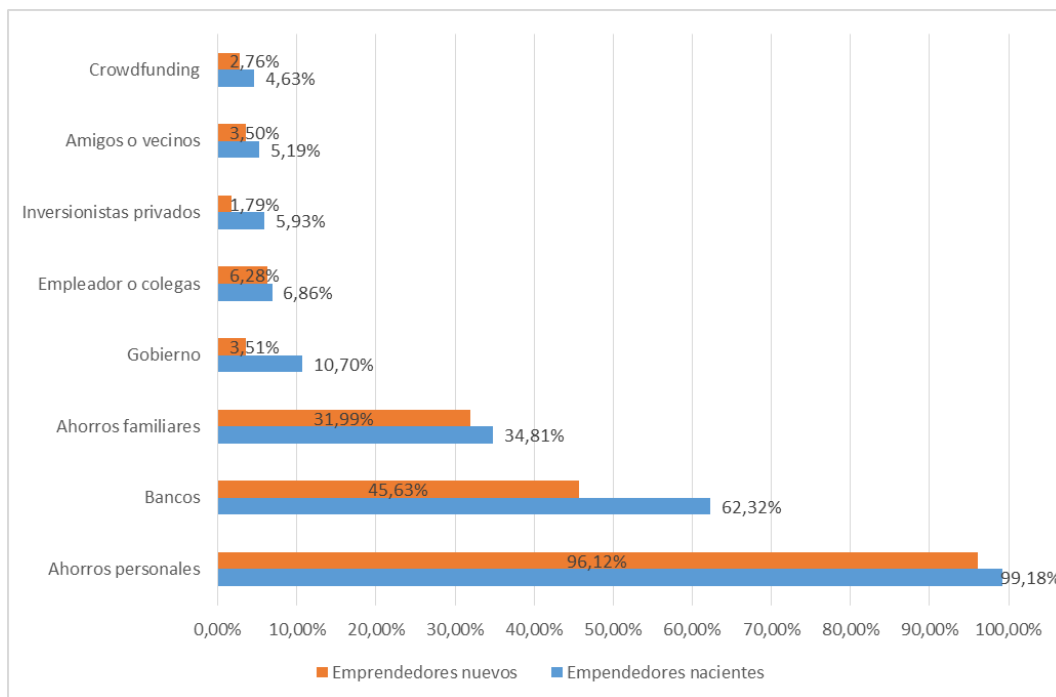
Elaborado por: Johannes Villalta

## CAPITULO III

## Análisis e Interpretación de Resultados de la Investigación

**Figura 3**

*Fuentes de financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio.*



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020, (p.31), Derechos de autor 2020 por ESPAЕ, Escuela de Negocios de la ESPOL  
Elaborado por: Johannes Villalta

Incluso antes del brote de la pandemia, los sectores emprendedores enfrentaban desafíos significativos en la financiación de sus negocios, especialmente durante las fases iniciales.

Los emprendedores enfrentan demandas cruciales en medio de la crisis, destacando la necesidad de asegurar fuentes de financiamiento. Estas demandas incluyen la solicitud de capital semilla para mantener la actividad empresarial, la disponibilidad de líneas de financiamiento de emergencia y refuerzos para el capital semilla previamente otorgado.

La situación descrita refleja las dificultades persistentes que enfrentan los emprendedores, destacando la importancia crítica de la financiación, especialmente en momentos de crisis como la pandemia. La necesidad de capital semilla y la disponibilidad de líneas de financiamiento de emergencia son

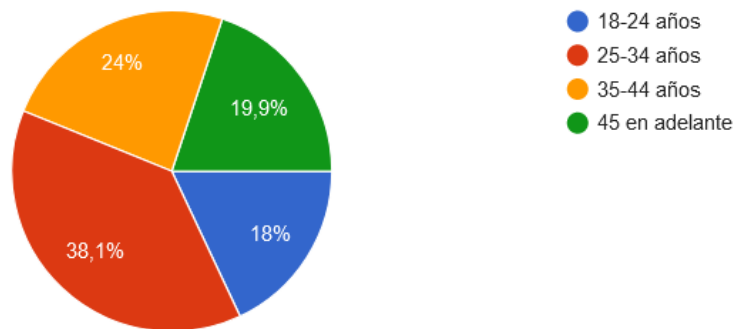


aspectos vitales para mantener y fortalecer las operaciones empresariales. Esta realidad subraya la importancia de abordar y facilitar el acceso a recursos financieros para los emprendedores, no solo como una respuesta a crisis específicas, sino como un componente esencial para el crecimiento sostenible de los negocios emergentes.

**Figura 4**  
*Pregunta No. 1*  
*Edad de encuestados*

Edad

367 respuestas



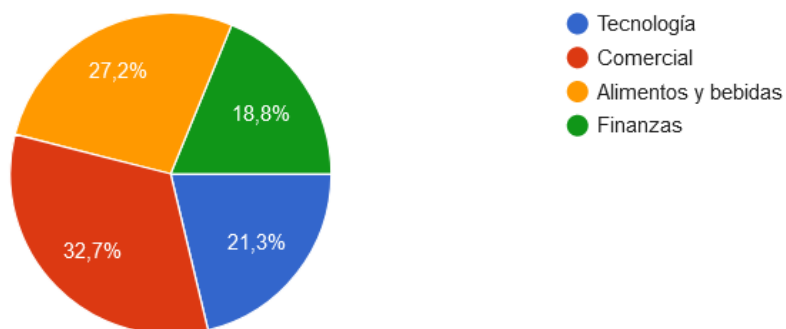
Elaborado por: Johannes Villalta

De acuerdo a los emprendedores encuestados, se puede observar que los jóvenes entre 25 a 34 años son los que más destacan, del 100% de encuestados ellos representan el 38,1%. Es decir, los jóvenes están creando nuevos emprendimientos y son los que más generan actividad comercial en el centro de la ciudad.

**Figura 5**  
*Pregunta No. 2*  
*Actividad de su negocio o emprendimiento*

Actividad de su negocio o emprendimiento

367 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Como se observan los resultados, el área comercial es el que más influencia tiene en el mercado y se interpreta por el comercio que hay en el centro de la ciudad de Guayaquil, por ejemplo, venta de ropa, calzado, tecnología, etc. Sin embargo, el servicio o venta de alimentos y tecnología son la segunda fuerza más importante en el comercio de la ciudad. El comercio es la actividad que más ventaja tiene para que su fuente de financiamiento sea el Crowdfunding.

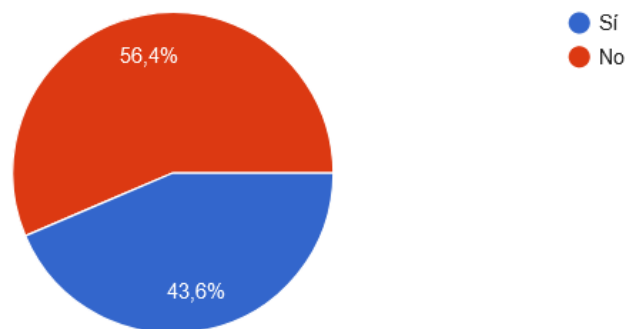
## Figura 6

### Pregunta No. 3

*¿Ha utilizado el Crowdfunding como fuente de financiamiento en su emprendimiento entre el 2018 al 2022 ?*

¿Ha utilizado el Crowdfunding como fuente de financiamiento en su emprendimiento entre el 2018 al 2022?

367 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Como se observa en el gráfico, se valida que existe una cantidad considerable de emprendedores los cuales han usado el Crowdfunding como una fuente de financiamiento, pero el resultado refleja que una gran cantidad de emprendedores siguen usando métodos de financiamiento diferentes al Crowdfunding. Esto se puede asociar a la primera pregunta que es la EDAD, los jóvenes son los que tienen mayor acceso a internet y pueden investigar sobre una nueva fuente de financiamiento, o sea, el Crowdfunding.

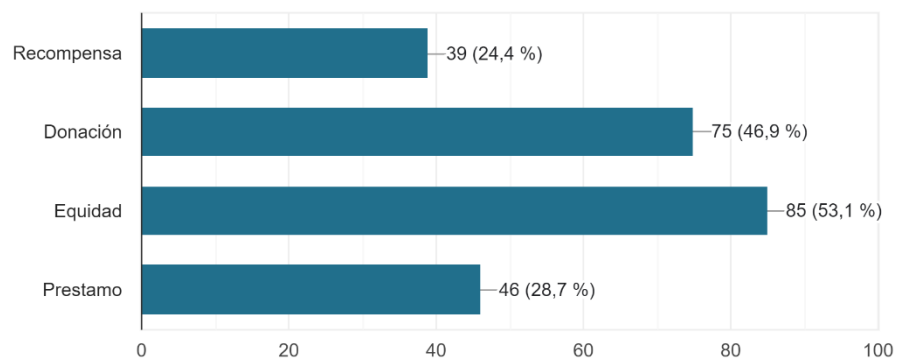
## Figura 7

### Pregunta No. 4

*¿Qué tipo de Crowdfunding considera que se adapta mejor a las necesidades de financiamiento de su emprendimiento?*

¿Qué tipo de Crowdfunding considera que se adapta mejor a las necesidades de financiamiento de su emprendimiento? (Puede seleccionar múltiples opciones)

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Como se observan en los resultados, las personas que han usado el Crowdfunding consideran que el mejor tipo de dicho financiamiento es el de "equidad" el cual representa un 53,1% debido a que la implementación de emprendimientos es fundada por un equipo de trabajo los cuales aportan una parte del capital que sea equitativo para fundar dicho negocio.

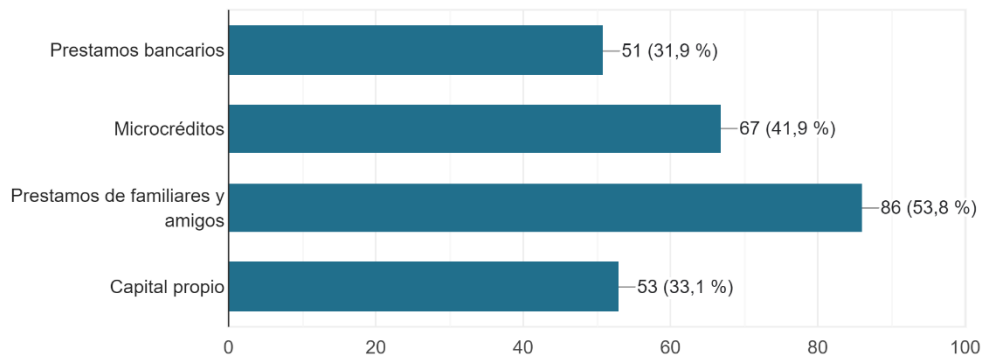
## Figura 8

### Pregunta No. 5

*Además del Crowdfunding, ¿ha buscado financiamiento a través de fuentes tradicionales para el desarrollo de sus estrategias comerciales?*

Además del Crowdfunding, ¿ha buscado financiamiento a través de fuentes tradicionales para el desarrollo de sus estrategias comerciales? (Puede seleccionar múltiples opciones)

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Según los encuestados, eligieron como otra alternativa de financiamiento los microcréditos y prestamos de familiares esto refleja más de la mitad del porcentaje total. Personas que han usado o no el Crowdfunding tienen como alternativa principal solicitar un préstamo bancario para el financiamiento de los emprendimientos. Los préstamos de familiares o amigos son los más comunes porque es de fácil acceso por la relación personal y familiar que existe. Las entidades financieras son entidades tradicionales las cuales prestan dinero, pero con condiciones y cláusulas que pueden repercutir en el futuro, sin embargo, se consideran sencillas de conseguir. Por otro lado, tener un capital propio es el resultado más bajo 33,1% porque los emprendedores son jóvenes y no cuentan con dinero para implementar sus emprendimientos.

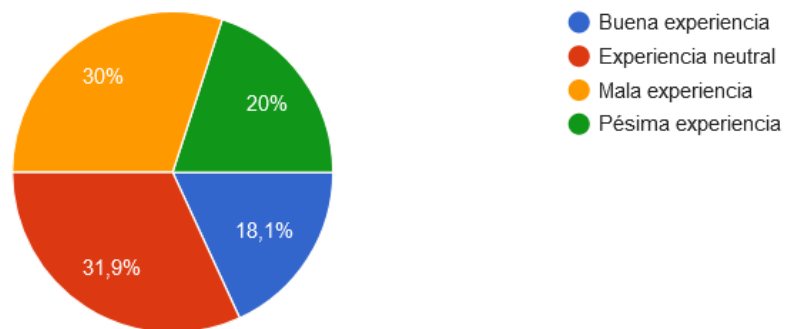
## Figura 9

### Pregunta No. 6

*¿Cómo calificaría su experiencia con fuentes de financiamiento tradicionales en comparación con el Crowdfunding?*

¿Cómo calificaría su experiencia con fuentes de financiamiento tradicionales en comparación con el Crowdfunding?

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Se puede observar en las estadísticas el reflejo de los resultados de la pregunta anterior. La mayoría de personas encuestadas consideran que la calificación del uso de otras fuentes de financiamiento es neutral 31,9%. Es decir, no todos están satisfechos con el uso de otras fuentes de financiamiento, por ejemplo, el 20% de personas encuestadas consideran que es una pésima experiencia, esto debido a que un atraso en entidades financieras o un crédito, significa entrar en central de riesgo y deterioro de historial crediticio o buro. A diferencia del Crowdfunding que no genera inconvenientes a futuro por su manera de financiar los emprendimientos.

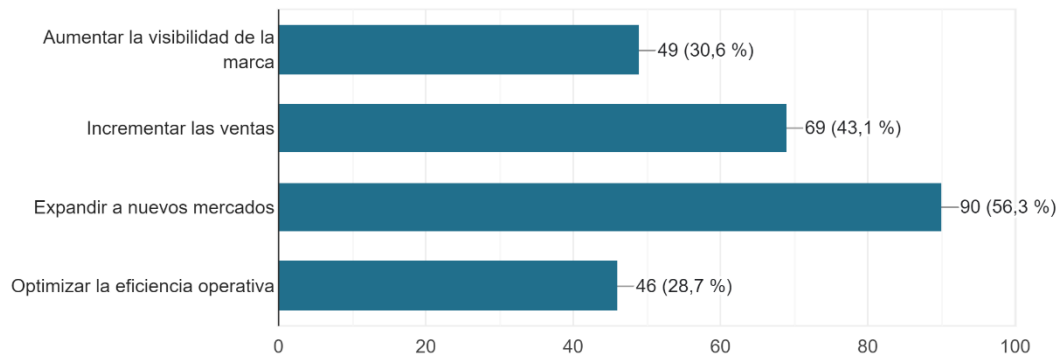
## Figura 10

### Pregunta No. 7

¿Cuál es el objetivo principal que desea lograr con sus estrategias?

¿Cuál es el objetivo principal que desea lograr con sus estrategias?

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Según los encuestados, el 56,3% consideran que la principal estrategia al usar el Crowdfunding es expandir a nuevos mercados, por ejemplo, obtener éxito en el nuevo emprendimiento implementado y poco a poco ir expandiendo la marca en diferentes ciudades o sectores. Por otro lado, el 28,7% indican que optimizar la eficiencia operativa es su estrategia principal.

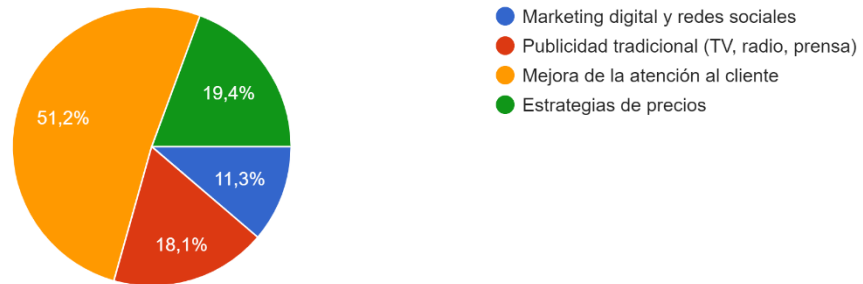
## Figura 11

### Pregunta No. 8

¿Qué tácticas o acciones considera más adecuadas para alcanzar su objetivo?

¿Qué tácticas o acciones considera más adecuadas para alcanzar su objetivo?

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Según los encuestados, el 51,2% consideran que el factor más importante es mejorar la atención al cliente para obtener resultados positivos a largo plazo, sin embargo, el 11,3% considera que usar las redes sociales o campañas de marketing digital es una buena opción. El uso de una nueva alternativa de financiamiento como lo es el Crowdfunding tiene que tener resultados a corto y mediano plazo, es por esto, que la atención a los clientes es parte fundamental para que un emprendimiento siga creciendo.



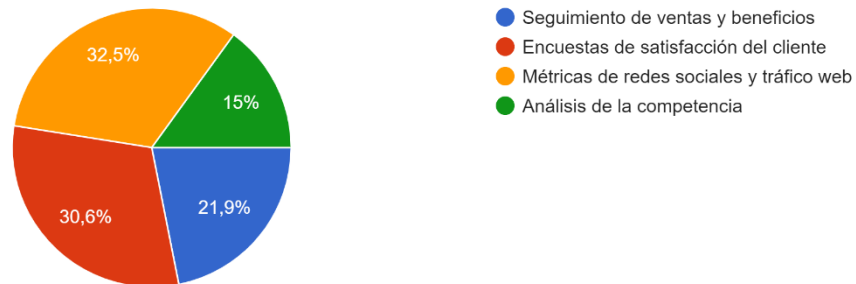
## Figura 12

### Pregunta No. 9

¿Cómo planea medir y evaluar el éxito de sus estrategias?

¿Cómo planea medir y evaluar el éxito de sus estrategias?

160 respuestas



Elaborado por: Johannes Villalta

Con los resultados tabulados, se puede detectar que la medición y evaluación de éxito de las estrategias implementadas son analizando las métricas de redes sociales y el tráfico de la página web, así lo indica el 32,5%. Es decir, el Crowdfunding al ser una nueva manera de financiar un emprendimiento, está conectado a las nuevas tendencias de promocionar y publicitar negocios por Instagram, Tiktok, Facebook, etc. Por otro lado, el 15% hacen un análisis de la competencia para perfeccionar el producto interno y de esta manera evaluar el éxito de las estrategias planteadas.

En conclusión, los resultados obtenidos a partir de la encuesta elaborada por Johannes Villalta revelan varias tendencias interesantes entre los emprendedores y dueños de pequeños negocios en Ecuador. En primer lugar se destaca que los jóvenes entre 25 y 34 años representan una proporción significativa de emprendedores, constituyendo el 38,1% de los encuestados. Esto indica una nueva generación activa en la creación de emprendimientos, arriesgándose en una etapa laboral y contribuyendo al dinamismo del mercado.

En cuanto a la naturaleza de los negocios, revela que el sector comercial, en particular la venta de productos como ropa, calzado y tecnología, tiene una

influencia predominante en el mercado, lo que refleja la realidad del comercio en el centro de la ciudad de Guayaquil. Además, los servicios y la venta de alimentos y tecnología emergen como fuerzas importantes en el panorama comercial de la ciudad.

Se destaca el papel del crowdfunding como fuente de financiamiento, con un 43,6% de los encuestados utilizando esta opción en los últimos 5 años. Este resultado se correlaciona con la edad de los emprendedores, sugiriendo que los jóvenes, con mayor acceso a internet, son más propensos a explorar nuevas fuentes de financiamiento como el crowdfunding.

En relación con el tipo de crowdfunding preferido, muestra que el modelo de "equidad" es el más apreciado, representando el 53,1%. Esto se atribuye a la colaboración de equipos de trabajo que aportan un capital equitativo para fundar emprendimientos, destacando la importancia de la colectividad en el emprendimiento.

La figura 8 revela que, además del crowdfunding, la mayoría de los encuestados buscan financiamiento a través de fuentes tradicionales, siendo los préstamos bancarios la opción más conocida y pedir prestado dinero a familiares o amigos. Esto puede estar relacionado con la facilidad percibida para obtener préstamos bancarios, aunque también se señala que los jóvenes emprendedores carecen de capital propio para financiar sus proyectos.

En cuanto a la experiencia con fuentes de financiamiento, indica que la percepción es mayormente neutral, pero un 20% considera que las experiencias con fuentes tradicionales son pésimas. Esto se atribuye a posibles retrasos en entidades financieras y los riesgos asociados con créditos, evidenciando la necesidad de mejorar la eficiencia en el sistema bancario.

En relación con los objetivos estratégicos, destaca que el 56,3% de los encuestados buscan expandir a nuevos mercados a través del crowdfunding. Esto sugiere que los emprendedores ven en esta forma de financiamiento una oportunidad para alcanzar el éxito en nuevos negocios e ir expandiendo sus marcas.

Mejorar la atención al cliente es la táctica más destacada (51,2%) para alcanzar los objetivos estratégicos, subrayando la importancia del servicio al cliente en la percepción de éxito.

Finalmente, se destaca que la mayoría de los encuestados (32,5%) considera que la medición del éxito de sus estrategias radica en las métricas de redes sociales y web, mientras que el 21,9% realiza un seguimiento a las ventas para evaluar el éxito de las estrategias planteadas.

En conjunto, estos resultados sugieren que el crowdfunding se ha vuelto popular entre los jóvenes emprendedores en Ecuador y se ve como una herramienta valiosa para la expansión de emprendimientos. Sin embargo, la persistencia en el uso de fuentes tradicionales indica la necesidad de una mayor educación sobre el crowdfunding en el mercado ecuatoriano.

## CAPITULO IV

## PROPUESTA

De acuerdo a lo investigado ya anteriormente se propone el uso del Crowdfunding para los nuevos y actuales emprendedores, para financiar su trabajo y puedan usar una nueva manera de financiar económicamente los emprendimientos y que no repercutan en el futuro con problemas de historial crediticio, embargos, etc. El historial negativo que tienen los emprendedores con las entidades financieras es un factor importante para que los trabajadores busquen una nueva manera de financiar sus actividades.

El objetivo de la propuesta es proponer el Crowdfunding como fuente de financiamiento ya que esta, tiene diferentes etapas para recaudar dinero e implementar un nuevo emprendimiento a futuro el cual ayude a las familias guayaquileñas. Por ejemplo, un grupo de 10 personas pueden construir un pequeño negocio mediante uno de los métodos del Crowdfunding; el método de "equidad" el cual es establecer un valor igual para todos los integrantes, es decir, si el presupuesto final es de \$10.000, cada integrante tiene que tener \$1000.

Además, el financiamiento por medio del Crowdfunding ayudara a que las personas no soliciten créditos bancarios los cuales no puedan pagar a futuro por factores externos y les genere una mora en el historial crediticio, porque si existe mora, las entidades bancarias ya no darán créditos para un futuro financiamiento de cualquier actividad.

**Figura 13**

Plan de acción

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo (horas)</b>	<b>Costo</b>	<b>Responsable</b>
Rentabilizar emprendimientos a través del Crowdfunding	Mejorar la atención al cliente	Jornada laboral	Sin costo	Dueño del emprendimiento
	Marketing digital y redes sociales	3	Sin costo	Dueño del emprendimiento

Elaborado por: Johannes Villalta

Dentro del plan de acción se considera tener dos actividades principales para lograr el objetivo de la propuesta, que es mejorar la atención al cliente e implementar marketing digital y uso de redes sociales. Por un lado, una de las actividades a realizar sería mejorar la atención al cliente durante la jornada laboral por los dueños de emprendimientos que han usado el Crowdfunding como método de financiamiento, teniendo como estrategia crear un vínculo entre comprador-vendedor porque los clientes buscan nuevas experiencias emocionales que los atraiga a la marca por la buena experiencia brindada que obtuvieron. Esto debido a que los emprendimientos que fueron financiados por el Crowdfunding tienen que seguir creciendo para seguir sustentándose y a futuro recuperar el capital invertido. Dar una buena experiencia en la atención por parte del o de los dueños del emprendimiento al cliente no tiene costo porque es la manera de ser recíprocos con ellos para que los lugares de trabajos puedan ser recomendados y poco a poco seguir creciendo, esto se trabaja durante toda la jornada laboral porque todos los clientes tienen que tener el mismo trato y de esta manera generar una buena sinergia. Por ende, los clientes que sufren malas

experiencias comprando productos o servicios en un emprendimiento no vuelven a comprar, pero una buena atención al cliente creara buena relación comercial.

Por otro lado, la otra actividad del plan de acción, es implementar marketing digital y uso de redes sociales, esta parte puede ser desarrollada por el mismo dueño del pequeño negocio, ya que las redes sociales son de fácil uso por su rápido aprendizaje y los tutoriales que hay en internet (YouTube, Tiktok, Instagram) ayudan al aprendizaje, invertir 3 horas al día en ver cómo manejar una marca en redes sociales es fructífero por todos los tips que se descubren. Aprender y aplicar marketing digital a los emprendimientos no tiene precio, porque son actividades autodidactas que se ponen en práctica en cualquier red social. Los dueños de los emprendimientos son los responsables de dicha actividad, pero si existen varias personas involucradas en el trabajo, se divide el trabajo para que todo sea más fácil y rápido en su ejecución. La mayoría de encuestados son jóvenes y tienen mayor facilidad para usar redes sociales, navegar internet, etc. Por lo que el aprendizaje rápido, esto incrementaría las visualizaciones del emprendimiento para que siga creciendo a futuro.

## CONCLUSIONES

El crowdfunding ofrece una amplia gama de opciones de financiamiento, desde recompensas y préstamos hasta inversiones de capital. Los emprendedores tienen la flexibilidad de elegir el enfoque que mejor se adapte a sus necesidades y proyectos específicos. El crowdfunding es una fuente de financiamiento que puede respaldar la innovación y el espíritu emprendedor. Permite a las pequeñas empresas llevar a cabo proyectos creativos y novedosos que de otra manera podrían no haber obtenido financiamiento.

Las plataformas de crowdfunding en línea brindan a los pequeños negocios una oportunidad para aumentar su visibilidad y llegar a un público más amplio. Esto puede ser beneficioso tanto para recaudar fondos como para promocionar sus productos o servicios. El crowdfunding permite a los emprendedores acceder a capital externo sin depender exclusivamente de préstamos bancarios o inversionistas tradicionales. Esto puede ser especialmente valioso para aquellos que enfrentan dificultades para obtener financiamiento de fuentes convencionales.

La participación de la comunidad local puede ser una fuente importante de financiamiento a través del crowdfunding. Los emprendedores pueden aprovechar el apoyo de amigos, familiares y miembros de la comunidad que deseen invertir en proyectos locales. Dado que el crowdfunding es relativamente nuevo en Ecuador, la educación del mercado es fundamental. Las microempresas deben esforzarse por informar tanto a emprendedores como a inversores sobre cómo funciona el crowdfunding y sus beneficios.

En conclusión, las estrategias planteadas para una campaña de crowdfunding, se entrelazan para formar un enfoque integral que busca maximizar el impacto y el éxito del proyecto. La investigación y planificación meticulosas establecen las bases sólidas, permitiendo al equipo comprender a su audiencia y adaptar sus tácticas de manera efectiva. Establecer objetivos claros proporciona una guía precisa para la campaña, mientras que la creación de una historia atractiva y contenido visualmente cautivador comunica de manera convincente la esencia y el valor del proyecto.



## RECOMENDACIONES

Aunque el crowdfunding ofrece flexibilidad, es recomendable que los emprendedores consideren diversificar sus fuentes de financiamiento. Combinar el crowdfunding con otras opciones puede fortalecer la posición financiera y reducir la dependencia de una única fuente. Dado que el crowdfunding es relativamente nuevo en Ecuador, se sugiere que los emprendedores y las plataformas dediquen esfuerzos significativos a la educación del mercado. Informar a la comunidad sobre cómo funciona el crowdfunding y los beneficios que ofrece puede generar una mayor aceptación y participación.

Las plataformas de crowdfunding en línea ofrecen una oportunidad única para que los pequeños negocios aumenten su visibilidad. Se recomienda aprovechar al máximo estas plataformas, utilizando estrategias de marketing efectivas para llegar a un público más amplio y generar interés en los proyectos. Dada la importancia de la participación de la comunidad local, se sugiere que los emprendedores enfoquen sus esfuerzos en involucrar a amigos, familiares y miembros de la comunidad en sus campañas. Crear una conexión emocional con la comunidad puede convertirse en una fuente valiosa de apoyo financiero.

La transparencia y la comunicación continua son aspectos fundamentales. Se recomienda mantener a los contribuyentes informados sobre el progreso del proyecto, el uso de los fondos y cualquier desafío que pueda surgir. Esto fortalecerá la confianza y la lealtad de la audiencia.

Más allá de la campaña de crowdfunding, se podría explorar la posibilidad de colaboraciones estratégicas a largo plazo con influencers, empresas u otras entidades que hayan participado en la campaña. Estas colaboraciones pueden continuar generando beneficios incluso después de la conclusión de la campaña.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aliaga, B., & Cabezas, D. (2021). Crowdfunding como medio alternativo de financiamiento en las pequeñas empresas. Revisión sistemática.
- Andrade. (23 de 04 de 2020). La regulación del crowdfunding en Ecuador, una apuesta por la capitalización de ideas a través de plataformas web. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Araque, W. (2015). Emprendimiento en Ecuador. *Ekos Negocios*, 72-78.
- Arauco, M. (2021.). La economía de mercado y la gestión de las microempresas fabricantes de muebles de madera en Lima, 2020–2021.
- Arias. (2012). *El provecho de investigación - Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- BuenTrip. (16 de Diciembre de 2021). *www.buentriphub.com*. Obtenido de <https://www.buentriphub.com/blog/radartechstartup13>
- Cabildo clausuró 160 locales en la Bahía. (04 de 12 de 2020). *El Universo*.
- Castro, L. &. (2015). Analisis del crowdfunding en el Ecuador como mecanismo alternativo de financiamiento de proyectos . Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Durán, J. (2020). Análisis de la subasta inversa corporativa de medicinas y su impacto en desempeño financiero de la industria farmacéutica de Quito registrada en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, período 2015-2018.
- Espinosa, I. (2021). Pequeña y mediana empresa, la clave en el éxito en la implementación del Crowdfunding.
- García, H., & González, G. (2022). Estudio de factibilidad financiera con la plataforma Crowdfunding para la Pyme Grupo Empresarial PINO SAS.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *gemconsortium.org*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador-2>

- Guamán, S., & Saltos, P. (2022). Crowdfunding, una solución de financiamiento alternativo para el sistema de emprendimiento e innovación: análisis de las implicaciones tributarias en el Ecuador. *Proyecciones* .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos S.A. .
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Directorio de empresas y establecimientos 2016*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Jiménez, M., & Acosta, M. (2018). El crowdfunding como alternativa para el emprendedor del siglo XXI. *Forum empresarial*.
- Jimenez, O. (2022). Políticas estatales para solucionar la informalidad laboral de las microempresas en Perú y su formalización. *Revista Ciencia y Tecnología*, 121-128.
- M.J., F. (09 de 2019). Crowdfunding como una Alternativa para el Fortalecimiento de la Capacidad Emprendedora del Ecuador. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Merchan, J. P. (25 de 02 de 2022). Guayaquil: Clausuran 101 módulos de la Bahía por irrespeto a ordenanza. *Expreso*.
- Mosquera, A., Torres, J., & Blanco, J. (2021). Análisis de la adopción de modelos de financiación alternativa en mercados externos al mercado local para las microempresas colombianas.
- Niño, C. (2022). El crowdfunding financiero como mecanismo alternativo de financiamiento para la micro y pequeña empresa en el Perú: aproximaciones a un esquema ideal de regulación. *Pontificia Universidad Católica del Perú*.
- Orozco, D., & Vélez, C. (2020). La incidencia de las fintech en la financiación de las microempresas en Colombia.

- Perales, M. (2018). Hacia una mayor transparencia: Divulgación de información no financiera y sobre diversidad. *Hacia una mayor transparencia: divulgación de información no financiera y sobre diversidad*, 141-149.
- Rincon, J., & Gomez, J. (2023). Fuentes de financiamiento para las microempresas del sector licorero en la ciudad de cúcuta norte de Santander para el año 2023.
- Riofrío, A., & Palma, C. (2018). Crowdfunding: Una revisión de la literatura. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1-18.
- Romero, M. (2020). Crowdfunding en España: ¿ una verdadera alternativa al crédito bancario para la financiación del emprendimiento?
- Ruiz, C., & Vega, M. (2022). Capítulo 6. El financiamiento colectivo (crowdfunding), sus variantes y aplicación: Una revisión del estado del arte, 2017-2022. *Nuevas tendencias en la Investigación Universitaria*, 89.
- Segura, F. (2021). Crowdfunding para el rescate de microempresas. Factores y percepciones de inversionistas potenciales en México. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 71-91.
- Segura, J. (2021). Crowdfunding para el rescate de microempresas. Factores y percepciones de inversionistas potenciales en México. *Retos, Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*.
- Swinburn, S. (2018). Financiamiento interno y externo en un modelo de default soberano con gobierno y dos tipos de agentes. *Pontificia Universidad Católica de Chile*.
- Toranzos. (23 de 04 de 2020). *Diario Expreso*. Obtenido de Diario Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/crowdfunding-opcion-inyectar-liquidez-9936.html>
- Unos 2 000 locales de la Bahía de Guayaquil no atienden por covid-19; se dispuso cierre total de casco comercial. (16 de 03 de 2020). *El Comercio*

Virrueta, M. (2020). Actitudes, expectativas y percepciones al financiamiento crowdfunding en estudiantes Administración y Negocios Internacionales de la Universidad La Salle del año 2019.

Zaga, F. (2022). Crowdfunding como alternativa de financiamiento para las microempresas Análisis documental y jurídico. *Newman Business Review*, 30-56.

Zamora, L. (2022). Impacto del sistema tributario ecuatoriano en las microempresas: Caso Tungurahua. *593 Digital Publisher CEIT*, 208-222.

Zúñiga, G. (2020). *Controles se refuerzan en la Bahía*. Guayaquil: El Telegrafo.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1 Modelo de encuestas**

#### ***El Crowdfunding y su aplicación en los emprendimientos en Guayaquil***

Gracias por participar en esta encuesta. Sus respuestas son esenciales para nuestra investigación sobre el Crowdfunding y su aplicación en los emprendimientos o pequeños negocios en el centro de la ciudad de Guayaquil. Por favor, responda con sinceridad y precisión.

#### **Edad**

- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45 en adelante

#### **Actividad de su negocio o emprendimiento**

- Tecnología
- Comercial
- Alimentos y bebidas
- Finanzas

**¿Ha utilizado el Crowdfunding como fuente de financiamiento en su emprendimiento entre el 2018 al 2022?**

- Sí
- No

**¿Qué tipo de Crowdfunding considera que se adapta mejor a las necesidades de financiamiento de su emprendimiento? (Puede seleccionar múltiples opciones)**

- Recompensa

- Donación
- Equidad
- Préstamo

**Además del Crowdfunding, ¿ha buscado financiamiento a través de fuentes tradicionales para el desarrollo de sus estrategias comerciales?  
(Puede seleccionar múltiples opciones)**

- Préstamos bancarios
- Microcréditos
- Prestamos de familiares y amigos
- Capital propio

**¿Cómo calificaría su experiencia con fuentes de financiamiento tradicionales en comparación con el Crowdfunding?**

- Buena experiencia
- Experiencia neutral
- Mala experiencia
- Pésima experiencia

## **EL USO DEL CROWDFUNDING PARA LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES**

**¿Cuál es el objetivo principal que desea lograr con sus estrategias?**

- Aumentar la visibilidad de la marca
- Incrementar las ventas
- Expandir a nuevos mercados
- Optimizar la eficiencia operativa

**¿Qué tácticas o acciones considera más adecuadas para alcanzar su objetivo?**

- Marketing digital y redes sociales
- Publicidad tradicional (TV, radio, prensa)
- Mejora de la atención al cliente
- Estrategias de precios

## ¿Cómo planea medir y evaluar el éxito de sus estrategias?

- Seguimiento de ventas y beneficios
- Encuestas de satisfacción del cliente
- Métricas de redes sociales y tráfico web
- Análisis de la competencia

### Anexo 2 encuesta a dueños de emprendimientos









