

# FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración

“EL CROWDFUNDING COMO HERRAMIENTA ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO PARA ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS DE UNA UNIVERSIDAD DE LIMA NORTE, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Carlos Amilcar Zagastizábal Valenzuela

Alex Gedeón Hilario Grández

Asesor:

Mg. Daniel Amadeo Robles Fabián

Lima - Perú

2021

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Daniel Amadeo Robles Fabián, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de ADMINISTRACIÓN, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- Hilario Grández, Alex Gedeón
- Zagastizábal Valenzuela Carlos Amilcar

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “El Crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para estudiantes de la Facultad de Negocios de una Universidad de Lima Norte, 2020” para aspirar al título profesional de: Licenciado en Administración por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

---

Mg. Daniel Amadeo Robles Fabián  
Asesor

## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de los estudiantes: Carlos Amilcar Zagastizábal Valenzuela y Alex Gedeón Hilario Grández para aspirar al título profesional con la tesis denominada: “El Crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para estudiantes de la Facultad de Negocios de una Universidad de Lima Norte, 2020”

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

**Aprobación por unanimidad**

**Aprobación por mayoría**

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado  
Presidente

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

## **DEDICATORIA**

La presente tesis la dedicamos a nuestros padres y hermanos por su incondicional apoyo y confianza que nos otorgaron para cumplir con nuestras metas académicas, como de la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestros padres por el respaldo en nuestro desarrollo profesional, a nuestro profesor de tesis y asesores por sus orientación y motivación para la elaboración de la presente investigación.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS.....</b>	<b>2</b>
<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS .....</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE TALAS.....</b>	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>8</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>46</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1 .....	33
Tabla 2. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 2 .....	34
Tabla 3. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 3 .....	35
Tabla 4. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 4 .....	36
Tabla 5. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 5 .....	37
Tabla 6. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 6 .....	38
Tabla 7. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1 .....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1.....	33
Figura 2. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 2.....	34
Figura 3. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 3.....	35
Figura 4. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 4.....	36
Figura 5. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 5.....	37
Figura 6. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 6.....	38
Figura 7. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 7.....	39

## RESUMEN

En la presente investigación se busca determinar el grado de consideración del crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para emprendimientos desarrollados por estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte en el año 2018.

La metodología de esta investigación tiene un enfoque cualitativo de alcance descriptivo y con diseño fenomenológico. Las técnicas utilizadas para la recolección y análisis de datos son las entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron aplicadas a dos expertos conocedores del fenómeno estudiado, como también en el rubro financiero y de emprendimiento. También se utilizó un grupo de enfoques (focus group), ya que se pretendió conocer las percepciones de los participantes de manera individual y colectiva.

Dicho focus group tuvo como participantes a 5 estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte.

Gracias a los instrumentos utilizados para la presente se pudo concluir que el crowdfunding como alternativa de financiamiento tiene un alto grado de consideración, ya que posee características que las diferencian notablemente a los mecanismos financieros no tradicionales.

**Palabras clave:** crowdfunding, financiamiento, emprendimiento.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

El estudio del crowdfunding o micromecenazgo se remonta a la época del imperio Romano, en donde se hace referencias en varias enciclopedias escritas a Cayo Clinio Mecenas, erudito en distintas disciplinas que llegó a ser una persona de mucha confianza del emperador romano Augusto César, siendo incluso su consejero. Además, Mecenas fue amigo y protector de los grandes autores griegos como Virgilio y Horacio. Este fue un personaje muy allegado a los hombres más eruditos en materia de letras. Debido a esto, el concepto de Mecenas se asocia a un patrocinador de alguna persona o emprendimiento de cualquier índole (Muñoz, 2012).

En épocas modernas como en el año 1884, un joven periodista norteamericano del diario New York World, tuvo la ingeniosa idea de solicitar donaciones de 1 dólar a los ciudadanos estadounidenses con el objetivo de financiar la base de la Estatua de la Libertad de New York, para lo cual tuvo como resultado una contribución colectiva de aproximadamente \$ 125,000.00. Lo curioso de dicho suceso fue que el mayor porcentaje de donaciones venían de la gente más humilde (Applaus, 2015).

Para el año 1997 ocurrió un suceso que fue determinante para su exposición mediática, el cual fue el financiamiento obtenido a través de donaciones online para que la banda británica MARILLION13 realice una gira por Estados Unidos. Esta banda de rock logró recaudar alrededor de \$ 60,000.00 (Marillion, 2010).

Para el año 2009 nace Kickstarter la plataforma de crowdfunding que más dinero ha recaudado, principalmente en proyectos tecnológicos como por ejemplo el de e-paperwatch para iPhone, el cual recaudó 10 millones de dólares (Kickstarter, 2019).

Continuando con un ámbito más cercano, actualmente México ya se cuenta con 22 plataformas principales usando 4 modelos diferentes: donación, recompensas, capital y equity, esto debido a que muchas plataformas internacionales y también plataformas con origen del mismo país con prestigio están operando de manera consecuyente buscando financiar proyectos y emprendimientos con mejores rendimientos que el financiamiento clásico, de esta manera se está posicionando de forma contundente en suelos mexicanos (Forbes, 2016).

Acercándose un poco más, en América del Sur, en el país vecino de Chile, ya cuenta con diferentes plataformas posicionadas no solo en Latinoamérica, sino en el mundo. Según la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH) el crowdfunding chileno crecerá un 300% alrededor del mundo. Uno de los protagonistas es la plataforma Cumplo, la cual funciona de manera diferente usando principalmente el modelo de crowdfunding por préstamos, incluso logro obtener capital semilla de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), entidad gubernamental que busca mejorar la competitividad y diversificación productiva de Chile, asimismo trabaja de la mano con el Ministerio de Economía para realizar un estudio sobre el crowdfunding chileno. Además, Cumplo durante el 2014 transó US\$ 11 billones alrededor del mundo, mostrando un crecimiento de 223% con respecto al año anterior, también en sus cinco años de existencia Cumplo ha financiado más de \$100 mil millones en créditos. Actualmente, su red está compuesta por más de 50.000 usuarios registrados en la plataforma, 3.300 inversionistas y 1.000 solicitantes de créditos, lo que refleja el gran potencial del rubro (Diario Gestión, 2015).

En el Perú cuando se emprende un proyecto propio y encuentras la traba del financiamiento tradicional, para ello existen diferentes tipos de financiamiento alternativo,

uno de ellos es el micro mecenazgo, que funciona con pequeñas donaciones en masa, la cual es una opción más para no detener el arranque de tu proyecto además de darle una mayor visibilidad al público.

En noviembre del 2013 comenzó a operar la primera plataforma peruana de crowdfunding (lanzamiento de la página “KapitalZocial” con Javier Salinas como fundador y director), que empezó ofreciendo las modalidades de donaciones, premios y preventas, e incluso se pretendía traer en años consecutivos otros métodos más como el de préstamos y equity, lo cual no se concretó hasta ahora (El Comercio, 2013).

En la actualidad en el Perú el crowdfunding continúa en una etapa incipiente, ya que cuenta con muy pocas plataformas propias debido al insuficiente éxito por diferentes motivos, tales como la carente promoción de este método alternativo para la realización de emprendimientos de cualquier rubro, además de las diferentes restricciones que impiden su despegue correcto en el mercado peruano por la falta de equidad de condiciones respecto al sistema financiero tradicional, debido a que como dice Javier Salinas, CEO de KapitalZocial “pesa más la protección al pequeño inversor dejando de lado a la formación de capital para etapas tempranas”.

El Perú avanza con el crowdfunding, la SMV (Superintendencia de Mercado de Valores), al igual que otros reguladores del mundo, se viene evaluando la necesidad de fijar un marco normativo que permita la constitución de estas plataformas. El desafío será encontrar un balance entre estimular el desarrollo del mecanismo de financiamiento colectivo crowdfunding y mitigar los riesgos asociados a este protegiendo a los inversores (Diario Gestión, 2014).

Por lo antes expuesto, en la presente investigación, estará enfocada en describir el *crowdfunding* como herramienta alternativa de financiamiento, además de determinar el

grado de conocimiento y consideración por parte de los estudiantes de la carrera de administración para el desarrollo de emprendimientos en la Universidad Privada del Norte.

Como todo estudio, se tomará en cuenta las investigaciones más relevantes que preceden a la presente respecto al tema principal, las cuales contengan bases teóricas legales y sustentables. Estas nos otorgarán un panorama más amplio respecto al tema principal.

## **1.2. Antecedentes**

### **Antecedentes internacionales**

García & Rugamas (2017) en su investigación desarrollada en la Universidad de El Salvador, tiene como objetivo investigar los elementos que permitan el desarrollo del crowdfunding como mecanismo de financiamiento innovador para emprendedores. Dicha investigación se llevó a cabo a través de un enfoque cualitativo, utilizando las entrevistas a entidades que apoyan iniciativas de emprendimiento en El Salvador. Se tuvo como muestra a 5 entidades, las cuales fueron: CONAMYPE, BANDESAL, Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, Universidad Don Bosco y Fundación La Escalón. Finalmente concluyeron que existe un alto grado de desinformación acerca de la herramienta de estudio, El Crowdfunding, lo cual conlleva a que existan limitaciones para su implementación. Asimismo, como resultado de las entrevistas realizadas, llegaron a la conclusión que las principales limitantes que dificultan el desarrollo del Crowdfunding son: el aspecto cultural, la falta de desarrollo tecnológico con enfoque a negocios y un marco legal que regule y garantice la inversión para este tipo de financiamiento.

Camacho, Cubero, Rojas & Picado (2015) en su trabajo desarrollado en el Tecnológico de Cosa Rica, se realizó un estudio para elaborar una guía práctica para aplicar el crowdfunding a base de donaciones como medio de financiamiento de proyectos de

emprendedurismo en Costa Rica, utilizando una metodología a base de 4 pasos descritas por Benjamín & Fincowsky (2009) en el libro Organización de empresas. En esta investigación se recolectaron datos usando las siguientes técnicas: entrevista estructurada, cuestionario y observación. Además de obtener información de las plataformas de crowdfunding por recompensas investigadas. Así mismo se desarrolló bajo con un enfoque cualitativo, teniendo un alcance exploratorio y descriptivo con un diseño no experimental. Se concluyó que la carencia de información teórica y práctica sobre la utilización del crowdfunding a base de donaciones como una herramienta para financiar proyectos de emprendedurismo en Costa Rica es un problema cuya solución podría traer beneficios al panorama emprendedor del país. Asimismo, se tuvo como resultado que el tipo de crowdfunding más atractivo para los aportantes o mecenas, es el de recompensas. El cual presenta más casos de éxitos cuando se inclinan en proyectos de alta tecnología, proyectos sin fines de lucro o bien social y productos de consumo masivo.

Arce (2015) realizó una investigación realizada en la Universidad Nacional de Costa Rica, cuyo objetivo es desarrollar una metodología para que los emprendedores costarricenses participen en plataformas de crowdfunding como alternativa de financiamiento de sus iniciativas. Dicho estudio presenta un método mixto, el cual pretende obtener mayor aprovechamiento de la investigación cualitativa y cuantitativa y así minimizar las debilidades de ambas. (Hernández et al., 2010). Por lo cual se utilizaron datos cualitativos, a través del uso de encuestas; como cualitativos, a través de entrevistas a expertos, análisis documental y observación de plataformas de Crowdfunding.

Lorea Burges (2014) en su investigación realizada en la Universidad del País Vasco, cuyo objetivo fue desarrollar un modelo descriptivo que permita conocer cuáles son los factores que influyen favorablemente en la consecución de los objetivos de financiación de

una campaña de Crowdfunding y teniendo como objeto de estudio las plataformas Crowdfunding orientadas, en exclusiva o de forma complementaria, a fines sociales, medio ambientales o de protección animal impulsados por organizaciones del Tercer y Cuarto Sector. Se aplicó una metodología de enfoque de análisis cuantitativo con alcance exploratorio y descriptivo y diseño no experimental. Para recoger los datos, los investigadores extrajeron información de webs de plataformas de Crowdfunding, también se utilizó un cuestionario enviado a la muestra y un análisis estadístico. Finalmente concluyen en destacar la irrupción de un nuevo perfil de donante-financiador de proyectos solidarios que se rige bajo otros criterios distintos al donante tradicional que guían sus elecciones. La lógica clásica se revierte en el donante de Crowdfunding para el que ya no es tan importante la notoriedad y posicionamiento de la organización que promueve la campaña, ni el nombre de las personas que puedan aparecer asociadas a ella. En ocasiones incluso la aparición de “celebrities” puede resultar desfavorable. El proyecto en sí mismo y la forma de trabajar de las personas que están detrás de él son los elementos principales que tienen en cuenta los donantes y financiadores en la elección del proyecto a financiar vía Crowdfunding.

Fondo Multilateral de Inversiones, [FOMIN] (2014) realizó una con el objetivo de analizar las posibles oportunidades y los retos del mercado emergente del Crowdfunding en México. Asimismo, tiene como objetivo secundario acelerar el desarrollo sostenible de los ecosistemas de Crowdfunding en México.

La empresa de investigación y consultoría especializada fue la encargada en llevar a cabo esta investigación, para la cual se consideraron las siguientes fuentes:

- Datos sobre la industria mundial del crowdfunding obtenidos de la encuesta anual de crowdfunding de Massolution.

- Entrevistas presenciales y recopilación de datos de las principales partes interesadas de los sectores público y privado en México durante julio de 2013.
- Encuestas de plataformas de crowdfunding mexicanas.

FOMIN (2014) concluyó que la falta de la regulación y normatividad, el riesgo de fraude puede debilitar la viabilidad del crowdfunding. Asimismo, debido al grado de desconfianza en general hacia actividades online es de mucha importancia la promoción de los primeros logros obtenidos a través del crowdfunding. A su vez, las entidades públicas están en la capacidad de aligerar el escepticismo que existe mediante medidas como la mejora de la infraestructura cibernética y el aumento de la severidad en las sanciones por infringir la privacidad digital.

### *Antecedentes nacionales*

Huarcaya, Pozo & Vílchez (2016) realizaron una investigación que consistió en identificar los factores que influyen en la obtención de financiamiento a través de plataformas de crowdfunding enfocándose en proyectos culturales en el Perú. Dicha investigación tomó como muestra a los proyectos culturales que lanzaron sus campañas en plataformas de crowdfunding. Cabe resaltar que dicha muestra es de tipo no probabilística, el cual es un criterio desarrollado por Hernández, Fernandez & Baptista (2010). La presente investigación posee un enfoque cualitativo, un alcance exploratorio debido al limitado número de antecedentes existentes y es de tipo no experimental. Finalmente, concluyen que las iniciativas de parte de emprendedores que enfocan sus proyectos en el rubro cultural tienen restricciones en cuanto a la obtención de financiamiento a través de métodos tradicionales, debido a que dichos proyectos no son vistos como viables. Esta limitante restringe considerablemente la puesta en marcha de estas iniciativas, por lo cual es válido considerar otros tipos de financiamiento. Si bien es cierto existe financiamiento alternativo

a través de fondos culturales, estos presentan un alto grado de competitividad. Lo mencionado anteriormente, hace que el crowdfunding sea una herramienta alternativa de financiamiento a considerar para este tipo de emprendimientos.

Arteaga, Chamorro, León, Michilot & Paucar (2016) en su investigación desarrollada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) cuyo objetivo fue demostrar la viabilidad de esta herramienta alternativa de financiación a través del Marketing Digital en Lima Metropolitana. Para llevar a cabo dicha investigación se realizaron entrevistas a dos expertos en Marketing Digital y tres micro empresarios. Asimismo, se realizaron encuestas a 384 pequeños y micro empresarios a través de encuestas presenciales y encuestas virtuales. Arteaga et al. (2016) concluyen que el crecimiento del marketing digital ha favorecido a que haya un menor grado de desconfianza al momento de realizar transacciones en internet, dicha realidad conlleva a que las personas vean al Crowdfunding como una plataforma a considerar. A su vez, afirman que el Crowdfunding encontrará el camino para su desarrollo en medida que los pequeños y micro empresarios encuentren en el sistema financiero préstamos con altas tasas de interés.

Tovar (2018) planteó como objetivo realizar un análisis sobre las principales aristas que comprende el marco regulatorio que debería abordar el Equity Crowdfunding, teniendo como piedra angular la viabilidad de la industria, para lo cual, resulta necesario hallar un equilibrio entre intereses empresariales, plataformas y seguridad de inversionistas. Es así que, dentro del contexto peruano, resulta necesario abordar aspectos como las reglas que rigen la oferta pública, reglas a los emisores, reglan para las propias plataformas, reglas acordes a la SMV y reglas en caso de fraude.

Cari & Echevarría (2017), a partir de un enfoque cualitativo, plantea demostrar que el Crowdfunding refiere a un mecanismo alternativo de financiamiento viable dentro del contexto peruano. Es así que, dicho estudio se enfocó en exponer los principales atributos y riesgos que comprende la figura de financiamiento, explorar el contexto de emprendimiento mediante startups y demostrar el nivel de aceptación mediante encuestas a emprendedores de startups peruanas. Además de ello, el estudio plantea presentar un emprendimiento de Startups local llamado "Tu Ruta", como ejemplo de una idea innovado de negocios, con proyecciones de crecimiento y rentabilidad, pero con la necesidad de obtener financiación.

### **1.3. Bases teóricas**

#### **Fuentes de financiamiento**

##### **Fuentes de financiamiento tradicionales para proyectos:**

El financiamiento es una herramienta necesaria para obtener los recursos (monetarios en este caso) que siempre carecen en las primeras etapas del desarrollo de una pyme o empresa, en la falta de visión a futuro por parte de la empresa que no prevé las subidas y bajadas de un mercado oscilante o en empresas que carecen de cultura organizacional donde no se considera el área financiera (Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios, 2016).

En este caso las financiaciones tradicionales son proporcionadas por las empresas financieras o bancas comunes que se rigen por las leyes que brinda el estado dependiendo del país en el que se encuentran además de normas comunes y unánimes según la asociación a la que pertenecen. Algunos de estas fuentes son los préstamos, crédito, leasing, factoring, etc.

##### **Fuentes de financiamiento no tradicionales para proyectos:**

Debido a los engorrosos y algunos casos lentos tradicionales métodos de financiamiento, han aparecido nuevas e innovadoras propuestas que en ocasiones generan mayor rentabilidad, pero también existen riesgos propensos. Algunos de estos son, capital semilla, *crowdfunding*, *star-ups*, MBO, BIMBO, etc.

El Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2016) afirma que: “El Crowdfunding se asentó como método importante de financiación alternativa a las vías tradicionales de financiación de startups en 2012”. (pag. 5)

### **Crowdfunding**

El crowdfunding o micro mecenazgo, en castellano, es un método de financiamiento no tradicional que funciona principalmente con pequeñas aportes o donaciones de inversores independientes que buscan alcanzar el objetivo de un proyecto de su interés con el cual se identifiquen, los cuales pueden ser emprendimientos, organizaciones sin fines de lucro, proyectos culturales que a través de contribuciones en masa busca un financiamiento (Cejudó & Ramil, 2013).

En el mundo actual se ha creado un lugar para esta herramienta de financiamiento debido a la crisis social y económica, y por otra parte el gran desarrollo tecnológico. Esto permitió que las paginas en la web sean el medio más concurrido, puesto que tiene mayor eficiencia en rapidez y costos, incluso con esto se redujo a limitadas restricciones lo que evita generar un mayor riesgo sobre todo cuando se explora impulsar un proyecto nuevo (BBVA Innovation Center, 2015).

### **Tipos y modalidades de Crowdfunding**

Según Universo Crowdfunding (2016) existen 4 modalidades de este tipo de financiamiento colectivo, los cuales son:

## **Crowdfunding por donaciones**

Es el modelo más conocido en el ámbito de organizaciones sin ánimos de lucro y en redes sociales. Como en toda búsqueda de capital se determina un monto el cual será el objetivo meta que se planea recaudar, a partir de eso se trabaja en la imagen del producto para atraer donantes, así poder captar la atención de estos y medir la aprobación del producto, luego de forma altruista y sin nada a cambio se reciben las donaciones que pueden ser de cualquier cantidad sin discriminación, con el fin de llegar al objetivo fijado (Universo Crowdfunding, 2016).

## **Crowdfunding por recompensas**

Universo Crowdfunding (2016) menciona que este modelo es el más popular y pionero referente a un modelo de preventa para productos creativos.

Se comienza fijando un objetivo meta el cual se pretende recaudar y se trabaja en el marketing y la imagen del producto para convencer a los mecenas, pero en este caso por cifras predeterminadas por los que llevan a cabo el proyecto, los aportantes recibirán una llamada “recompensa” que será una retribución a dicho aporte la cual será entregada al momento de llegar a la meta del proyecto, esta recompensa puede consistir en una mención honorífica, merchandising del producto o el mismo producto en sí, también se debe aclarar que si no se llega a cumplir con la meta fijada el contribuyente no recibirá nada a cambio (Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña, 2014).

## **Crowdfunding por préstamos**

También conocido como crowdlending, se busca relacionar al inversionista con el emprendedor (P2P) o con una empresa (P2B), de esta forma las personas que buscan

aumentar la rentabilidad su dinero lo harán a través del interés que se fije según el riesgo que represente el proyecto y por otra parte el proyecto obtendrá un financiamiento rápido.

Según el Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña [DEEGC] (2014) este método opera de dos maneras:

**Market:** Se determina un monto, tiempo e interés fijo, y al momento de cumplir con las condiciones de monto o tiempo se concreta la recaudación.

**Auction:** Al igual que el anterior se predetermina el monto y tiempo, mientras que el interés es determinado por el inversor según su criterio, el cual luego competirá con los demás participantes, por consiguiente, se tomaran solamente las mejores ofertas para realizar los préstamos. Además, el DEEGC (2014) afirma que: “Si la empresa lo desea, aunque haya llegado el importe total del préstamo, puede dejar la oferta abierta hasta una fecha predeterminada”. (pag. 5)

### **Crowdfunding por acciones o Equity**

Es el tipo de micro mecenazgo más particular y pura en comparación con las mencionadas antes, en este caso las empresas otorgan una participación de este al inversor, por un aporte que no es mínimo debido a los gastos de formalización (Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña, 2014).

En síntesis, el inversor se vuelve accionista de la empresa y como tal asume los mismos riesgos de aquella. Lo cual aumenta el riesgo al no haber un horizonte temporal fijo, de modo que si la empresa va bien se puede multiplicar la inversión o si va mal perder la inversión sin garantías y solo se recibe beneficios cuando se vende la participación (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, 2016).

## Principales plataformas de Crowdfunding a nivel mundial

Vivus Finance (2016), empresa europea reconocida a nivel mundial en lo que respecta a préstamos, realizó una publicación en su página web en donde mencionaba a las principales plataformas de crowdfunding en el mundo, las cuales son:

*Kickstarter*: Es la empresa con mayor reconocimiento a nivel mundial, dirigida principalmente a proyectos creativos como películas independientes, proyectos musicales, de diseño, entre otros. Más de 10 millones de personas de todas partes del mundo han sido partícipes de esta gran comunidad. Esta plataforma norteamericana ha generado importantes cifras económicas. Hasta el momento, Kickstarter ha recaudado más de 3 mil millones de dólares para la financiación de los proyectos.

A su vez, también presenta porcentajes que indican que el 78% de los proyectos dentro de su plataforma han logrado conseguir al menos el 20% de su meta trazada, lo cual contribuyó a lograr el financiamiento solicitado. (Kickstarter, 2017).

*Indiegogo*: Empresa norteamericana de crowdfunding que se dirige a proyectos tecnológicos, creativos y comunitarios. A diferencia de otras plataformas, Indiegogo ingresa el dinero recaudado de un proyecto a pesar de que este no haya llegado a la meta trazada.

Misfit Shine, Bluesmart o Evapolar son las campañas con mayor éxito en esta plataforma. Así mismo, posee datos estadísticos que lo respaldan como por ejemplo: 15 millones de personas de todo el mundo visitan su plataforma de manera mensual, las cuales provienen de 235 países. A su vez también, Indiegogo genera 19,000 campañas de manera mensual. (Indiegogo, 2017).

*Kiva*: Empresa fundada en el año 2005 en San Francisco, Estados Unidos. Kiva es una plataforma de crowdfunding sin fines de lucro que permite préstamos a personas

provenientes de países en vías de desarrollo. Dichos préstamos pueden ascender desde los 25 dólares. Actualmente, se pueden observar proyectos nacionales en esta plataforma, los cuales son en su mayoría proyectos agrícolas y de carácter educativo. (Kiva, 2017).

### **Marco Normativo del Crowdfunding**

Es importante mencionar que no todos los países del mundo presentan una normativa que regula el financiamiento a través de crowdfunding, principalmente en sus modalidades de préstamos y acciones (equity).

Las plataformas de crowdfunding en su modalidad de préstamos y emisión de valores no cuentan con autorización estatal. La Superintendencia del Mercado de Valores [SMV] (2014) sostiene a través de un comunicado que:

La Superintendencia del Mercado de Valores - SMV, alerta a los inversionistas y potenciales inversionistas que la financiación por suscripción denominada crowdfunding a través de plataformas de internet, que emplean la modalidad de emisión de valores o aportes de capital, no está autorizada. (1er, Parr.)

Sin embargo, Rocca (2016), presidenta de la SMV, sostiene en una entrevista realizada por el Diario Gestión que en la conferencia anual de la Organización Internacional de Supervisores de Valores uno de los puntos tocados fue el de la evaluación de fijar un marco normativo para el *crowdfunding* para así mitigar los riesgos asociados a este mecanismo.

### **Desventajas del Crowdfunding**

Algunas de las desventajas que se pueden encontrar en este modelo de financiamiento colectivo son las contingencias en las regulaciones que asumen las dos partes, como inversionista y como emprendedor, al ser un producto alternativo del mercado no cuenta con

las mismas regulaciones que las entidades financieras, en consecuencia, aumenta el riesgo lo que en finanzas está asociado con incertidumbre. No obstante, en el contexto internacional el *crowdfunding* ya ha tomado lugar en países desarrollados donde poco a poco se están implantando normas que reduzcan esa incertidumbre, pero debido a que la operatividad es en la web se vuelva transfronteriza, todavía existe el riesgo de que malas coordinaciones entre los países reguladores pueda generar un mercado fragmentado.

A parte de ello está el riesgo de solvencia y liquidez, lo que se interpreta como los incumplimientos por parte de los emprendedores que puede ser por falta de liquidez debido a una mala gestión por los que manejan el proyecto o por las fluctuaciones de efectivo que se pueden ver afectado por variaciones de precios en el mercado (BBVA Innovation Center, 2015).

## **1.1. Formulación del problema**

- ¿En qué medida es conocido y considerado el uso del crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para emprendimientos desarrollados por estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, 2018?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Determinar el grado de conocimiento y consideración del crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para emprendimientos desarrollados por estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, 2018.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Describir el potencial que posee el crowdfunding para obtener financiamiento con el fin de desarrollar emprendimientos.

- Conocer el marco normativo nacional e internacional que regula los emprendimientos financiados a través del crowdfunding.
- Identificar los factores que influyen en la obtención del financiamiento a través de las plataformas de crowdfunding.

### **1.3. Hipótesis**

Debido al enfoque y alcance de la presente investigación, el planteamiento de una hipótesis no se ajusta al desarrollo de este estudio. En primer lugar, según Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostienen que las investigaciones de enfoque cualitativo normalmente desarrollan hipótesis durante o al término de la investigación, ya que se obtienen datos y en ocasiones la hipótesis podría generarse a través de los resultados de la investigación. Por otro lado, debido al alcance que presenta esta investigación, las investigaciones descriptivas solo generan hipótesis cuando se busca pronosticar. El objetivo de la presente no se ajusta a lo mencionado, sino a describir el fenómeno crowdfunding como también determinar el grado de consideración y conocimiento que se tiene de parte de los estudiantes de la Universidad Privada del Norte.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

- Según el enfoque, Hernández et al. (2014) consideran 2 tipos de enfoques para una investigación: cualitativo y cuantitativo. La presente investigación busca expandir los conocimientos que se tiene del objeto de estudio: Crowdfunding. Por consiguiente, se opta por un enfoque mixto, ya que busca conocer y entender el objeto estudiado: Crowdfunding a partir del uso de herramientas de naturaleza cualitativa y cuantitativa.
- Según el alcance; De acuerdo con Hernández et al. (2014) las investigaciones presentan 4 tipos de alcance, los cuales son: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Para la presente investigación se considerará un alcance descriptivo, ya que con el fin de cumplir con el objetivo del presente estudio se busca conocer y describir el fenómeno denominado Crowdfunding para, posteriormente, realizar un análisis que determine el grado de conocimiento y consideración que genera en los estudiantes de la carrera de Administración de la Universidad Privada del Norte.
  - Según el diseño Hernández et al. (2014) sostienen que cada estudio cualitativo es por sí mismo un diseño de investigación, en otras palabras, no hay estudios cualitativos iguales o equivalentes; sin embargo, Hernández considera tipos de diseño genéricos para las investigaciones cualitativas como las de teoría fundamentada, los etnográficos, los narrativos, los de investigación-acción y los fenomenológicos. El diseño que se ajusta para la presente investigación es el fenomenológico, debido a que se pretende conocer las percepciones de los participantes de manera individual y colectiva. A su vez, en el plano cuantitativo, se optó por un diseño de tipo no experimental transversal, debido a que no se manipularon las variables de estudio, sino se analizaron en su contexto natural.

## **2.2. Población y muestra**

Para la presente investigación se consideró delimitar la cantidad de los estudiantes de la facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte, sede Lima Norte. Por lo cual, la investigación se enfocó en solo los estudiantes que ya hayan cursado algún curso que tenga como finalidad desarrollar una idea de negocio siguiendo estructuras de negocios como el modelo Canvas para posteriormente presentar los prototipos de dichos emprendimientos dentro de la feria que organiza nuestra casa de estudios. Según Hernández et al. (2014) en el proceso cualitativo la muestra no necesariamente presenta un número significativo con respecto a la población que se estudia. Es por eso que, se han considerado a 6 estudiantes de la facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte, seleccionados rigurosamente, cumpliendo el perfil que se requiere para obtener resultados confiables. El perfil se ajusta a los estudiantes que hayan participado en concursos de capital semilla, ferias universitarias, como también laborar en un entorno relacionado a temas de emprendimiento. A su vez, se ha considerado la participación de 2 expertos en temas de "crowdfunding" como temas de financiamiento, realizándoles entrevistas semi estructuradas. A su vez, en el plano cuantitativo, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde se aplicó un breve cuestionario a 22 alumnos que reúnan las características señaladas líneas arriba, de tal manera sea posible conocer su nivel de conocimiento en relación al tipo de financiamiento no tradicional estudiado.

## **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Para la presente investigación se utilizarán 3 técnicas para la recolección y el análisis de datos, las cuales son la entrevista, los grupos de enfoque (focus group) y la encuesta. Con respecto a las entrevistas, consideramos realizarla bajo una guía semi estructurada, la cual permitirá realizar preguntas adicionales durante su desarrollo. La elección de esta técnica se

dio a causa de la limitada información que se cuenta en la actualidad acerca del objeto de investigación. Debido a esto, se consideró entrevistar a Javier Salinas, CEO de la principal plataforma de Crowdfunding en el Perú, lo cual será de gran ayuda para ampliar nuestros conocimientos acerca de la situación que atraviesa el crowdfunding en la actualidad. Así mismo, se consideró entrevistar a Augusto Javes, director la carrera de Administración de la Universidad Privada del Norte, el cual es experto en temas relacionados al emprendimiento y las finanzas. Como segunda técnica a aplicar para recolección de datos, se consideró realizar un grupo de enfoque (focus group). Según Hernández et al. (2014) sostiene que no existe un número determinado de participantes de un grupo de enfoque; sin embargo, sugiere que en temas nuevos y de poco conocimiento el número de participantes se limite entre 3 y 5. El focus group realizado tuvo como participantes a 5 estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, los cuales tienen experiencia desarrollando proyectos que han sido presentados en concursos de capital semilla y ferias universitarias. Finalmente, el cuestionario utilizado estuvo compuesto por 7 ítems, los cuales comprenden elementos como el nivel de conocimiento, la viabilidad y diferenciación.

#### **2.4. Procedimiento**

El proceso de recojo de información se realizó desde distintos puntos. En relación a las entrevistas, se hizo un seguimiento a ambos expertos, pudiendo concretarlas bajo la modalidad virtual (Javier Salinas) y presencial (Augusto Chávez), para posterior a ello realizar la transcripción de la misma y el análisis correspondiente. En relación al focus group, se realizó un llamado por redes sociales a alumnos que pertenecen a la facultad de negocios de la universidad y hayan cursado alguna materia relacionada con idear un negocio y presentarlo en alguna feria o concurso impulsado por su propia universidad. Finalmente, para el diseño de la encuesta, se realizó una breve operacionalización de la variable de

estudio a partir de sus principales características, en donde a partir de ellas, se formularon los 7 ítems. Este cuestionario fue aplicado a través de Google Forms, dada la coyuntura actual que limita significativamente el hecho de poder realizar de forma presencial.

## **2.5. Aspectos éticos**

En primer lugar, la presente investigación fue redactada bajo los lineamientos APA, respetando así, la autoría y autenticidad de los recursos académicos que alimentan la investigación.

Asimismo, el estudio ofrece resultados fidedignos obtenidos a través del cuestionario aplicado a los estudiantes de la universidad analizada. Es importante señalar que se respetó la anonimidad de los participantes del instrumento de recolección de datos. A la vez el trabajo de investigación fue validado por expertos de la especialidad.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1 Entrevistas:

#### 3.1.1 Augusto Javes, Director de la Facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte.

Con respecto a la información otorgada a través de la entrevista, como primer punto a resaltar, el entrevistado Augusto Javes sostiene que el tipo de financiamiento se ajusta al tipo de emprendimiento que se quiere generar, ya sea por necesidad u oportunidad.

Así mismo, sostiene que el número de iniciativas relacionadas al emprendedurismo dentro de la universidad son muy pocas y sostiene que uno de los factores que origina esta falta de iniciativa es el compromiso, el cual va relacionado de manera directa a la edad que tienen los estudiantes. Otro factor que obstaculiza la puesta en marcha de estos proyectos es la falta de financiamiento, obstáculo que se hace mayor debido al desconocimiento de los tipos de financiamiento no tradicionales, como startups e incubadoras.

Por otro lado, el entrevistado sostiene que el crowdfunding es una alternativa legítima con gran potencial que podría ajustarse al perfil que poseen los emprendedores universitarios, debido a la familiarización que tienen con el entorno tecnológico. A su vez, afirma que la principal desventaja que tiene el crowdfunding en la realidad peruana es la cultura que presenta el país. La desconfianza y poco conocimiento que se tiene podrían ser los puntos críticos que ocasionen un éxito no esperado.

Augusto Javes sugiere que la modalidad de crowdfunding que más se ajustaría a los emprendimientos de estudiantes es la de recompensas, ya que genera un mayor compromiso de parte del emprendedor y una mayor expectativa del aportante.

Finalmente, sostiene que el principal factor de diferenciación es la menor cantidad de filtros que existen comparado con las otras modalidades de financiamiento no tradicional.

### **3.1.2 Javier Salinas, CEO de Kapital Zocial y director del departamento de Emprendimiento de la Universidad del Pacífico.**

Se conversó sobre la realidad peruana del crowdfunding. Salinas indicó que el principal obstáculo que existe para emprendedores jóvenes es desconocer los tipos de financiamiento no tradicional.

Así mismo, indicó que el principal factor de diferenciación que existe es la validación del mercado a través de la exposición que existe al recurrir a estas plataformas.

Por otro lado, mencionó que la principal desventaja del Crowdfunding es la ausencia de un marco regulatorio, el cual dificulta la difusión y aminora el nivel de confianza que existe hacia esta modalidad.

Sostiene que los factores principales que influyen en el éxito de una campaña de crowdfunding es la creatividad y capacidad de síntesis que refleje. A su vez también menciona que la difusión a través de redes sociales contribuye al éxito de dicha campaña.

Javier Salinas afirma que existe un mayor conocimiento de parte de los emprendedores jóvenes y cada vez la demanda de las modalidades de financiamiento alternativo aumenta.

Finalmente hizo mención que la plataforma Kapital Zocial sigue operando en nuestro país, a pesar de que aún no tenga un número significativo de proyectos ejecutados.

### 3.2 Focus Group:

Como puntos importantes que arrojó el focus group se puede mencionar que todos los participantes tuvieron la iniciativa de poner en marcha sus proyectos; sin embargo, actualmente ninguno ha sido ejecutado.

En su mayoría consideraron que el financiamiento es un obstáculo muy grande al momento de emprender, debido a que consideran poco probable el hecho de acceder a un crédito financiero por el hecho de ser jóvenes y no contar con un historial crediticio. Dos participantes del focus group mencionaron otras posibles opciones para recaudar dicho financiamiento, como los capitales semillas e incubadoras.

Todos mostraron interés luego de presentarles el video, solo 2 de ellos habían escuchado el término crowdfunding.

Con respecto al principal factor de diferenciación, hubo ideas muy interesantes. Mencionaron que el crowdfunding a diferencia de otras modalidades de financiamiento alternativo cuenta con una menor cantidad de filtros, el único sería el de aportante con emprendedor. Así mismo, se mencionó un tema muy importante, el hecho de tener un feedback de parte de los potenciales aportantes lo cual se podría asemejar a un estudio de mercado, ya que se expone una idea y se recibe apreciaciones de cuán viable podría ser el proyecto. Todos consideraron que la opción más atractiva fue el crowdfunding en su modalidad de recompensas, ya que genera una mayor expectativa en el aportante.

También se afirmó que el trasfondo del crowdfunding es la caridad y el apoyo, debido a que una persona no aporta con fines de lucro.

Para terminar, consideran importante la existencia de un marco regulatorio, principalmente porque generaría confianza en los aportantes, ya que el mercado peruano generalmente es conservador y desconfiado.

### 3.3. Cuestionario

#### Análisis descriptivo

Tabla 1. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1*

PREGUNTA 1					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	4,5	4,5	4,5
	SI	21	95,5	95,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

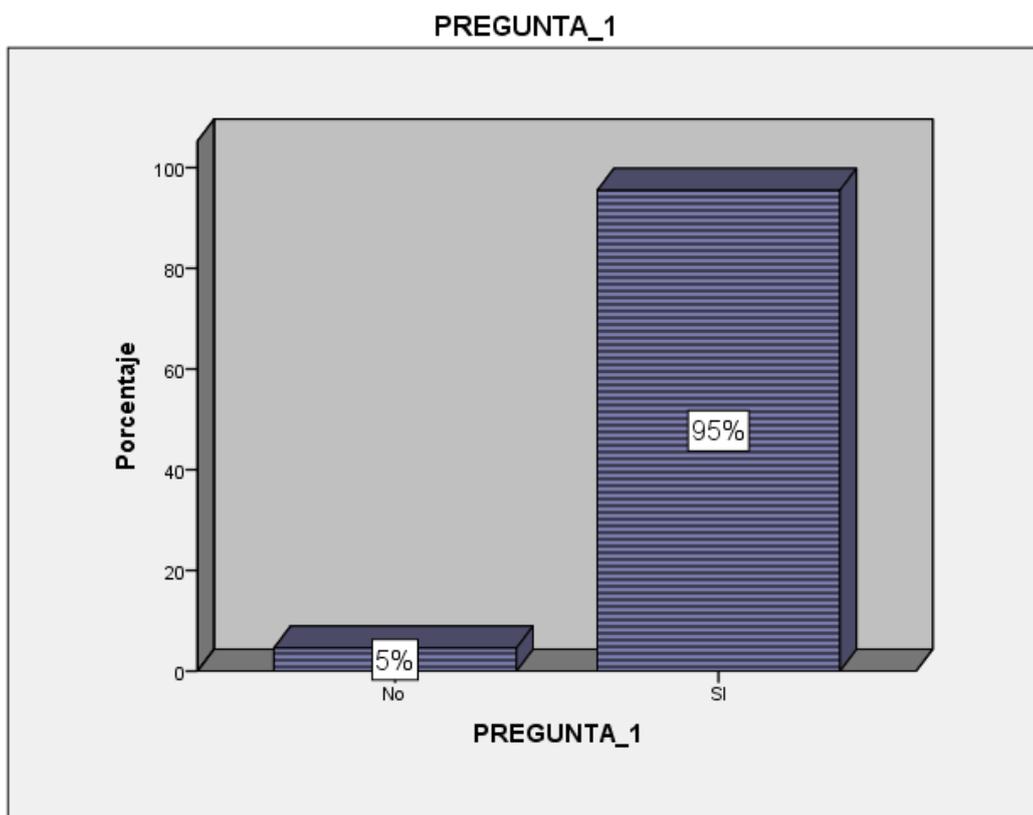


Figura 1. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1*

Interpretación: Más del 95 % cree que los proyectos desarrollados en la universidad pueden ser ejecutados en la realidad, entonces para la percepción de un estudiante es viable lograr los requisitos que se necesiten para ejecutarlos.

Tabla 2. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 2

		<b>PREGUNTA 2</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bancos o entidades financieras	10	45,5	45,5	45,5
	Capital propio	11	50,0	50,0	95,5
	Préstamos familiares	1	4,5	4,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

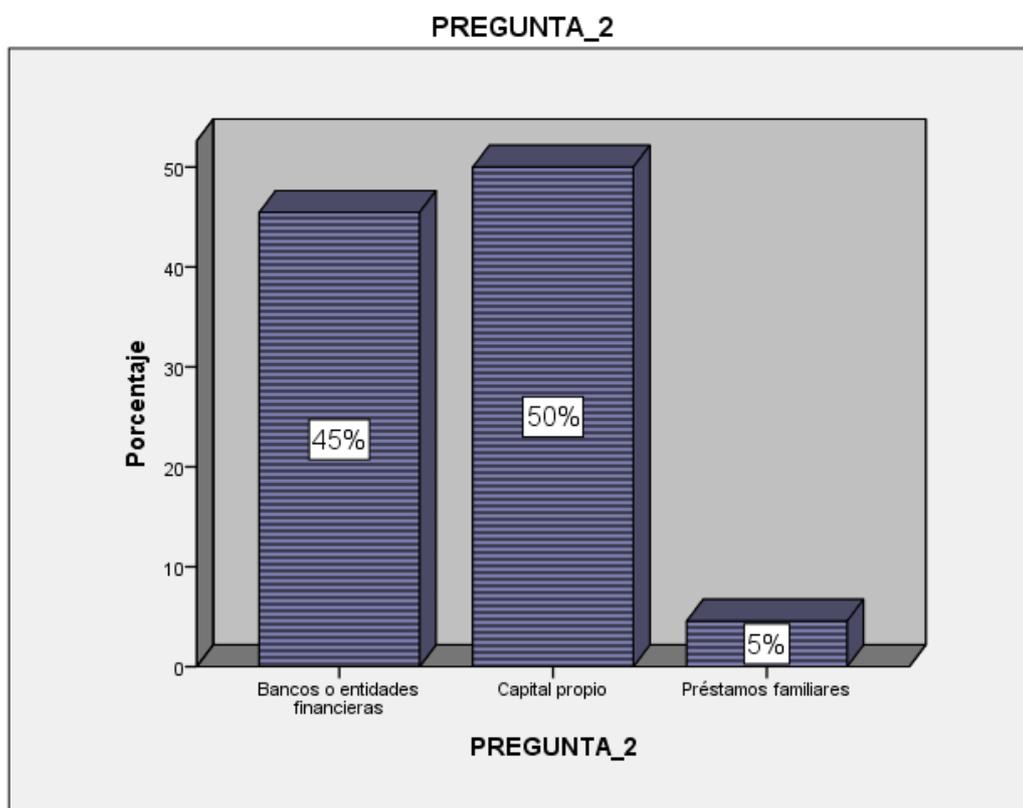


Figura 2. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 2

Interpretación: La mitad 50 % considera que el financiamiento más viable para ejecutar un emprendimiento es el capital propio y sin un capital propio no se podría ejecutar, lo que representa una de las barreras principales. La otra parte que es el 45.5 % considera que el financiamiento se puede conseguir con el método más convencional representado por un préstamo bancario, el cual en la mayoría es difícil de acceder.

Tabla 3. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 3

PREGUNTA 3					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
	No	3	13,6	13,6	13,6
	SI	19	86,4	86,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

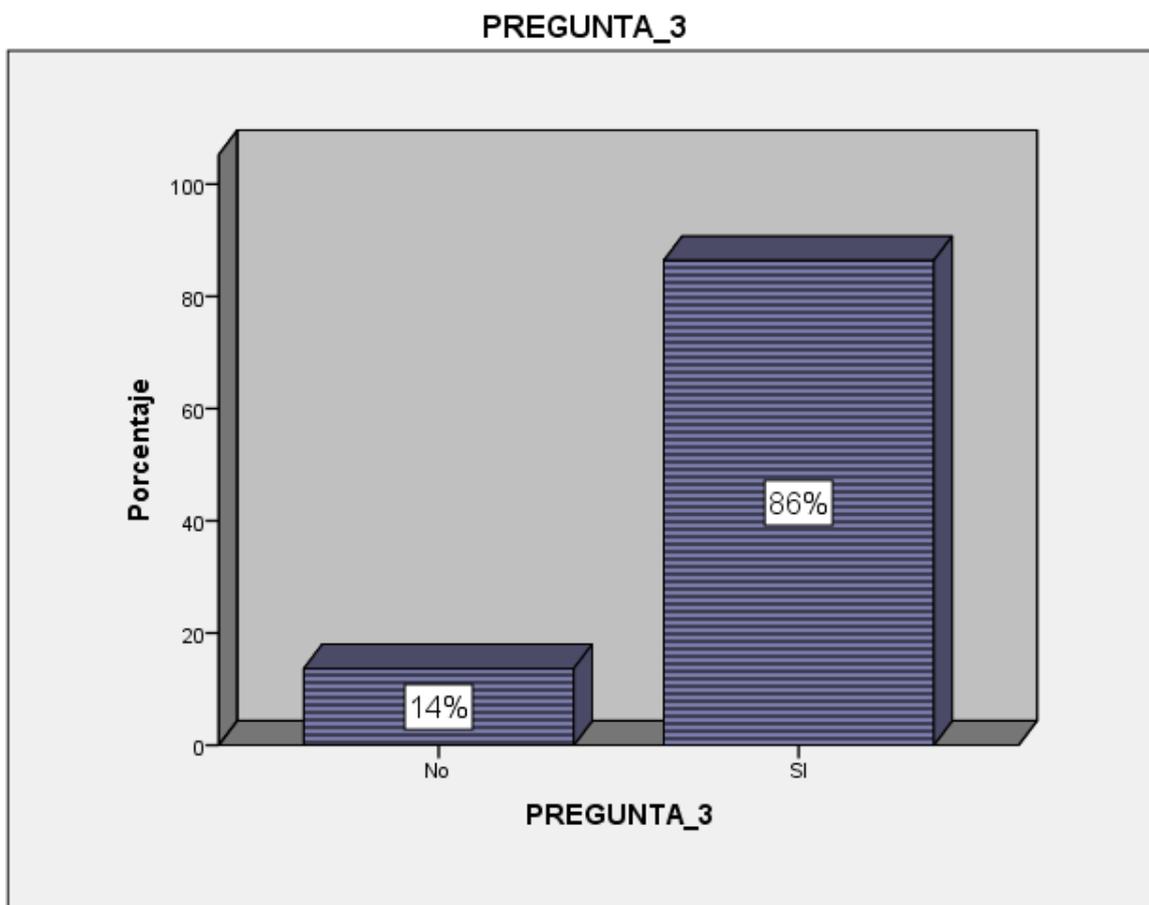


Figura 3. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 3

Interpretación: En esta pregunta se puede acentuar con más certeza que en la percepción de un estudiante el hecho de no poder contar con un capital propio o no poder acceder a un financiamiento tradicional, es un principal obstáculo para poder ejecutar un emprendimiento.

Tabla 4. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 4*

		<b>PREGUNTA 4</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Factible	5	22,7	22,7	22,7
	Muy factible	4	18,2	18,2	40,9
	Poco factible	5	22,7	22,7	63,6
	Regularmente factible	8	36,4	36,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

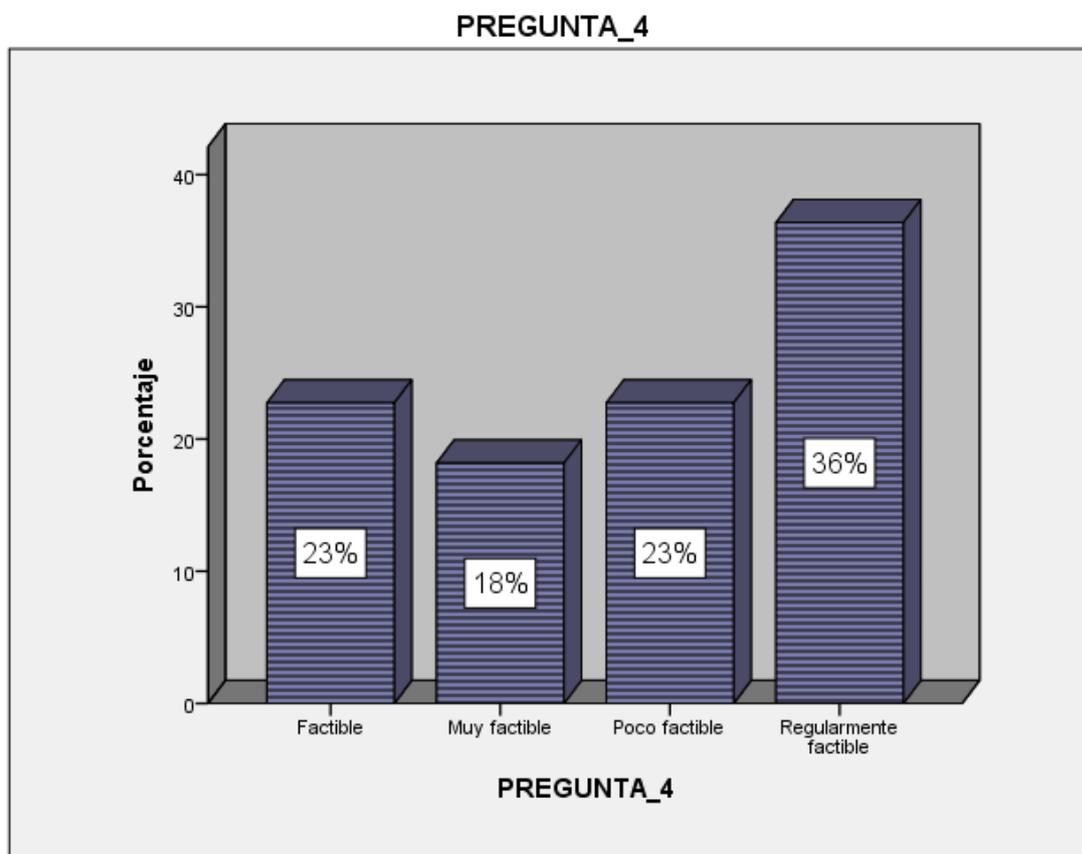


Figura 4. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 4*

Interpretación: Con los resultados de este gráfico se puede interpretar que más del 50 % de los estudiantes creen regular y poco factible el acceso para estas iniciativas dentro de su centro de estudios, que justamente buscan promover la ejecución de proyectos universitarios por lo que es muy escaso considerando la cantidad de estos que se realizan dentro de una universidad.

Tabla 5. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 5

		<b>PREGUNTA 5</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahorros	2	9,1	9,1	9,1
	Capital propio	1	4,5	4,5	13,6
	Cooperativas	1	4,5	4,5	18,2
	Incubadoras de proyectos	1	4,5	4,5	22,7
	Juntas	3	13,6	13,6	36,4
	Leasing	1	4,5	4,5	40,9
	No conozco	8	36,4	36,4	77,3
	Organización de eventos para recaudar fondo	1	4,5	4,5	81,8
	Préstamos familiares	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

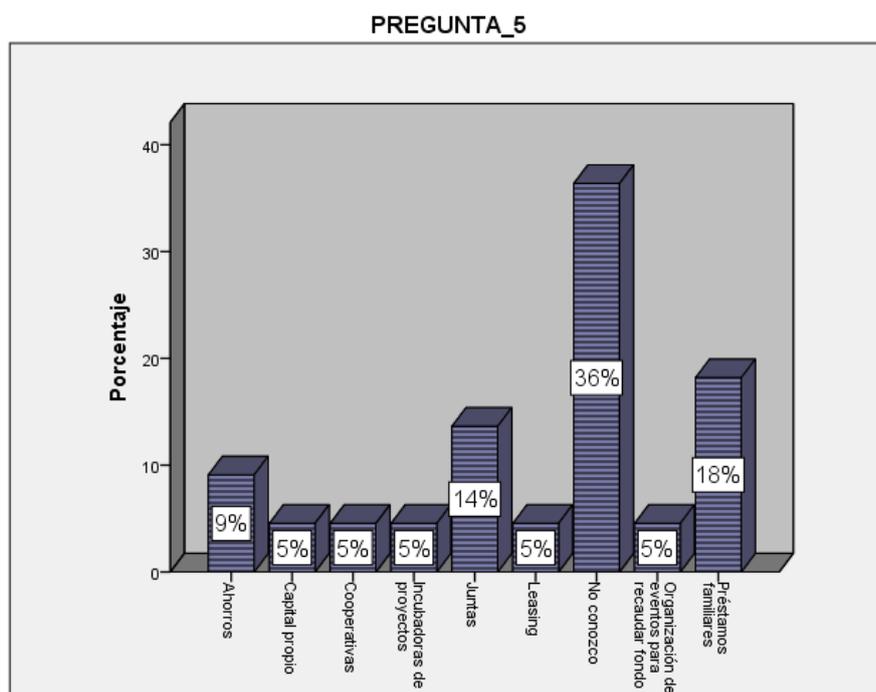


Figura 5. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 5

Interpretación: A partir de los resultados observados, el mayor porcentaje respecto al conocimiento de otros métodos de financiamiento refiere al total desconocimiento (36%), seguido por los préstamos familiares, juntas y ahorros propios.

Tabla 6. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 6*

PREGUNTA 6					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	20	90,9	90,9	90,9
	SI	2	9,1	9,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

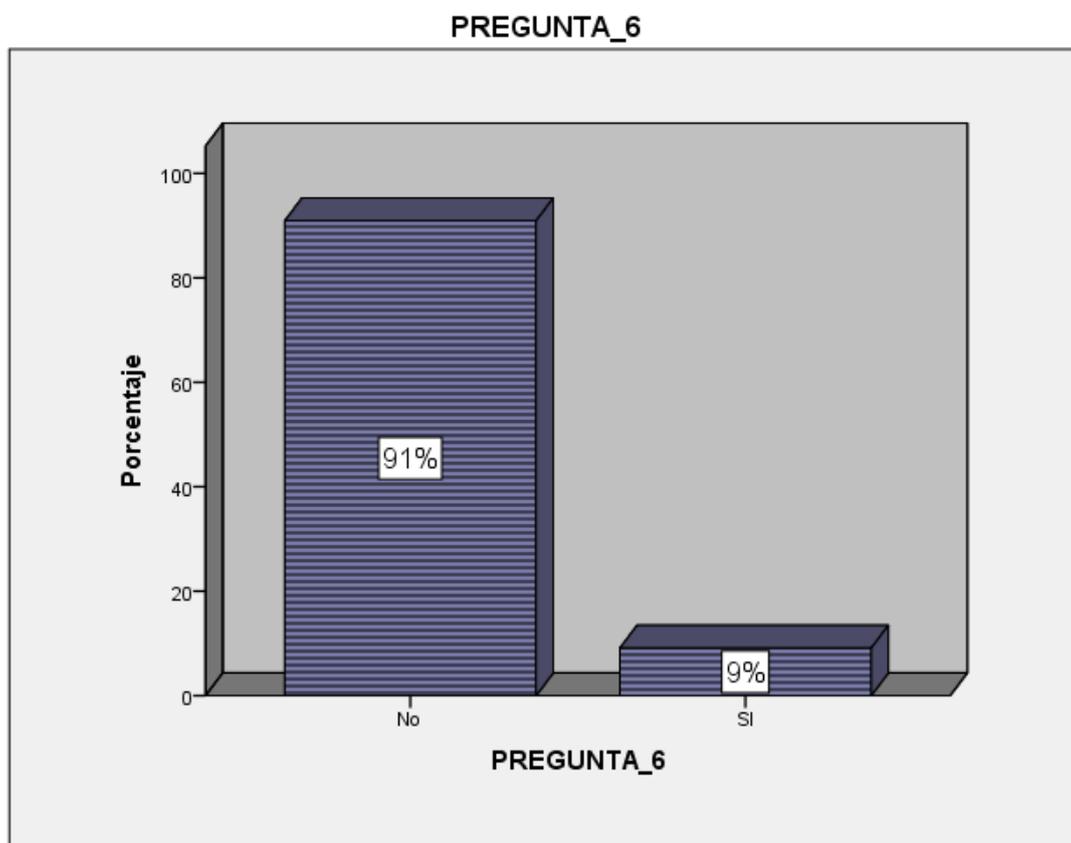


Figura 6. *Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 6*

Interpretación: Mas del 90 % no conoce el Crowdfunding, lo que refuerza la razón principal de esta tesis y los objetivos, revelando que existe una baja difusión y atención hacia métodos no tradicionales de financiamiento durante su formación académica.

Tabla 7. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 1

		PREGUNTA 7			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Atractiva	5	22,7	22,7	22,7
	Muy Atractiva	15	68,2	68,2	90,9
	Regularmente atractiva	2	9,1	9,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

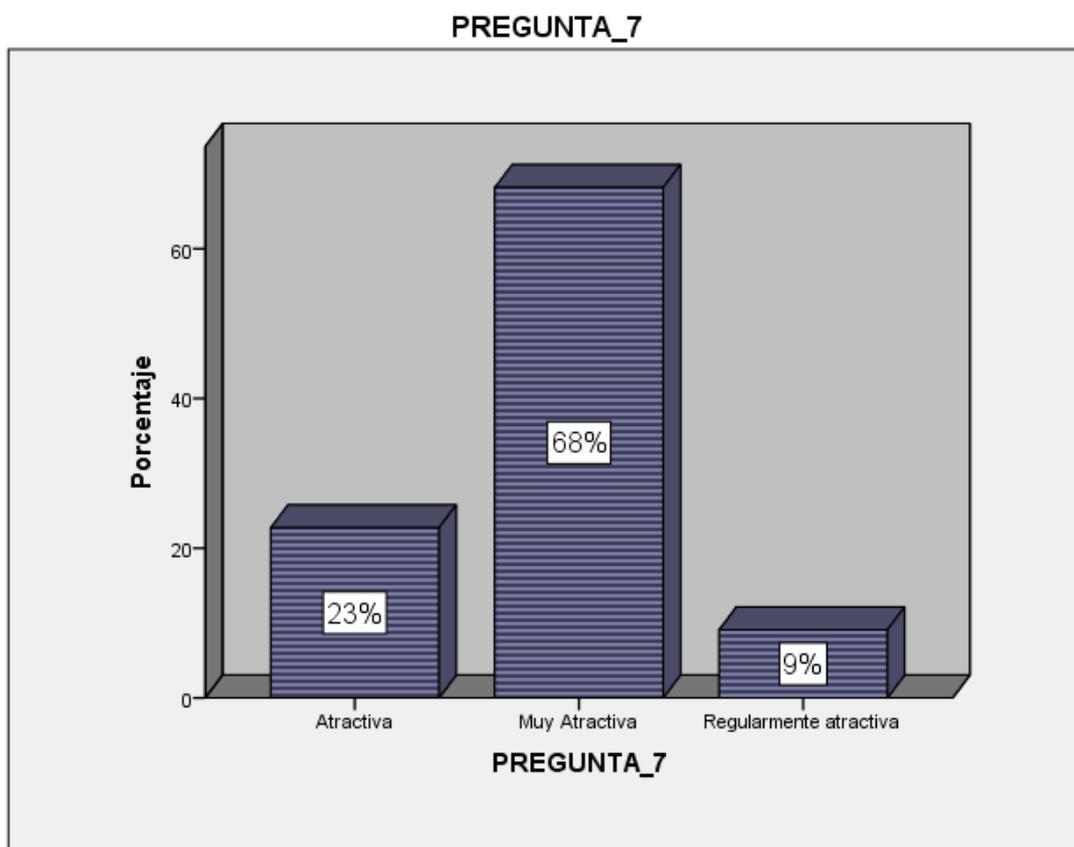


Figura 7. Distribución de estudiantes encuestados según pregunta 7

Interpretación: El 68.2 %, que es más de la mitad de la muestra, está de acuerdo con el método de funcionamiento del crowdfunding, por lo que genera una percepción de aceptación para el uso de esta herramienta de financiamiento no convencional.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

A partir de los hallazgos encontrados, tanto de antecedentes nacionales e internacionales, la presente investigación posee similitudes y diferencias con respecto a los estudios mencionados.

Huarcaya et. al (2016) realizaron una investigación acerca de los factores que influyen en el éxito en una campaña de crowdfunding de tipo cultural. A su vez, utilizó como instrumento de recolección de datos a las entrevistas, las cuales arrojaron datos semejantes a los que se obtuvieron en la presente. Concluyeron que una limitante importante en relación al despegue del crowdfunding es el contexto nacional peruano, el cual podría ser un obstáculo debido a la idiosincrasia peruana que se refleja en la desconfianza hacia la seguridad virtual. Adicional a ello, como refuerzo de dicha premisa, a partir de los resultados descriptivos que arrojó el cuestionario aplicado, más del 90% de personas que compusieron la muestra señaló que ni siquiera conocía la plataforma; sin embargo, el 68% y el 23%, luego de haberles dado información puntual acerca de este método de financiamiento, indicó que le parece muy atractiva y atractiva, respectivamente.

Es importante mencionar que uno de los entrevistados que participó en la investigación realizada en la Universidad Católica fue Javier Salinas, CEO de Kapital Zocial, el cual también fue parte de la presente investigación. Como fue de esperarse, arrojaron datos similares, como por ejemplo la importancia del uso de las redes sociales y la creatividad para lograr el éxito en estas plataformas a través de la recaudación de dinero.

El Fondo Multilateral de Inversiones (2014) realizó un estudio acerca del fenómeno crowdfunding en México, describiendo la realidad que atraviesa dicho país en relación al financiamiento convencional. Se realizaron entrevistas a las partes interesadas de los

sectores públicos y privados de México. A comparación de los datos que se obtuvieron en la presente investigación, México tiene un panorama mucho más alentador a comparación del Perú, a pesar de las similitudes culturales que poseen ambos países. Incluso hace mención a una entidad llamada Asociación Mexicana de Crowdfunding, la cual contribuye a la difusión de este tipo de financiamiento. A su vez, el estudio mencionado arrojó datos importantes como el porcentaje del tipo de financiamiento que tienen las PYMES para poner en marcha sus operaciones. El principal financiamiento de las pequeñas y medianas empresas es el ahorro personal con un 46% y los préstamos familiares con un 33%.

Finalmente, analizando los resultados que se obtuvo gracias a una investigación titulada “El *crowdfunding* como mecanismo de financiamiento para emprendedores” realizada en la Universidad del Salvador, García y Rugamas (2017) tuvieron como resultado a través de las entrevistas a expertos que realizaron que el crowdfunding no sería viable en el panorama salvadoreño, a pesar de que consideraron al aspecto cultural como limitante más grande, como señalaron los expertos de la presente investigación. Como también, indicaron que los crowdfunders o aportantes solo esperan un retorno, afirmación que se distingue en relación a los datos que se obtuvieron en la presente, los cuales confluyen en que el crowdfunding en sus modalidades permitidas en el Perú tiene un trasfondo filántropo a pesar de las recompensas que se ofrecen a cambio.

## 4.2 Conclusiones

- Con los resultados obtenidos gracias a las entrevistas a expertos y focus group se concluye que el crowdfunding posee un alto grado de consideración como mecanismo alternativo de financiamiento para emprendimientos, debido a que posee características

innovadoras, atractivas y viables en comparación a las diferentes alternativas de financiamiento no tradicionales.

- El fenómeno crowdfunding en el Perú aún se encuentra en una etapa crecimiento incipiente debido a su poca difusión y conocimiento, lo cual se ve reflejado en la situación de la única plataforma nacional, Kapital Zocial. Sin embargo, existen opciones internacionales, las cuales admiten proyectos de diferentes países, incluido el Perú.
- En el Perú no existe un marco normativo que regule la práctica del crowdfunding en todas sus modalidades; sin embargo, las modalidades de donaciones y recompensas sí son permitidas, ya que no involucran un riesgo alto para los aportantes.
- En medida que el crowdfunding cuente con un marco regulatorio de parte del Estado, el conocimiento y aceptación serán de mayor proporción, ya que se cuenta con una normativa que avale su práctica y proteja a los posibles aportantes.
- Los factores más importantes que determinan el éxito de una campaña de emprendimiento desarrollada a través de una plataforma de crowdfunding es la creatividad y capacidad de síntesis que esta posea, ya que se cuenta con un tiempo limitado para exponer los atributos del producto o proyecto.
- Finalmente, es posible afirmar a partir del cuestionario aplicado que, el crowdfunding es un método de financiamiento poco conocido; sin embargo, tiene características que lo hacen muy atractivo hacia un público joven y universitario como los que fueron parte de la muestra.

## REFERENCIAS

- Appalauss. (2015). *La Estatua de la Libertad fue construida gracias al crowdfunding (mucho antes de internet)*. Obtenido de <https://applauss.com/la-estatua-de-la-libertad-fue-construida-gracias-al-crowdfunding-mucho-antes-de-internet/>
- Arce, J. (2015). *Crowdfunding: Financiación Colectiva como alternativa en Costa Rica de capital de emprendimiento para el Programa UNA- Emprendedores*. San José: Universidad Nacional de Costa Rica. Obtenido de <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/11971>
- Arteaga, A., Chamarro, M., León, R., Michilot, L., & Paucar, M. (2016). *Crowdfunding como medio alternativo de financiamiento y su viabilidad aplicando el marketing digital en la región de Lima Metropolitana*. Lima: UPC. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622184/Arteaga\\_ZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622184/Arteaga_ZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- BBVA Innovation Center. (febrero de 2015). *BBVA Innovation Center*. Obtenido de [https://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-crowdfunding-una-alternativa-financiera-para-emprendedores-e-inversores\\_1.pdf](https://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-crowdfunding-una-alternativa-financiera-para-emprendedores-e-inversores_1.pdf)
- Camacho, M., Cubero, I., Rojas, S., & Picado, R. (2015). *Guía para el Uso del Crowdfunding a Base de Recompensas en Costa Rica*. Costa Rica: Universidad Tecnológica de Costa Rica. Obtenido de [https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6648/guia\\_uso\\_crowdfunding\\_base\\_recompensas\\_costa\\_rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6648/guia_uso_crowdfunding_base_recompensas_costa_rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cari, K., & Echevarría, J. (2017). *El Crowdfunding Como Mecanismo Alternativo De Financiación Para Emprendimientos En El Perú - Startup*. Lima: ESAN. Obtenido de [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1017/2017\\_MAFDC\\_14-2\\_05\\_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1017/2017_MAFDC_14-2_05_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cejudo, A., & Ramil, X. (Marzo de 2013). *Compromiso Empresarial*. Obtenido de [https://www.compromisoempresarial.com/wp-content/uploads/Crowdfunding\\_financiacion\\_colectiva.pdf](https://www.compromisoempresarial.com/wp-content/uploads/Crowdfunding_financiacion_colectiva.pdf)

- Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. (2016). *Guía Empresarial Productos Financieros y Alternativas de Financiación*. Obtenido de [http://www.jovempa.org/uploads/publicaciones/pdf\\_publicacion\\_6.pdf](http://www.jovempa.org/uploads/publicaciones/pdf_publicacion_6.pdf)
- Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña. (21 de 11 de 2014). Obtenido de [Xarxa Emprèn: http://inicia.gencat.cat/inicia/images/es/3Queeselcrowdfundingcast\\_tcm141-116988.pdf](http://inicia.gencat.cat/inicia/images/es/3Queeselcrowdfundingcast_tcm141-116988.pdf)
- Diario El Comercio. (2014). *El crowdfunding: Una útil herramienta para financiar emprendimientos*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/crowdfunding-util-herramienta-financiar-emprendimientos-282804-noticia/>
- Diario Gestión. (2014). *El crowdfunding a través de la emisión de valores o aportes de capital no están autorizados, advierte la SMV*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mercados/crowdfunding-traves-emision-valores-aportes-capital-autorizados-advier-te-smv-1705-noticia/>
- Diario Gestión. (2015). *Cumplimiento de Chile reafirma intenciones de ingresar al Perú este año*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/cumplimiento-chile-reafirma-intenciones-ingresar-peru-ano-92521-noticia/>
- Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). (2014). *Informe sobre efectividad en el desarrollo*. México: BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-sobre-efectividad-en-el-desarrollo-2016.pdf>
- Forbes. (2016). *El crowdfunding en México y la plataforma que triplica su crecimiento*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/crowdfunding-triplica-crecimiento-mexico/>
- García, C., & Rugamas, D. (2017). *El Crowdfunding como mecanismo de financiamiento para emprendedores*. El Salvador: Universidad de El Salvador. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/12880/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación 5ta Edición*. Mexico D.F.: McGraw-Hill.

- Huarcaya, F., Pozo, H., & Vílchez, K. (2017). *Factores que influyen en el financiamiento de proyectos culturales a través de campañas exitosas de crowdfunding*. Lima: PUCP. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8095>
- Indiegogo. (2017). *indiegogo.com*. Recuperado el 09 de 08 de 2017, de <https://www.indiegogo.com/about/our-story>
- Kickstarter. (2017). *kickstarter.com*. Obtenido de Estadísticas de Kickstarter: [https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=about\\_subnav](https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=about_subnav)
- Kiva. (2017). *www.kiva.org*. Recuperado el 11 de 08 de 2017, de <https://www.kiva.org/about>
- Marillion. (2010). *Story of the band*. Obtenido de <https://www.marillion.com/news/>
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte. (2016). *Ministerio de Educación Cultura y Deporte del Gobierno de España*. Obtenido de [https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/financiacion/Financia\\_Colaborativa/Financia\\_Colaborativa.pdf](https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/financiacion/Financia_Colaborativa/Financia_Colaborativa.pdf)
- Morales, A. (2018). *Análisis legal del Equity Crowdfunding: ¿Cómo regularlo para convertirlo en un mecanismo atractivo, seguro y viable de financiamiento?* Lima: Universidad de Lima. Obtenido de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/8410/Tovar\\_Ayll%C3%B3n\\_Adrian.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/8410/Tovar_Ayll%C3%B3n_Adrian.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Muñoz, S. (2012). *Patrocinio y mecenazgo: creatividad y financiación. Fórmulas de comunicación e imagen*. Sevilla: Asociación de la Prensa de Sevilla.
- Rocca, L. (23 de 06 de 2016). Evaluación del marco normativo para crowdfunding usado en financiación. (D. Gestión, Entrevistador)
- Superintendencia del Mercado de Valores, E. C. (01 de 19 de 2014). *smv.gob.pe*. Recuperado el 15 de 08 de 2017, de <http://www.smv.gob.pe/Uploads/AvisoCrowdfunding.pdf>
- Universo Crowdfunding. (2016). *Universo Crowdfunding*. Obtenido de <https://www.universocrowdfunding.com/tipos-de-crowdfunding>
- Vivus Finance. (03 de 03 de 2016). *vivus.es*. Recuperado el 05 de 08 de 2017, de <https://www.vivus.es/blog/economia-de-hoy/mejores-plataformas-de-crowdfunding/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

EL CROWDFUNDING COMO HERRAMIENTA ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO PARA ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS DE UNA UNIVERSIDAD DE LIMA NORTE, 2020				
FORMULACIÓN DE PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA	
<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	Crowdfunding	<b>ENFOQUE</b>	
¿En qué medida es considerado el uso del crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para emprendimientos desarrollados por estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, 2018?	Determinar el grado de conocimiento y consideración del crowdfunding como herramienta alternativa de financiamiento para emprendimientos desarrollados por estudiantes de la facultad de negocios de la Universidad Privada del Norte, 2018.		Mixto	
			Cuantitativo	Cualitativo
			alcance descriptivo	alcance descriptivo
<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>DISEÑO</b>	
¿Cuál es el potencial que posee el crowdfunding para obtener financiamiento con el fin de desarrollar emprendimientos?	Describir el potencial que posee el crowdfunding para obtener financiamiento con el fin de desarrollar emprendimientos.	Nivel de Conocimiento	No Experimental - Transversal	Fenomenológico
			<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
			Entrevista	Cuestionario
¿Cuál es el marco normativo nacional e internacional que regula los emprendimientos financiados a través del crowdfunding?	Conocer el marco normativo nacional e internacional que regula los emprendimientos financiados a través del crowdfunding.	Viabilidad	Encuesta	Cuestionario
			Focus Group	Discusión
			<b>MUESTRA</b>	
		Diferenciación	30 Estudiantes de la facultad de negocios de una Universidad de Lima Norte	6 Estudiantes
¿Cuáles son los factores que influyen en la obtención del financiamiento a través de las plataformas de crowdfunding?	Identificar los factores que influyen en la obtención del financiamiento a través de las plataformas de crowdfunding.			2 Expertos

## Anexo 2. Matriz de operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	ITEMS
Crowdfunding (Método de financiamiento no tradicional para emprendimientos)	El crowdfunding o micro mecenazgo, en castellano, es un método de financiamiento no tradicional que funciona principalmente con pequeñas aportes o donaciones de inversores independientes que buscan alcanzar el objetivo de un proyecto de su interés con el cual se identifiquen, los cuales pueden ser emprendimientos, organizaciones sin fines de lucro, proyectos culturales que a través de contribuciones en masa busca un financiamiento (Cejudo & Ramil, 2013).	Nivel de Conocimiento	¿Qué método de financiación tendrías en cuenta al momento de iniciar un emprendimiento?
			¿Qué financiamiento no tradicional conoces? (No bancos, no entidades financieras)
		Viabilidad	¿Considera usted que los proyectos realizados durante sus estudios universitarios podrían ser puestos en marcha?
			¿Consideras que el principal obstáculo para iniciar un emprendimiento es el financiamiento de este?
			¿En qué medida consideras factible la obtención de un financiamiento a través de concursos e iniciativas de instituciones para ejecutar una idea negocio?
		Diferenciación	¿Le parecería atractiva una plataforma online a nivel mundial en donde puedan presentarse ideas de negocio de cualquier índole con el fin de recaudar financiamiento a través de donaciones o recompensas?

### Anexo 3: Cuestionario

Buen día, nos encontramos realizando un estudio que servirá para elaborar una tesis acerca de una herramienta de financiación alternativa llamada crowdfunding.

Será de vital ayuda su participación a través del presente cuestionario. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Tener en cuenta que no existen preguntas correctas o incorrectas. Asimismo, pedimos que conteste con la mayor sinceridad posible.

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Considera usted que los proyectos realizados durante sus estudios universitarios podrían ser puestos en marcha?

a. Sí. B. No

2. ¿Qué método de financiación tendrías en cuenta al momento de iniciar un emprendimiento?

a. Bancos o entidades financieras. b. Préstamos familiares. c. Capital propio. d. Concursos de emprendimiento. e. Otros.

3. ¿Consideras que el principal obstáculo para iniciar un emprendimiento es el financiamiento de este?

a. Sí b. No.

4. ¿En qué medida consideras factible la obtención de un financiamiento a través de concursos e iniciativas de grandes corporaciones para la ejecución de una idea negocio?

a. Muy factible b. Factible c. Regularmente factible d. Poco factible

5. ¿Qué financiamiento no tradicional conoces? (No bancos, no entidades financieras)

.....

6. ¿Conoce el financiamiento a través de plataformas de crowdfunding o micromecenazgo?

a. Sí b. No

7. ¿Le parecería atractiva una plataforma online a nivel mundial en donde puedan presentarse ideas de negocio de cualquier índole con el fin de recaudar financiamiento a través de donaciones o recompensas?

a. Muy Atractiva. B. Atractiva c. Regularmente atractiva. D. Poco atractiva.

#### **Anexo 4: Guía de Entrevista a Augusto Javes**

Fecha: 22 de mayo Hora: 4:00 pm

Lugar: Universidad Privada del Norte, Av. **Alfredo Mendiola** 6062. Urb. Los Olivos.

Entrevistador: Alex Hilario

Entrevistado: Augusto Javes, director de la Facultad de Negocios de la Universidad Privada Del Norte.

#### **Preguntas:**

1. ¿Qué alternativas de financiamiento recomendaría a los estudiantes que deseen emprender?
2. ¿Qué apreciación tiene con respecto a los emprendimientos que desarrollan los alumnos de la carrera de administración de nuestra universidad?
3. ¿Existen proyectos presentados en las ferias de emprendimiento de la universidad que se hayan ejecutado?
4. ¿En su opinión, ¿cuáles son las razones que obstaculizan la puesta en marcha de estos proyectos?
5. Según su experiencia, ¿considera que el financiamiento es el principal obstáculo para poder emprender?
7. ¿Recomendaría el crowdfunding como alternativa de financiamiento para emprendimientos?
8. ¿Cuál es el principal factor de diferenciación que posee el crowdfunding en comparación a otras modalidades de financiamiento alternativo?

9. ¿Qué tipo de crowdfunding considera usted que se ajusta más a las características de un emprendimiento desarrollado por los estudiantes de nuestra universidad?

10. ¿Qué ventajas y desventajas considera que presenta la herramienta alternativa de financiamiento "crowdfunding"?

#### **Anexo 4: Guía de Entrevista a Javier Salinas**

Fecha: 21 de mayo Hora: 6:00 pm

Vía: Correo electrónico

Entrevistador: Carlos Zagastizábal Valenzuela

Entrevistado: Javier Salinas, director del Centro del Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico.

#### **Preguntas:**

1.. ¿Considera usted que el principal obstáculo que atraviesan los emprendedores jóvenes es el financiamiento?

2. Según su opinión, ¿cuál es el principal factor de diferenciación que posee el Crowdfunding en comparación a otras modalidades de financiamiento alternativo?

3. Con respecto a las personas que deciden apostar por este tipo de financiamiento, ¿usted considera que estos emprendedores poseen un perfil determinado?

4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del crowdfunding?

5. Según su experiencia, ¿cuáles son los principales factores que podrían determinar éxito de una campaña de crowdfunding?

6. ¿Estima que el grado de consideración de los emprendedores peruanos con respecto a las modalidades de financiamiento alternativo ha aumentado?

7. Podría mencionar alguna idea de negocio peruana que haya logrado el monto meta para la puesta en marcha de su proyecto a través de plataformas de Crowdfunding.

8. Como sabemos el crowdfunding no posee un marco normativo en nuestro país, el cual impide el desarrollo de algunas modalidades de este financiamiento. En su opinión, ¿de qué manera lo mencionado influye en su crecimiento?

9. Se conoce que Kapital Zocial es la primera y principal plataforma de Crowdfunding en el Perú, ¿qué realidad atraviesa esta plataforma?

## Anexo 5: Guía de Focus Group

### Participantes:

- Carolina Alvarado
- Yasser Menacho
- Jesús Pinillos
- Kiara Juarez
- Belén Bermudez

Fecha: 19/05/18

Lugar: Los Olivos, Lima, Perú

Moderador: Carlos Zagastizábal

Secretario: Alex Hilario

### Preguntas:

- 1 ¿Podrían mencionar alguna idea de negocio que trabajaron dentro de su desarrollo universitario?
- 2 ¿En algún momento pensaron en poner en marcha la idea que desarrollaron?
- 3 ¿Consideran que el financiamiento es el principal obstáculo que se presenta al momento de querer emprender?
- 4 Visualización de video de *crowdfunding*
- 5 Ya que tienen un concepto acerca del *crowdfunding*, ¿qué es lo que más ha llamado su atención?
- 6 ¿Cuál es el factor de diferenciación que posee el *crowdfunding* en comparación a otro tipo de financiamiento?
- 7 ¿Considerarías viable para un emprendedor joven exponer sus ideas en una de estas plataformas?

- 8 ¿Cuál es el tipo de modalidad de *crowdfunding* que más llamo tu atención? ¿por qué?
- 9 Si bien es cierto el *crowdfunding* no presenta un marco normativo en nuestro país, por lo cual las otras dos modalidades no están permitidas. ¿Consideras que la implementación de un marco normativo contribuiría que esta modalidad se desarrolle en mayor proporción?

## **Anexo 6: Transcripción Entrevista Augusto Javes**

Alex: Buenas tardes profesor, en primer lugar, darle gracias de parte de los por haber accedido a ella el cual va a ser parte de nuestro instrumento para poder culminar nuestra investigación. Bueno, como sabe nuestro tema de investigación es el crowdfunding, es un mecanismo alternativo de financiamiento y a través de plataformas de internet. Hemos realizado un listado de preguntas semiestructuradas porque también pretendemos que haya un mayor feedback entre nosotros para poder desarrollar una mejor entrevista y como primera pregunta sería, ¿Qué alternativas de financiamiento usted recomendaría a los estudiantes de esta universidad que desean emprender?

Javes: Bien, gracias por la entrevista en primer lugar, la pregunta es muy abierta, lo que sucede es que tendríamos que ir a la raíz de la clasificación del emprendimiento, porque existen emprendimientos por necesidad, por oportunidad y todo lo que tiene que ver con tecnología, ahora los emprendimientos por necesidad son básicos, bastante conocidos es el tema de alimentación, vestimenta que de una u otra manera tienen una rotación alta, que digamos que no es significativa la inversión pero si requiere una gran personalidad del emprendedor, porque hay que vender, buscar clientes, dejar el producto, cobrar que es un tema bastante complejo en la cultura peruana porque si te puedo dejar pero cobrarte es un poco más complicado. El segundo grupo de oportunidad ahí aplicando todos los conocimientos que tú tienes y buscando mejores alternativas, de esos hemos visto pocos en la universidad, pero básicamente en estos tiempos se están enfocando a participar en concursos buscando

financiamientos, pero es un embudo donde se presentan muchos y pasan pocos, existen muchos filtros y pocos beneficiados, entonces no es abierta a todos. El tecnológico definitivamente es tipo el estado para poder acceder estamos en pañales, ¿Qué recomendar? En principio uno no les puedo decir que tú tienes que hacer de comida o algo tecnológico, porque el emprendimiento tiene que ser a fin a la vocación que tiene cada estudiante. Simplemente tratar de que el peso del emprendimiento no esté en la limitación del financiamiento sino más bien en la persona, en todo caso ver otras fuentes y desarrollar otras actividades para tener capital y poder lanzar la idea.

Alex: Perfecto. Con respecto a lo mencionado en la pregunta anterior, ¿usted que apreciación tiene con respecto a los emprendimientos que se han desarrollado en la universidad?

Javes: Según mi percepción es la edad, acá en la universidad están entrando en gran número con dieciséis años, entonces cuando están en el cuarto ciclo o quinto ciclo recién asumen mayoría de edad, lo cual no te exige ni te plantea a la necesidad de emprender. Nosotros tenemos dos programas, el regular y para adultos, y en el segundo el adulto que tiene familia que tiene un trabajo y puede ver una mejor oportunidad no lo piensa dos veces, se lanza, en cambio el estudiante regular se ve presionado en un curso a desarrollar algo y no es que le nazca, incluso si se entusiasma, pero en las primeras ocasiones se esfuma ese entusiasmo. Si hay emprendedores, pero son pocos, entonces hay que trabajar un poco más en ese tema de la actitud, porque es la actitud la constancia y la perseverancia.

Alex: Claro. ¿Usted cree que nos podría mencionar algunos proyectos presentados en las ferias de emprendimientos que actualmente se encuentran funcionando o hayan convertido en empresas?

Javes: Poquísimas, de lo que conozco hay un restaurante, una empresa de shows infantiles, existe una empresa que nace por ascendencia familiar por que los padres tenían tierra en las alturas de Huancayo, los padres cultivaban maca y la vendían como tubérculo, la chica se puso a investigar y genero el proceso y ahora no venden si no generan valor al producto. Digamos que no es un tema muy difundido, justo para este año con la profesora Ornella y colaboradores en general estábamos pensando hacer un inventario de la trazabilidad, primero cuantos emprendedores hay y si ese emprendimiento surgió acá, e independientemente que surja acá darle el acompañamiento como una especie de incubadora, el acompañamiento, consejería, monitoreo, retroalimentación de todo su accionar para que las empresas que tienen se consoliden y siguen creciendo. Digamos, haber mapeado cuantos de los que han pasado por nuestras aulas tienen empresa, hasta ahora no tenemos y no son muchos en todo caso.

Alex: Ok. Y con respecto a esto, ¿cuál cree que es el motivo principal de que no existan muchos emprendimientos ejecutados de parte de los estudiantes, que cree que ha obstaculizado la puesta en marcha de estos proyectos?

Javes: Mira lo que he conversado ayer, nosotros en ferias y cursos hemos tenido muy buenos proyectos, los jurados lo han evaluado es más a algunos les han dicho ven visítame la próxima semana, y les han respondido – no estamos en finales – y les dijeron te espero en julio, para que me pongas tu idea y de repente nos asociamos, y la final nada. Lo primero es la actitud y el compromiso, digamos que al ser muy jóvenes no se comprometen con su futuro ni su carrera, lo segundo, los que si quieren tienen la limitación del financiamiento, por que como te digo el acceso es muy limitado o en todo caso desconocen que existen concursos, que hay periodicidad y todo lo demás. Pero también los concursos como “star ups”, incubadores y similares es un embudo, se presentan treinta para que queden unos o dos, y muchas ideas buenas se quedan en el camino, o siguen dando vuelta como tales hasta que una empresa las coge y las desarrolla por que como ni siquiera tuviste dinero para guardar y registrar la idea, se pierden, las ideas no son de nadie.

Alex: Claro. Entonces ¿usted consideraría que hay más obstáculos, tan o mas importante que el financiamiento que impiden que esto emprendedores ejecuten sus proyectos?

Javes: En el sentido, del público el cual me indicas que es el universitario, sí, porque es un tema persistente, por ejemplo la faculta de negocios tiene 6500 estudiantes y ahora estamos con reto de la innovación 24 horas y cuanto estudiantes hay, no llegamos ni a 60 que no es ni el 1%, hemos difundido los talleres, son gratuitos, salón de 40 y de 6500 solo llegan 5 o 6, entonces para mi es un tema de actitud. Dime que tengo que hacer, deben haberlo escuchado, cuanto me falta para aprobar para hacer

lo necesario, entonces no es esta empresa o idea la voy a validar, voy a hacer un prototipo, voy a hacer una prueba, voy a tener un primer lote o desarrollar una app o por una cuestión tecnología, no me dicen profesor me puede conectar con el coordinador de ingeniería de sistemas, no hay esa iniciativa.

Alex: Perfecto. Bueno en el caso de que usted menciona que hay personas que desconocen el financiamiento alternativo que no tenga que ver la banca, con los créditos, ¿usted considera que el crowdfunding es una alternativa de financiamiento que se ajustaría al perfil de los universitarios?

Javes: Yo creo que sí, hay que verlo por perfiles, porque finalmente el crowdfunding toma como base el desarrollo de una red social, cuando conversamos las veces anteriores te decía que en las formas paralelas a la banca de financiamiento, tenemos el antecedente de “tanomoshi” una junta pero japonesa, el pandero que es la versión hispana del tanamoshi y en Perú hace tiempo se estudió que existe la pollada que es una forma de financiamiento, basada en un tema que es muy peruano que es el tema de alimentación, la pollada es un invento peruano, y esos son otros tiempos, estamos hablando de los 60s o 70s que era el inicio de gamarra o villa el salvador y todos los parques industriales. los tiempos modernos son otros, los jóvenes modernos ¿dónde se desplazan? En las redes sociales, están ofreciendo productos en las redes sociales, los jóvenes entran al concurso y piden apóyame con un voto en las redes sociales. Son movimientos, y yo creo que si hay alguien que tiene una red de contactos podría iniciar un movimiento de estos, un crowdfunding, buscando el respaldo de la idea basado en la credibilidad de la persona, es la única manera en la cual podría tener éxito. En otras latitudes existen los mecenas, el mecenazgo es gente que ve y decide

apoyarlos, en esta parte de América Latina la actitud es otra, yo confié porque eres tú, oye apóyelo porque es un buen chico, porque sabe, hemos conversado y en un futuro el si cumple su palabra y el si ha dicho que va a pasar esto, él va a cumplir con darnos la oportunidad, vamos a ser los primeros, vamos a ser clientes vip, y eso depende de la oferta que se pueda hacer. Yo considero que, si es una buena práctica adaptada a los tiempos modernos, adaptada a las plataformas de la tecnología que existe, pero la propuesta en si no tendría el éxito si es que lo separamos de las personas, el crowdfunding va a tener el éxito por la persona que lo fomenta en el apoyo que necesita.

Alex: Es válido mencionar también que las plataformas que estamos mencionando son plataformas internacionales, debido a que en el Perú no existe una plataforma ya consolidada. Existen plataformas en funcionamiento, pero no que ya cuenten con proyectos ya ejecutados. Y bueno si nos enfocamos que nosotros nos estamos conectando en página internacionales, los aportantes tienen otros perfiles porque son personas extranjeras, tienen otra manera de pensar y que apoyan proyectos innovadores.

Javes: Ellos ven algo, en un sobre ponen el dinero y lo envían, es más lo envían por correo y en el correo no se pierde el dinero, entonces es otra realidad, hacen depósito o algo totalmente anónimo. Y el crowdfunding no es nuevo, es relativamente nuevo.

Alex: Claro, incluso existe el crowdfunding antes de que se inventara el termino, porque bueno le comento la estatua de la libertad fue financiada a través del crowdfunding. Con respecto a la siguiente pregunta ¿Cuál es el principal factor de diferenciación que posee el crowdfunding en comparación con otras modalidades de financiamiento alternativo, llamase capital semilla, star ups...

Javes: Lo que sucede es que, todas las otras formas tienen limitaciones en cuanto a la cantidad disponible, el crowdfunding es una herramienta que no tiene límites y que está en función del líder del proyecto, de la credibilidad de la persona, para poder conseguir el financiamiento, obvio yo te ayudo una vez yo sé que puedo financiarte nuevamente, pero lo mínimo que van a ver y pedirte entre comillas es, “mira me apoyaste esta vez mira lo que tenemos”, un poco como las campañas de responsabilidad social, nos donaste esto y nosotros construimos tal cosa, ahora nos falta implementar esto, y bueno yo se que hay gente que esta en posibilidad de aportar de contribuir y lo va a poder hacer.

Alex: También partimos de la premisa de que los aportes hechos a través de las plataformas no son muy significativos, son aportes colectivos, porque es permitido aportar desde un dólar hasta la cantidad que uno crea conveniente. Otro punto importante que consideramos como aspectos de diferenciación es el hecho de que no existen tanto filtros como existen en otro tipo de financiamientos, y con respecto a las modalidades de crowdfunding que están permitidas en el Perú, como le comentaba solamente son dos, existen la modalidad de recompensas y a través de

donaciones, ¿Usted cuál cree que se ajusta más a las características de un emprendimiento que se realiza por los universitarios?

Javes: Yo creo que el de recompensas, porque de una u otra manera existe una promesa de rendir cuentas sobre lo que estoy dando, aunque no sea significativa la recompensa va a ver una promesa de que tú vas a reportar que hiciste y que lograste e indirectamente esta mi recompensa.

Alex: Además creo que crea más expectativa en el aportante y más compromiso de la persona que realiza el proyecto. ¿Usted qué factores cree que influyen en el éxito de una campaña de crowdfunding, puntos claves?

Javes: Como te digo el crowdfunding no es nuevo y no ha despegado acá en el Perú, no has despegado por un tema muy similar al tema de la política, por las personas, la credibilidad y al público a quien te diriges, porque definitivamente como dicen algunos yo con mi plata hago lo que quiero, dono, regalo mientras que no infrinja las leyes de lavado de activos y temas similares, pero el elemento fundamental es la confianza que tú vas a tratar de transmitir, y como te digo este es un tema de inercia, tu comienzas una campaña de difusión con tus amistades y ellos con otras amistades y esto va a empezar a correr, claro para que vuelvan a confiar en ti tienes que cumplir con esa promesa en esa primera etapa.

Alex: También el hecho de que haya una ausencia de un marco regulatorio por parte del estado, no ayuda a que exista un nivel de confianza adecuado para personas se interesen en este tipo de financiamiento.

Javes: El estado lamentablemente demora en responder, y estado responde cuando sucede algo, entonces si esto hubiera tenido éxito y hubiera dinero moviéndose entonces ya hubiera metido la mano, pero como no ha habido eso por el tema de idiosincrasia y nivel cultural del Perú no lo regula, finalmente los fondos internacionales no están dentro de nuestra jurisdicción.

Alex: Incluso hay publicaciones por parte del SMV, haciendo referencia de que el crowdfunding en su modalidad de Equity y prestamos no está regulado y advierte a los aportantes que no se dejen engañar por plataformas que solicitan dinero. ¿Qué desventajas considera usted que tiene la herramienta crowdfunding?

Javes: Como te digo acá en el Perú es un tema de idiosincrasia, cultura y yo creo que se haría más amigable cambiándole el nombre, traduciéndolo para empezar, sería más amigable, trabajar más tipo reportaje o sea dando cuenta entre comillas de lo que vas haciendo y logrando, transparentando la recaudación, el uso y el logro de la campaña.

Alex: Le doy muchas gracias de parte de los dos.

## **Anexo 5: Transcripción Focus Group**

**Carlos:** Buenos días con todos, en primer lugar les voy a dar muchas gracias a todos ustedes por acceder a participar en este focus group, bueno ustedes tienen conocimiento que este focus group lo vamos a utilizar como parte del instrumento para culminar con nuestra investigación, cada uno de ustedes a sido seleccionado ya que cumplen con un perfil determinado el cual nos va a llevar a las conclusiones que esperamos y me gustaría que cada uno se presente diga la carrera que se encuentra estudiando o ya culmino y su edad.

**Yasser:** Mi nombre es Yasser Menacho Sumari, estudio administración de empresas tengo 28 años.

**Kiara:** Mi nombre es Kiara Juárez Ramírez, estudio administración y tengo 22 años.

**Carolina:** Mi nombre es Carolina Alvarado, estudio administración de empresas y tengo 23 años.

**Jesús:** Mi nombre es Jesús Pinillo Gamarra, estudio administración y marketing y tengo 24 años.

**Belén:** Mi nombre es Belén Villanueva, estudio administración y tengo 21 años.

**Carlos:** Perfecto, la primera pregunta consiste básicamente que me mencionen alguna idea de negocio que ustedes hayan trabajado dentro de su etapa universitaria, algún proyecto que hayan realizado, que hayan presentado en una feria, hayan realizado un prototipo o algo por el estilo. Me gustaría que cada uno me mencione un proyecto que hayan hecho.

**Yasser:** Bueno en realidad esto ocurrió en primer ciclo, con los compañeros de ese entonces, participamos en una feria dentro de la universidad en las cuales hicimos un prototipo un producto el cual representaba un mueble lo que es un sillón hecho con materiales reciclables, eso básicamente fue para poder tener una idea de emprendimiento.

**Carlos:** Tu Kyara que me puedes comentar.

**Kyara:** En el tercer ciclo aproximadamente en la universidad, realice un aplicativo móvil con un equipo en un curso de negocios y bueno básicamente se trataba de que brindábamos servicio de niñeras a domicilio, ya tenemos un sistema operativo en el aplicativo móvil y ahorita está en la etapa de operación, estamos brindando el servicio a conocidos y a familiares.

**Carolina:** En sexto o séptimo ciclo maso menos con unos compañeros de clase hicimos lo que era lámparas de material reciclable, distintas lámparas tanto personales como para el hogar y con ese proyecto también se fue a una feria que se hizo en la universidad.

**Jesús:** Hace poco, de hecho, este ciclo con un grupo desarrollamos un prototipo de un brazo robótico que estaba enfocado para niños de 6 a 10 años, nos dimos cuenta de que una de la problemática de los niños era que tenían problemas y veían aburrido el hecho de ordenar sus juguetes, así que diseñamos un brazo robótico que les permitía cogerlos y eso los hacía sentirse más fuertes al momento de agarrarlos y moverlos.

**Belén:** En séptimo ciclo con mis compañeros hicimos una app que era para restaurantes de cinco tenedores y en el que las personas podían personalizar sus platos y medir las calorías y proteínas como deseaban.

**Carlos:** Perfecto, bueno a partir de ahora voy a hacer las preguntas y el que desea participar puede tomar la palabra. No necesariamente tiene que ser en orden. La segunda pregunta es: ¿en algún momento pensaron poner en marcha esa idea que desarrollaron?, ¿en algún momento de su etapa universitaria tuvieron iniciativa de ejecutar ese proyecto?, me gustaría que comenten.

**Kiara:** con mi equipo si tuvimos la idea de ponerlo en marcha, eso nos ayudó en un concurso que se llama para quitarse el sombrero del grupo Romero, donde participamos y quedamos en los tres mejores de nuestra categoría, y bueno a partir de ese momento nos dimos cuenta de que nuestro proyecto daba para más, y ahora venimos trabajando en lo que es el sistema operativo. Le estamos haciendo unas mejoras y todo eso.

**Jesús:** Nosotros sí, de hecho, creemos que en el mercado de niños es un mercado bastante explorado, pero creemos que por la naturaleza de los niños que siempre es creativa, y el hecho de estar viendo cosas en la televisión hace que siempre se pueda innovar en algo, y cuando creímos que era viable el hecho de desarrollar este proyecto-producto.

**Carlos:** Perfecto. Como todos sabemos los que estamos aquí no pasamos los treinta años, somos estudiantes y algunos egresados jóvenes, y quisiera saber si alguno de ustedes considera que el financiamiento es el principal obstáculo que se presenta al momento de querer emprender algo. En el caso de nosotros que somos jóvenes, ¿ustedes creen que es el principal obstáculo que existe para llevar a cabo un proyecto?, que me podrías decir tú Jasser.

**Yasser:** Bueno en realidad sí, es parte de una barrera que tiene cada emprendedor, porque podemos tener las ideas claras, pero el tema es plasmarlas y llevarlos a la realidad. ¿Pero que conlleva ello? Que nosotros necesitemos financiamiento o dinero ya para poder tener todo, para no solo la implementación del producto, sino también lo que conlleva el plan de marketing y la publicidad, como y a través de que medios vamos a publicarlo y todo ello conlleva por más que no parezca a un cierto presupuesto.

**Carlos:** Tu Kiara me comentas que ya hiciste un prototipo de tu app y ya tienes un sistema operativo me imagino ¿consideras que el financiamiento ha sido un obstáculo importante que ha colaborado a que todavía no se ejecute en su totalidad tu proyecto?

**Kiara:** Bueno en nuestro proyecto no, no ha sido un impedimento el tema de financiamiento ya que a través de contactos y de amigos hemos podido apoyarnos en esa base para que nosotros podamos lograr lo que nosotros queremos.

**Carolina:** En realidad pienso que el financiamiento si bien es un obstáculo para algunos nos el principal porque, porque hay muchas maneras de obtenerlo, un ejemplo es el caso del proyecto que está haciendo Kiara, en el que ellos tuvieron la idea y participaron de algún lado. Y cuando participas de una especie de concursos y programas relacionado al tema de emprendimiento, los premios normalmente son capitales semillas o son algún tipo de contacto con inversionistas que te pueden ayudar en este tipo, entonces como que una de las barreras si es que no participas de estos sí vendría a ser el financiamiento. Y si no, lo que es considerado actualmente la barrera más grande para el emprendimiento es tener claro y definir bien el modelo de negocio que vas a sacar al mercado y una vez que lo tienes bien definido validarlo y hacer los cambios necesarios para que no gastes plata en vano.

**Kiara:** Sí, yo también pienso que aparte es tener los contactos.

**Carlos:** Tu Jesús qué opinas. ¿consideras que, al momento de diseñar una idea, ya teniendo todo para llevarlo a cabo, tú crees que el financiamiento es un obstáculo importante?

**Jesús:** Si, de hecho, que sí. Incluso desde antes, desde la parte del prototipado donde plasmas todas las ideas que tienes en la mente es un gasto, porque de un momento a otro a la primera no te va a salir la idea del producto que tienes en mente y de hecho necesitas financiamiento para eso y después como dijeron hace un momento, con el tema de plan de marketing y publicidad, de hecho, se necesita dinero, y al comienzo muchos de nosotros que somos universitarios y que estamos acabando la carrera no tenemos una capital.

**Carlos:** Claro exacto, y bueno te quería comentar un poco es muy válido mencionar los

---

capitales a medias que son opciones para nosotros que como jóvenes, que no tenemos en su  
Hilario Grández, Alex; Zagastizábal Valenzuela, Carlos

mayoría acceso a un crédito bancario por el mismo hecho de ser universitarios y recién estar insertándonos en el mundo laboral, no contamos con un historial crediticio que avale o que puedan otorgarnos un financiamiento para nuestro proyectos para llevar a cabo un proyecto, o sea si me parece valido mencionar a los capitales semillas como posibles opciones si queremos llevar a cabo un proyecto.

**Belén:** Claro aparte también las entidades bancarias te piden cuánto ganan mensual, para ver si estas apto o no para acceder al crédito.

**Carlos:** A continuación, les voy a presentar un video sobre crowdfunding. El crowdfunding es una opción que me gustaría que ustedes lo vean.

### **Reproducción del video (3:28 minutos)**

**Carlos:** Ahora que han observado y saben maso menos en que consiste el crowdfunding, quisiera que me den su apreciación y que es lo que más les ha llamado la atención acerca de este video.

**Yasser:** Bueno en realidad si conocía el termino crowdfunding, es más hay una plataforma mas conocida a nivel global llamada “Kick Starter” la cual presenta proyectos tecnológicos que son muy complejos como a la vez también pueden presentar temas muy simples de repente como la colaboración para que un artista pueda grabar un disco digamos no. Entonces como funciona esta plataforma, funciona de la siguiente manera como que cualquiera pueda aportar desde un dólar, sin embargo ¿cómo es que incentiva los dueños de las ideas para que otras personas puedan aportar más?, es otorgarles ciertas recompensas, por ejemplo, en el caso del artista, si tu donas a partir de 50 dólares él te puede enviar el disco tal vez autografiado que se yo, como diferentes maneras de incentivar el aporte de las demás personas. Entonces yo creo que el crowdfunding si es una plataforma muy atractiva

para atraer capital y que no necesariamente tienes que devolverle el dinero o presentar ciertas recompensas para todas las personas que aportan.

**Carlos:** Claro exacto, en el video no lo menciono, pero existen tipos de crowdfunding, el que tu acabas de mencionar es el de recompensas es uno de los que están permitidos en nuestro país, el otro simplemente es por donaciones en el que no necesitas dar nada a cambio de parte de las personas que presentan su proyecto. Kiara tú que me podrías decir, que es lo que te ha llamado la atención.

**Kiara:** Bueno a mi lo que mas me ha llamado la atención es el término que es nuevo para mí que es la facilidad de que un emprendedor o una persona que quiera iniciar un emprendimiento pueda conseguir algún capital rápido ¿no? Y fácilmente a través de las redes sociales que es lo que actualmente se maneja mas ¿no? Twitter, Facebook, Instagram y YouTube.

**Carolina:** En realidad el termino crowdfunding ya lo conocía y me parece una buena opción, porque en el trabajo veo diversos proyectos de emprendimiento e innovación y muchos de ellos han utilizado el crowdfunding como método de financiamiento y por ejemplo como dice el video se utiliza para varios fines, el ultimo que vi fue en la universidad católica era sobre un proyecto ganador, que estaba concursando para un programa que estaban haciendo en la nasa sobre un carro que podía trasladarse en la luna, entonces ellos no tenían el dinero suficiente para que puedan viajar los 8 jóvenes que eran del equipo y ahí utilizaron la plataforma crowdfunding, hicieron unos videos muy interesantes y a través de todos los temas visuales se logró el objetivo, y este creo que es el principal beneficio, porque si bien para que tu apoyes o compres algo lo principal es lo que entra por los ojos, entonces visualmente es una plataforma que te ayuda bastante.

**Jesús:** De hecho, sabía que había sistemas de tecnovación de capital, pero el termino realmente es nuevo para mí, pero lo que me parece interesante de esta plataforma es que hay muchas ideas que creo que son muy buenas y lamentablemente no se llevan a cabo ni se materializan porque no hay capital y es precisamente lo que se busca o lo que buscan estas plataformas dar un aporte de capital entre varias personas y como explicaron no es lo mismo que una de ellas de mil dólares a que varias den 10 dólares y de esta forma se llega a un monto y se puede sacar adelante el proyecto.

**Belén:** Tenia un breve conocimiento sobre este financiamiento lo que me parece interesante y beneficioso ya que esto se viraliza a nivel mundial pero lo que genera un poco de desventaja es que no muchas personas conocen de este tema, entonces seria que se evoquen más a viralizarlo así todos los proyectos sacan una ventaja de todo esto.

**Carlos:** Bueno les comento un poco acerca de la realidad del crowdfunding aquí en el Perú, existe la plataforma principal de crowdfunding en el Perú se llama “Kapital Zocial”, es una plataforma enteramente peruana, pero no tiene una difusión significativa tiene pocos proyectos, algunos en su mayoría no han sido ejecutados, mi compañero y yo al mostrarles este tipo de financiamiento apuntamos a que posibles ciudadanos podrían considerar plataformas internacionales, como la que menciono Yasser, “Kick Starter” hay otras como “Indiegogo” y bueno, diferentes tipos de plataformas de crowdfunding internacionales y que ya tiene experiencia en el mercado, además, ya tienen proyectos realizado y millones de aportantes y bueno eso es lo que en realidad eso es lo que estamos apuntando a presentar este tipo de financiamiento. Bueno la siguiente pregunta es, en su opinión, ¿Cuál creen que es el principal factor de diferenciación que existe o que presenta el crowdfunding en comparación a otros tipos de financiación alternativos?, llámese capital semilla, star ups o los que ustedes opinen.

**Yasser:** Bueno considero que es la inmediatez y la facilidad de poder aportar el dinero para que este proyecto pueda crecer, porque a veces los temas capitales o incubadoras si bien es cierto te pueden aportar dinero y te van apoyando con no solamente la capital que necesitas sino con todo el desarrollo del proyecto tarda un poco más de tiempo, en cambio se urgente para el emprendedor lanzar esta idea el poder hacerlo a través de estas plataformas de crowdfunding es más rápido, más simple y más sencillo.

**Kiara:** No y además los que te brindan la capital semilla a las finales te piden siempre un porcentaje, o sea ellos quieren ser accionistas de tu empresa ya sea te piden un 25% o 30%.

**Carlos:** Ok, perfecto.

**Belén:** No hay muchas trabas tampoco a diferencia del capital semilla y otras entidades, o sea como que no te ponen como que obstáculos, completar requisitos y varias personas te apoyan.

**Jesús:** Si de hecho como dijeron en la inmediatez y creo que algo que podría diferenciar de estos tipos de recaudación, es que la persona que está aportando el capital se siente identificada con el proyecto que está apoyando y eso creo que es un punto importante porque es la forma en la deben darse las cosas. Por ejemplo, pienso que cuando vas a un banco no saben para que al final vas a invertir el dinero. Pero las personas que están en las plataformas y ven viable o interesante tu proyecto te pueden ayudar y bueno en tema de los filtros, tampoco tiene.

**Carlos:** Claro, me parece interesante eso en otros tipos de financiamientos alternativos existen filtros que a veces eso ocasiona que varias ideas se queden en el camino a pesar muy buenas a comparación del crowdfunding que el filtro que existe esta entre la persona que lanza a la luz su proyecto y el posible aportante. Carolina que me podrías decir.

**Carolina:** Aparte de los beneficios que ya han mencionado los chicos, es que también es un portal que te va a ayudar a que por ejemplo mi proyecto lo tengo ahí y si la gente me está apoyando es porque en realidad le interesa, ese es un tipo de validación que puedes usar a favor y aparte también que te ayuda indirectamente al marketing, porque ya estás dando una publicidad y no estas pagando por ella y pues eso puede ser muy beneficioso cuando tratas de conseguir un financiamiento colectivo.

**Carlos:** Perfecto. ¿Ustedes consideran viable para emprendedores jóvenes exponer sus ideas en estas plataformas?

**Yasser:** Si porque puedes canalizar la publicidad a través de redes sociales, a través de YouTube, a través de Instagram, todo lo que es redes sociales para que los posibles donantes puedan ver tu proyecto si les interesa, como dijo Carolina, te van a apoyar de todas maneras. Es muy fácil ponerlo a disposición al tema del crowdfunding que es su proyecto.

**Carlos:** Claro me parece un punto muy importante que menciono carolina, el hecho de tener un feedback a cerca de lo que opinan los posibles aportantes de tu proyecto, eso podríamos tomarlo como un estudio de mercado incluso, que vemos si nuestro proyecto genera interés en las demás personas. Tu Kiara que me podrías decir acerca de si lo consideras viable para emprendedores jóvenes.

**Kiara:** Si lo considero viable, porque como ya lo menciono Yasser que un público sepa de ti y de tu marca, como se sabe en las redes sociales existen varios planes para que una empresa pague para que vean tu producto, tus publicaciones, entonces es mejor que una empresa en redes sociales las vistas sean orgánicas que pagadas y que marketing sea boca a boca, que la gente hable de tu producto, de tu servicio a otras personas.

**Belén:** Si es beneficioso para los que recién empiezan, porque si bien nosotros los jóvenes no tenemos capital, eso nos permite luchar por llegar a la meta que queremos obtener ese

monto de dinero. Además, como esta página pueden verlo alrededor del mundo, desde la otra parte del planeta de enteran y si ven que es beneficioso te van a apoyar.

**Carolina:** En realidad si, como comente antes es por la manera visual que se da publicidad, y es más que todo para emprendedores jóvenes, porque los jóvenes somos los que estamos más dispuestos a hacer videos, explicativos, premios a los que nos apoyan, en cambio si tu lo ves desde una perspectiva de empresario que quiere conseguir un financiamiento tienen salidas mucho más fáciles como acceder a un préstamo, en cambio el otro es más abocado tanto como para emprendedores jóvenes como para emprendimiento innovadores con bases tecnológicas o sociales.

**Jesús:** De hecho, que si, por que conozco casos de amigos que han emprendido con un negocio con sus ahorros o ayuda de sus padres y no les ha ido bien, y como mencionaste que esta plataforma te ayuda indirectamente con un estudio de mercado, porque las personas que están viendo tu proyecto o idea de negocio, al final deciden si invertir o no y tú puedes ver que tantas personas te apoyan o no y ver si es viable o no lo que ofreces al mercado.

**Carlos:** Perfecto, como les mencione hace un momento existen cuatro tipos de plataformas de crowdfunding, una de ellas es la de donaciones otra es la de recompensas otra de préstamos y otra que se llama Equity que es parecida a una bolsa de valores, de las cuatro solo dos están permitidas en el Perú la que es de donación y de recompensas, no solo en Perú sucede esto, en casi todo Sudamérica se está trabajando en ello pero solo esas dos modalidades de crowdfunding son permitidas ya que involucra una menor aportación al aportante, cuando nosotros hablamos de préstamos o el hecho de emitir acciones y dar participación de una empresa eso involucra a exista un marco normativo. Bueno en el caso del mencionadas por donaciones y por recompensas que son las permitidas cuál de estas dos

es la que más llama su atención, si ustedes tuvieran la iniciativa de utilizar esta plataforma ¿por qué tipo de modalidad se inclinarían, por la de donación o recompensas?

**Yasser:** Bueno, podemos verlo de dos puntos diferentes, yo como aportante o donante si me gustaría de alguna manera que haya una cierta recompensa obviamente no con dinero no con acciones como los otros tipos, pero si de repente con algo que sea relacionado con el producto o inclusive como he visto en otras campañas, un video de agradecimiento con el nombre de las personas es suficiente, pero yo creo que por ese lado incentiva más para los aportantes como para los dueños del proyecto y la idea poder hacer este tipo de financiamiento.

**Carlos:** ¿Te interesa más la modalidad recompensa?

**Yasser:** Si me interesa.

**Kiara:** En estos momentos no podría opinar o no me podría inclinar por uno de los dos, porque tendría que antes saber qué beneficios me da cada uno y de acuerdo con eso poder elegir.

**Carolina:** Creo que el mejor tendría que ser el de recompensas, por ambas partes, por ejemplo a mi como aportante, yo apporto por un proyecto en que creo, entonces me gustaría recibir una recompensa, como dijo Yasser no necesariamente monetaria sino que a través de un agradecimiento y como emprendimiento o empresa creo que siempre es bueno ante el público dar una imagen de agradecimiento, porque al final tu estas obteniendo financiamiento a través de personas que están creyendo en tu proyecto, entonces si tu puedes dar una recompensa a ellos a si sea solamente un agradecimiento creo que lo van a valorar bastante.

**Carlos:** Tu Jesús qué opinas, ¿por cuál de las dos te inclinas?

**Jesús:** En realidad creo que ambas me parecen buenas, por un lado, puedo tener el fin de recibir algo ya sea monetaria o no, y por otro simplemente contribuir a una causa o un producto el que realmente confié o me sienta identificado sin esperar algo a cambio.

**Belén:** El de recompensas me parece que llama más la atención de las personas.

**Carlos:** También considero que el trasfondo que maneja el crowdfunding es la caridad y el apoyo, o sea el hecho de poder aportar buscando una recompensa creo que el trasfondo de eso también es poder ayudar y no tanto por la recompensa en si solo que la recompensa es una motivación e incentivo extra para los aportantes, pero considero que el trasfondo del crowdfunding va más allá y se centra en la caridad de apoyar a una persona que tiene buenas ideas.

**Jesús:** Como dices pienso de que el fondo del crowdfunding es ese, realmente apoyar proyectos que crees viables y no solamente eso, sino que te identifiques y desees eso, simplemente ayudar a que se ejecute.

**Carolina:** También depende bastante del proyecto y el fin que se esta desarrollando, porque si es por un fin social yo creo que la gente lo único que va a pensar es aportar sin ningún interés a cambio, en cambio si es para un artista grabe un disco entonces quieren una recompensa como un poster autografiado o algo similar.

**Carlos:** Perfecto. Bueno para terminar es una última pregunta, como les comenté estamos enfocándonos en los dos tipos de modalidades que existen y estamos analizando su trasfondo que es ayudar, pero existen otras modalidades que no comparten los mismos fines, como el de préstamos y Equity que te genera interese y ahí si hay un fin monetario, pero si hablamos globalmente del crowdfunding aquí en el Perú, ¿Ustedes creen que si existe un marco normativo que lo dicte el estado, para poder regularizar el crowdfunding, creen que tendría mayor difusión y un desarrollo mayor en el Perú?

**Yasser:** Yo creo que sí, pero no creo que se utilicen tanto las otras modalidades, porque si bien es cierto ya hay otros similares que son las incubadoras, los capitales que te aportan grandes empresas o compañías financieras, de las cuales buscan un retorno, para mí el crowdfunding es aportar por voluntad de donar o por cierta recompensa, pero no buscar un beneficio monetario por sí.

**Carlos:** Claro, perfecto. Lo que trataba de enfocar es ustedes creen que el hecho de que exista una normativa en nuestro país ayude también a la difusión de los otros tipos de financiamiento porque eso creo confianza en el aportante, personas que por primera vez escuchan a cerca de este tipo de financiamiento y el hecho de que exista una normativa, a pesar de que las otras si son permitidas, ustedes creen que eso también ayudaría a la difusión de los otros que no necesitan permiso.

**Carolina:** En realidad si, por que debido a que esas plataformas vienen de una realidad diferente del extranjero, y el peruano a veces tiene una mente un poco cerrada tiene un miedo por cosas que no entiende por qué no es una realidad en la que vivimos aquí, entonces si sale una normativa que apoye esto y que pueda tener como una especie de respaldo pienso de que las personas que no están tan acostumbradas a estos se pueden sentir mas seguras y pueden sentir la libertad de poder apoyar los proyectos que deseen. Además de que es una especie de difusión.

**Kiara:** A parte hoy en día el emprendimiento está creciendo más por parte de los jóvenes, cada vez y cada año hay más emprendimientos, más concursos e incubadoras que hacen que el negocio siga creciendo y que siga formando más y más.

**Jesús:** Si de hecho que al haber una normativa regulada por el estado como mencionaron, se está difundiendo esta modalidad de recolección de capital y creo que es lo que mas se

necesita, porque particularmente yo desconocía del tema por eso creo que es una forma de dar a conocer al peruano que es un poco reacio a cosas nuevas y desconfiado.

**Carlos:** Tu Belén para terminar qué opinas.

**Belén:** Puede ser, depende de la cultura que nosotros tenemos es más cerrada entonces hay el temor de que sean engañados y eso también tendría que ver como lo difunden.

**Carolina:** Claro, también va a depender bastante a quienes este enfocado el marco normativo, por que como menciona Belén es un poco cerrado la mentalidad del peruano, pero pienso que en los jóvenes es donde el emprendimiento está creciendo bastante y son los que ya tenemos una mentalidad un poco abierta a más posibilidades tanto como de financiamiento como de validaciones de emprendimientos, porque en si el Perú es el cuarto país mas emprendedor de Latinoamérica y se concentra más en los jóvenes, entonces como están haciendo más proyectos semillas e incubadoras esto sería un gran respaldo para el crowdfunding.

**Carlos:** Perfecto, bueno chicos de parte de mi compañero y mía le doy las gracias por haber asistido a este focus group, nos va a servir demasiado todas sus opiniones, también nos han hecho ver unos puntos que no habíamos considerado como el hecho de que se realiza un estudio de mercado gratuito que está implícito en este tipo de financiamiento. Así que le doy muchas gracias a todos ustedes y hasta otra oportunidad.

Se sirvió un Coffe break en agradecimiento por la participación.

## Anexo 6: Evidencias





---

**Carlos Zagastizabal valenzuela**

8/05/18



Para: jr.salinas@up.edu.pe

[Detalles](#)

---

Estimado Sr. Salinas:

Es grato para mí dirigirme hacia usted, soy estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Privada del Norte. Actualmente me encuentro en X ciclo y estoy realizando mi tesis acerca del crowdfunding. Tengo conocimiento que en el Perú no hay persona que conozca más acerca de este método de financiamiento que usted. Me encantaría hacerle una entrevista, ya que sería de gran ayuda para ampliar mis conocimientos y sería considerada parte de mis instrumentos para poder concluir mi investigación.

Sería un honor que considere mi solicitud,

Estaré pendiente a su respuesta.

Saludos.

Carlos Zagastizábal Valenzuela.

---

Carlos Zagastizábal Valenzuela.

[Ver más](#)



Siri encontró información nueva del conta...



Javier Rodolfo Salinas Malaspina [agregar...](#)

---

← **Javier Rodolfo Salinas Malaspina** miércoles

Para: Carlos Zagastizabal valenzuela [Detalles](#)



---

Coordinemos un skype o llamada gracias

**Javier Salinas Malaspina**

Director

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN -  
EMPRENDE UP



FORMAMOS LÍDERES RESPONSABLES PARA EL MUNDO

[up.edu.pe](http://up.edu.pe) | [emprendeup.pe](http://emprendeup.pe)

Jirón Sanchez Cerro 2050 Jesús María, Lima

T. 511-219-0100 Ext. 2638

Cel +51 985 730 098

[jr.salinasm@up.edu.pe](mailto:jr.salinasm@up.edu.pe)

Skype [salinasmalaspina](#)