



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

***CROWDFUNDING: UNA HERRAMIENTA DE FINANCIAMIENTO
PARA PSICÓLOGOS EMPRENDEDORES***

TESINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

LORENA ROMERO RAMÍREZ

DIRECTOR:

RICARDO ALBERTO LOZADA VÁZQUEZ



CIUDAD DE MÉXICO
MARZO 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Agradezco a las personas que me dieron la vida y que sin ellos no estaría donde estoy, porque no sólo han sido mis padres, han sido mi mayor ejemplo, mis mentores y mis mejores amigos. Por ustedes: Estela y Vicente. Los amo

Agradezco a mis hermanas Corina y Fátima por ser parte de mi trayectoria académica, pero sobre todo por acompañarme en cada momento de vida.

A esas personas que me motivaron a seguir adelante en cada uno de mis proyectos, mis amigos más queridos Yousseff y Leticia.

A mi director Ricardo Lozada y también Adriana González por sus valiosas enseñanzas y cada una de sus experiencias compartidas conmigo.

A Israel Rodríguez por todo su apoyo y atención.

Con toda mi consideración

ÍNDICE

Resumen.....	3
Capítulo 1-Herramienta de financiamiento masivo.....	6
1.1 Antecedentes e historia del financiamiento masivo y crowdfunding.....	6
1.2 Definición de crowdfunding.....	9
1.3 Tipos de crowdfunding.....	10
1.4 Aplicación de herramientas de crowdfunding.....	13
1.5 Casos de éxito de herramientas de crowdfunding en el mundo.....	14
1.6 Ventajas y desventajas de las herramientas de crowdfunding.....	16
Capítulo 2- Emprendimiento.....	19
2.1 Definición de emprendimiento.....	19
2.2 Definición y características del emprendedor.....	20
2.3 Importancia del emprendimiento en la vida cotidiana.....	22
2.4 Riesgos del emprendimiento.....	24
2.5 Emprendimiento en América Latina.....	26
2.6 Emprendimiento en México.....	28
2.7 Medidas para fortalecer el emprendimiento en México.....	32
Propuesta de herramienta de financiamiento masivo.....	36
3.1 Justificación y planteamiento del problema.....	36
3.2 Objetivos generales y específicos.....	36
3.3 Población.....	37
3.4 Materiales y equipo.....	37
3.5 Estructura de la herramienta de crowdfunding.....	38
3.6 Posibles riesgos a considerar para la herramienta.....	54
DISCUSIÓN.....	55
LIMITACIONES Y SUGERENCIAS.....	56
Al llevar a cabo la propuesta plasmada, es necesario considerar las siguientes limitaciones y sugerencias para asegurar el éxito de la plataforma:.....	56
REFERENCIAS.....	58

RESUMEN

La aparición del internet ha ido rompiendo barreras físicas desde su aparición, promoviendo la comunicación entre personas y entidades públicas y privadas a nivel mundial, lo que genera mayor facilidad para compartir contenidos relacionados con el financiamiento de proyectos.

Por lo anterior, surgen herramientas digitales llamadas de financiamiento masivo, que han servido de apoyo económico y financiero a diferentes entornos, tales como emprendimiento, innovación, educación, arte, diseño.

Las herramientas anteriormente mencionadas, surgieron a partir de la necesidad de fondeo o financiamiento de proyectos con la ayuda de otras personas dado que los dueños de las ideas quienes necesitaban llevar a cabo un nuevo trabajo no tenían los suficientes recursos económicos para implementarlos.

A partir del éxito de las herramientas digitales llamadas herramientas de *crowdfunding* (plataformas alojadas en internet que tienen el objetivo de recaudar dinero de un grupo de personas alrededor del mundo para financiar proyectos de cualquier índole) y con ellas, el entorno emprendedor se ha visto beneficiado, así como los emprendedores y las personas involucradas en la implementación de soluciones como emprendimientos de negocios, viajes, elaboración de cursos y sinfín de proyectos tanto profesionales como personales.

Aunque ésta moda por financiar proyectos a través de soluciones digitales fue una tendencia muy marcada en Europa a partir de 2008, se ha ido transmitiendo alrededor del mundo gracias al éxito y buena comunicación, llegando a México en el año 2012 convirtiéndose ahora en una palanca de ayuda monetaria para jóvenes emprendedores de todo tipo.

Es por esto que el presente trabajo pretende ayudar a los estudiantes de psicología a potencializar sus proyectos profesionales que muchas veces son coartados por la falta de apoyo económico.

Aunque no existen datos certeros del número de alumnos de psicología que no implementan sus proyectos por falta de inversión, se sabe que un apoyo financiero despegaría el número de consultorías, clínicas y demás proyectos de la salud mental para beneficio tanto del

crecimiento económico y profesional de los alumnos, así como el beneficio a la sociedad al tener acceso a más servicios psicológicos.

En el presente trabajo se explican los conceptos de herramientas de crowdfunding y emprendimiento, además de cómo estos se relacionan para llegar a objetivos en común y finalmente se propone la elaboración de una herramienta de financiamiento masivo como propuesta de valor para los alumnos de psicología.

Además de explicar de qué forma se puede llevar a cabo una herramienta para beneficio de los alumnos de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México y las recomendaciones y limitaciones para ser consideradas en caso de llevarla a cabo.

Capítulo 1-Herramienta de financiamiento masivo

1.1 Antecedentes e historia del financiamiento masivo y crowdfunding

Al ser un concepto relativamente nuevo no hay muchas referencias sobre el término *crowdfunding*, sin embargo Gutiérrez-Rubí y Freire (2013) afirman que la primera referencia al poder de la *crowd* se remonta a 1906, cuando Francis Galton -explorador y científico inglés- relataba cómo en una feria de ganado un grupo o multitud de amateurs eran capaces de realizar una estimación del peso del ganado mejor que un experto, como recoge el Manifiesto Crowd. Aunque, en realidad, una primera mención a este fenómeno se podría remontar ya a las palabras del filósofo griego Demócrito (c. 460-370 a.C.), cuando hacía referencia a la necesidad de la naturaleza humana de buscar a otras personas con intereses comunes para avanzar (Mata, 2014).

Méndez en 2013, habla de los inicios del Crowdfunding y menciona que aparecen por primera vez en los proyectos de *Open Source*, una empresa en la cual los trabajadores realizaban sus operaciones sin recibir nada a cambio. Debido al éxito de sus creaciones y al trabajo, empezaron a pedir donaciones y todo el proceso fue mejor de lo que se esperaba, esto a lo largo del año 2000 (Méndez, 2013 p. 99)

Adicional, Méndez afirma que a partir del año 2009, se consideró como una potencia al *Crowdfunding* en Estados Unidos, pues logra una divulgación y expansión hacia países de Europa y América Latina y posteriormente, en Estados Unidos el 5 abril del 2012, se propone la aprobación de la ley conocida como JOBS (por sus siglas *Jumpstart Our Business Sector*) encaminada a facilitar mucho más la constitución de las nuevas empresas y sobre todo mecanismos de financiación del nacimiento y crecimiento empresarial. En el marco de dicha ley, se encomendaba a la *Securities and Exchange Commission* el desarrollo normativo del *Crowdfunding*, incluir para finales de ese año, y no se ha concretado aún. Ese vacío legal, mucho más intenso en el caso Europeo, donde ni siquiera existe un equivalente al de JOBS de Estado Unidos, no ha impedido que el Crowdfunding haya generado importantes volúmenes de actividad (Méndez, 2013 p. 99).

Desde el punto de vista económico, el desarrollo de la crisis económica, financiera y bancaria ha conllevado al progreso de nuevos proyectos empresariales junto con una potenciación de

la sociedad de información y el entorno 2.0. En este marco tiene cabida el tan mencionado crowdfunding o financiación alternativa, en aras de continuar con la potenciación y el desarrollo referido. No obstante, han existido figuras intermedias entre el tradicional préstamo o crédito bancario y la financiación virtual (Albiñarra, 2015).

En abril de 2012, el Presidente de Estados Unidos de Norteamérica, Barack Obama firmaría el Acta de Jumpstart Our Business Startups, también conocida como “la ley de crowdfunding” o JOBS Act, esta ley permitiría a las startups recurrir al crowdfunding para financiarse, ya que la autofinanciación es cada vez más complicada al haberse cerrado el grifo de los créditos y haber bajado el valor de las viviendas.

Obama veía una salida a la crisis gracias al crowdfunding. La ley está aprobada pero pendiente de aplicarse, es decir, aun no se ha logrado concretar e implementar completamente. En 2012 nace Fundable, una plataforma para ayudar a los empresarios a financiar y hacer crecer su negocio a través de recompensas y crowdfunding. Fundable fue fundada por los empresarios serial Wil Schroter y Eric Corl.

En 2013 la industria experimentó un crecimiento explosivo en los últimos años. La firma de análisis Massolution informó que en su último informe de mayo de este año, que el sector del crowdfunding había crecido un 81% más con respecto a 2012, con una predicción de más de 5 billones de dólares de volumen de negocio en todo el mundo para este 2013, con inversionistas tan prominentes como como Google, Donald Trump, Reid Hoffman o Mike Maples (Freedman, 2015).

Precisamente por el éxito tan patente del sector, en 2013 tiene lugar el *CrowdFunding World Summit 2013*, la cual desarrolla del 3 al 16 de diciembre en internet. La asistencia es libre y bastó con registrarse para recibir cada día acceso hacia las charlas de los ponentes del día en curso. Las conferencias virtuales estarán protagonizadas por más de 65 expertos en la materia. (Freedman, 2015)

Finalmente, cabe mencionar que el crowdfunding se está explorando cada vez más, no solo en países europeos, sino en todo el mundo y por tal razón, se presenta en este trabajo como

una propuesta de la cual se podrá explorar y aprender para tener cada vez más contexto sobre el tema.

1.2 Definición de crowdfunding

Rivera (2012) afirma que la palabra crowdfunding está dividida en dos: “Funding” con un significado de “financiación” y “Crowd” referido a “masas o colectivo”, y es así como se obtiene “Financiamiento colectivo”, ambas palabras de origen inglés (Méndez, 2013).

Aunque algunos autores definen el término de crowdfunding desde el punto de vista financiero, se presentarán definiciones desde diferentes enfoques para tener claridad del concepto de manera más integral.

Kappel (2010) menciona que el crowdfunding encuentra su raíz en el concepto más amplio de crowdsourcing, utiliza el término “multitud” para obtener las ideas, comentarios y soluciones con el fin de desarrollar actividades empresariales. En el caso de crowdfunding, el objetivo es recaudar dinero para la inversión; esto se hace generalmente mediante el uso de las redes sociales, en particular a través de Internet (Twitter, Facebook, LinkedIn y diferentes otros blogs especializados). La multitud-financiadores a veces puede también participar en las decisiones estratégicas o incluso tener derecho a voto (Belleflamme, 2010)

Por otro lado, Sánchez (2015) define el crowdfunding como un método para financiar proyectos, generalmente de talla pequeña o mediana, a través de Internet, donde los contribuyentes reciben una recompensa por su aportación. Afirma que el origen se halla en los proyectos llamados “open source”, con la aparición de organizaciones dónde los contribuyentes realizaban tareas sin recibir ninguna contraprestación dineraria.

Rodríguez (2013) define crowdfunding, frecuentemente traducido como “financiación en masa o colectiva”, describe un amplio y variado fenómeno consistente en la creación de un entorno (electrónico) para la agrupación de un colectivo, la aportación de ideas, recursos y fondos y la interacción en red dirigidas a apoyar conjuntamente proyectos, esfuerzos e iniciativas de individuos, organizaciones o empresas.

Sánchez (2015) resume el concepto de crowdfunding en una forma de financiación donde se necesita la realización de multitud de pequeños pagos llevados a cabo por un gran número de

personas con el objetivo de apoyar económicamente a proyectos que requieren fondos para poder llegar a convertir una idea en un producto o servicio real.

Finalmente Gutiérrez (2010 p.13) cita lo siguiente sobre el concepto: “*el crowdfunding es un método que se basa en compartir la financiación de un proyecto entre todas las personas que deseen apoyarlo. Es decir, en dejar en manos de un colectivo las labores que habitualmente realiza una persona o una entidad. Crowdfunding es un llamamiento abierto para ayudar a recaudar fondos para poner en marcha un proyecto, artículo, película, iniciativa, etc...*”

Para efectos de este trabajo, y apegándose a las definiciones más recientes, se considera el crowdfunding como un método de financiación masiva, el cual se fortalece con la comunicación en diferentes redes sociales en internet, para la implementación de diversos proyectos, ya sean de emprendimiento social, artísticos, educativos, y cualesquiera que se deseen publicar.

1.3 Tipos de crowdfunding

Aunque el presente trabajo presenta una herramienta de crowdfunding, a continuación se mencionarán los 5 tipos de crowdfunding que existen y las características principales o una explicación para diferenciar los distintos tipos con el fin de tener un mayor panorama acerca del tema.

Crowdfunding de recompensa (*Reward based crowdfunding*)

Es el crowdfunding ofrece una recompensa como contra-prestación a las aportaciones recibidas. A la persona financiadora se la suele denominar mecenas (funder o backer en inglés).

Es el tipo de crowdfunding el cual lidera el mercado en volumen de recaudación y las recompensas son productos o servicios (artísticos, culturales, o de empresas). También suelen ofrecerse experiencias para provocar a los mecenas a colaborar formando parte del proyecto financiado (Kamoon, 2013).

Por otro lado, los aportadores de fondos sí que reciben algún tipo de contraprestación por sus fondos ya sea un producto o servicio. Con el crowdfunding de recompensa, tanto promotores del proyecto como inversores salen beneficiados: permite a los promotores realizar un pre-test de su nuevo producto o servicio, que se encuentra en la etapa de introducción; y por otro lado, los aportadores de fondos pueden obtener dichos productos o servicios a un menor precio (López, 2017)

Algunas de las plataformas de crowdfunding de recompensa son:

Crowdfunding de inversión (*Equity based crowdfunding*)

En este tipo de crowdfunding, los aportadores de fondos del proyecto obtienen una participación en el capital social de la empresa que lo lleva a cabo. Una vez el proyecto ha obtenido la financiación necesaria y se pone en marcha, los inversores obtienen la rentabilidad. Es por ello que con el crowdfunding de inversión resulta crucial que la empresa que desarrolla el proyecto sea una sociedad capaz de repartir participaciones o beneficios a los participantes del crowdfunding. Las plataformas que actualmente existen en España relativas al crowdfunding de inversión las clasificamos según si tienen autorización o no por parte de la CNMV (López, 2017).

Es el crowdfunding que ofrece una acción de una empresa, una participación de la misma, o compromisos sobre beneficios de la misma, como contra-prestación a las aportaciones recibidas. A la persona financiadora se la suele denominar inversor o micro inversor (Kamoon, 2013).

Los micro - inversores en este tipo de crowdfunding forman parte de la sociedad financiada de diversas formas. Por ejemplo hay plataformas que mancomunan a todos los inversores en una sociedad y a la vez participan en la empresa financiada (Kamoon, 2013).

Crowdfunding de préstamo (*Lending based crowdfunding*)

Es el crowdfunding en el que se ofrece un tipo de interés sobre el dinero recibido como contra-prestación a las aportaciones recibidas. El tipo de interés es comúnmente conocido como el

“precio del dinero” y en este tipo de crowdfunding el receptor de la financiación debe devolver el dinero recibido más un tipo de interés determinado.

En algunas plataformas cada prestamista (quien financia un proyecto en este tipo de crowdfunding) puede fijar el tipo de interés al que presta el dinero (Kamoon, 2013).

El crowdfunding de préstamo, también conocido como crowdlending, consiste en un sistema de financiación por medio del cual los aportadores de fondos reciben una contraprestación en forma de intereses con una rentabilidad atractiva más el retorno de la inversión inicial.

Los prestatarios, empresas o particulares solicitantes de crédito, obtienen una rentabilidad más atractiva por lo que este tipo de crowdfunding resulta siendo atractivo para ambas partes.

Por estos factores, el crowdlending está ganando popularidad frente a otros métodos de financiación más tradicionales y presenta un gran crecimiento a nivel mundial. Conoce más sobre este tipo de crowdfunding en nuestra guía de iniciación al crowdlending así como de algunas plataformas de crowdlending más relevantes en España (López, 2017).

Crowdfunding de donación (*Donation based crowdfunding*)

Es el crowdfunding en el que no hay contra-prestación para las personas financiadoras del proyecto. Los donantes de fondos lo hacen por el mero hecho de ver el proyecto financiado pues suelen ser proyectos solidarios o humanitarios (Kamoon, 2013).

Algunas de las herramientas de crowdfunding de donación más conocidas en Europa son better now, einicia, kukumiku, mi grano de arena, microdonaciones, save the children, teaming y kiva.

Crowdfactoring

Este tipo de crowdfunding es conocido también como *invoice trading* y sirve a las empresas como forma alternativa de descontar pagarés.

La contraprestación que reciben los inversores se trata de la devolución del capital aportado más los intereses, que irán en función de lo pactado con la empresa. A través del crowdfunding, las empresas emisoras disponen de una fuente de financiación para los créditos comerciales pendientes a cobrar.

Este tipo de crowdfunding resulta muy interesante para pymes. Sin embargo, existen diferentes factores que hay que tener en cuenta antes de entrar en un proyecto de crowdfunding y que explicamos en nuestro artículo. Conoce también algunas de las plataformas de crowdfunding que existen en nuestro país y que comienzan a ganar relevancia entre las pymes (López, 2017).

1.4 Aplicación de herramienta de financiamiento masivo

Actualmente existen muchas herramientas de crowdfunding, en el mundo y en México. Unas de las herramientas más conocidas a nivel mundial son Indiegogo fundada en 2008, Kick Starter desde 2009, y Gofundme creada en 2010 quienes se han encargado de recaudar fondos para millones de proyectos de todo tipo.

Sin embargo se considera Kickstarter como la plataforma con mayor éxito en el mundo pues en tan solo 8 años ha logrado recaudar más de \$3´096´912,431 dólares

En México, la primera herramienta de este tipo es Fondeadora la cual actualmente tiene alianzas con diversas instancias públicas y privadas para presentar proyectos de más de 5 ramas, entre ellas: arte y cultura, industrias creativas, tecnología y emprendimiento e iniciativas sociales.

Debido al gran éxito de Fondeadora, fue adquirida por Kick Starter en 2016 cediendo así todas las operaciones a la herramienta de mayor éxito en el mundo y quedando solo la sección de financiamiento para causas sociales llamada Donadora.

A continuación se describen algunos de los casos con mayor éxito en redes sociales para ejemplificar el tipo de proyectos dedicados a financiar este tipo de plataformas digitales.

1.5 Casos de éxito de herramientas de crowdfunding en el mundo

Un caso de éxito se denomina así porque ha rebasado la cantidad de dinero solicitada ya sea en el tiempo establecido por la persona o incluso antes de tiempo. Además de considerar otros factores como la tecnología, la innovación y el beneficio a la sociedad que está implícito en los proyectos publicados.

Pono Music (+6 millones de dólares)

Actualmente el récord de financiación mundial a través de crowdfunding de inversión lo ostenta la campaña de Pono Music, realizada a través de la plataforma californiana Crowdfunder.

Este dispositivo reproductor de música digital en alta calidad es famoso por haber combinado 2 de los 5 tipos de crowdfunding.

Este proyecto apadrinado por Neil Young hizo primero una campaña de crowdfunding de recompensa en Kickstarter, y luego su ronda de crowdfunding de inversión en Crowdfunder (Valenti, 2015).

Crowdcube (5 millones de libras)

La propia plataforma inglesa Crowdcube se ha financiado ya con, hasta el momento, tres rondas de financiación colectiva en su propia web. El resumen de capturas de imágenes de las campañas la ronda mayor ha sido de 5 millones de libras, que ha sido la última.

Pero hay dos rondas más, una de un millón y medio y una tercera de más de 319.000 libras. En total la plataforma ha recaudado cerca de 7 millones de libras a través de crowdfunding de inversión.

El equipo de Crowdcube España ha recaudado el que es hasta el momento la segunda campaña con mayor recaudación en España, HEMAV, la empresa de drones que recaudó 450.000 euros a través de la plataforma (Valenti, 2015).

El español (+3,5 millones de euros)

El nuevo medio de comunicación de Pedro J. Ramírez se acaba de colar en este TOP 5 con su reciente éxito de financiación colectiva a través de emisión de acciones. El anterior récord en el mundo del periodismo lo ostentaba De Correspondent, un diario holandés que recaudó la suma de 1,7 millones de dólares gracias a la preventa de suscripciones (por tanto es un caso de crowdfunding de recompensa, no de inversión).

La campaña afirmaba la disposición de suficientes recursos para poner en marcha el medio sin la ronda de crowdfunding. La argumentación para justificar la ronda de inversión ha sido, y citó textualmente a Pedro J. Ramírez, la siguiente: «cuantos más seamos más fácil será resistir las presiones de cualquier poder (Valenti, 2015).

Sustainable power (+1,8 millones de libras)

Un generador de electricidad capaz de nutrir de energía sostenible a un hogar. Un invento con una salida de mercado muy interesante, además, se ha ideado cuando la UE piensa regular la eficiencia energética de los estados miembros de la unión.

De esta campaña sorprende la inversión promedio de 22.955 euros, lo cual hace suponer que los 80 inversores participantes en la ronda eran inversores profesionales (Valenti, 2015).

1Rebel (+1,5 millones de libras)

Especial mención a otro mensaje del vídeo que, aparte de explicar en detalle el retorno de la inversión (ROI) previsto para los inversores, les animaba a formar parte de la ronda para crear un proyecto único de forma colaborativa. Un proyecto innovador que pretende cambiar las reglas del juego en los gimnasios dejando de lado las cuotas mensuales fijas con un modelo de «pago por uso.

Algunas de las razones por las que los casos mencionados anteriormente tienen éxito en las herramientas de crowdfunding son:

- Para Pono Music el factor de éxito fue la credibilidad generada por su primera campaña de recompensa en Kickstarter.
- Para Crowdcube el factor clave de éxito ha sido el saber adaptar el objetivo de recaudación en cada una de sus 3 campañas, adaptándolo al tamaño de su comunidad.
- Para el español un factor importante de su éxito se debe a la figura de Pedro J. Ramírez y la capacidad de comunicación que tenía la campaña tan sólo por ese hecho.
- Para Sustainable Power desde luego que la regla de la descripción visual ha jugado un papel importante, ya que explicar su tecnología no era tarea fácil y a juzgar por los resultados lo hicieron muy bien.

En el caso de 1Rebel está claro que me que con el vídeo como factor clave de su éxito, es un vídeo tan bueno que sólo con visualizarlo te haces una idea muy clara de la oportunidad de inversión (Valenti, 2015).

Aun con los factores de éxito presentes en los proyectos, existen algunas desventajas a considerar para tener mayor contexto sobre el entorno y a continuación se mencionan las ventajas y desventajas de este tipo de proyectos tanto para el financiador, como para el financiado, al ser estas dos personas las más involucradas en este tipo de soluciones (Valenti, 2015).

1.6 Ventajas y desventajas de las herramientas de crowdfunding

La plataforma tiene como principal ventaja el conectar a los financiadores con los financiados, y no corre un gran riesgo, se enfoca en mencionar las ventajas y desventajas de los principales involucrados para el funcionamiento del crowdfunding: el financiado y el financiador.

Ventajas del Crowdfunding

Para el financiado:

- Permite obtener dinero para financiación de manera fácil y rápida.
- En muchos proyectos no es necesario devolver el dinero sino dar algo a cambio.
- Se evitan compromisos de pagos con bancos.
- No importan el número de proyectos o las cualidades de éstos (Peña, 2014).

Para el financiador:

- Permite financiar proyectos sociales en pequeñas cantidades que permitan el desarrollo de la comunidad.
- Permite obtener productos novedosos o participaciones en futuras empresas.
- El ser reconocido como un fondeador a futuro.
- Invertir desde cantidades muy pequeñas (Peña, 2014).

Desventajas del Crowdfunding

Para el financiado:

- La plataforma suele cobrar una comisión por el monto recibido.
- Las aportaciones se reciben principalmente por PayPal que también cobra una comisión.
- Si no se cumple con las aportaciones totales para financiar el proyecto en el tiempo establecido, el dinero suele regresarse a los fondeadores.
- Se necesita exponer el proyecto de una manera creativa que llame la atención.
- Se necesita ofrecer algún incentivo.
- Divulgación del proyecto en fase temprana que puede copiarse por otras empresas con recursos inmediatos para realizarse (Peña, 2014).

Para el financiador:

- En esta plataforma suelen realizarse fraudes por lo que hay que analizar el proyecto y las pruebas que se ofrezcan.
- Los fondeados suelen no cumplir con su parte del trato.

- Hay que invertir más si queremos mejores incentivos.
- Es una gran alternativa el ser parte del desarrollo de nuestro país, nuestro continente o nuestro planeta, se suelen recibir grandes premios incluso de mayor valor a lo que se está fondeando. Las plataformas de crowdfunding son diversas las hay locales, nacionales y hasta internacionales, el interesado en realizar inversiones deberá establecer cuáles son las que le convienen de acuerdo a su perfil (Peña, 2014).

Además de explicar el concepto de crowdfunding y los casos de éxito presentados en las mismas, debemos aclarar el concepto de emprendimiento, un factor clave para la elaboración de cualquier proyecto y cómo es que este se relaciona con las herramientas para entender mejor la propuesta del presente trabajo.

Capítulo 2- Emprendimiento

2.1 Definición de emprendimiento

El emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, ya que en su historia ha luchado por superarse, por encima de mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está que el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres.

Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, en las últimas décadas éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos de las distintas sociedades.

Es tan popular y necesario el emprendimiento que ya se habla en medios sociales de la cultura del emprendimiento como una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Pero, en realidad, ¿qué es emprendimiento? La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. En resumen, es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros (Gerencie, 2010).

En un libro de administración, éste da la definición de empresa así:

“Es la actividad donde involucra la planeación, organización, dirección y control de recursos de mano de obra, de producción, finanzas, ventas etcétera, enfocando los esfuerzos, en la mayoría de los casos, a la obtención de lucro” (Gerencie, 2010).

Ahora, si se busca la definición de sistemas, nos daría algo parecido a lo siguiente:

“es un ente formado de elementos que integran un todo organizado y que, puestos en secuencia lógica de actividades, encaminan sus actos a un objetivo común” (Gerencie, 2010).

El punto consiste en saber cuáles son las partes del todo y cómo se puede integrar para llegar a un objetivo común.

Por otra parte, si se pregunta esta misma definición a un emprendedor, nos contestaría lo siguiente: “Es el lugar en donde el emprendedor tiene la oportunidad de poner a prueba su talento empresarial” (Gerencie, 2010).

2.2 Definición y características del emprendedor

Aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa (Emprende Pyme, 2016).

Está irremediamente atado a la idea de innovación y riesgo por parte de alguien que cree en sus ideas y capaz de llevarlas a cabo, de encontrar la manera de materializar sus sueños. Para ello se encuentran las siguientes características:

Pasión.- Los emprendedores se entregan a su actividad con cuerpo y alma para lograr las metas y objetivos trazados. La pasión es un componente esencial que orienta otras conductas, y hace sobrevivir al sacrificio que requiere la empresa.

Visión.- Para alcanzar el éxito cada emprendedor necesita un plan y la visualización de los objetivos finales. El trabajo comienza definiendo los pasos estratégicos que lo llevará a

alcanzar los resultados. Además a partir del establecimiento de las metas, se gana una perspectiva más clara de cuáles son las prioridades inmediatas y necesidades en el presente.

Capacidad de aprendizaje.- Los emprendedores exitosos reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades.

Buscar lograr resultados.- Los emprendedores son personas prácticas que creen que pueden controlar su propio destino y que toman decisiones llevadas a la acción para lograr objetivos en un plazo determinado.

Determinación y coraje.- Los emprendedores tienen que aceptar los problemas y tomar oportunas y firmes decisiones para solucionarlos con eficacia. El emprendedor debe anticiparse a las dificultades, y estar en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo.

Creatividad e innovación.- La creatividad es el proceso por medio del cual las ideas son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado. No es necesario inventar lo que ya está inventado, pero si es necesario identificar nuevas posibilidades de hacer las cosas y garantizar diferenciación.

Persistencia.- Toda iniciativa debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente. Hay que dar un paso a la vez y buscar perfeccionarlo de manera creativa y organizada si es que no ha dado los resultados esperados a la primera.

Sentido de oportunidad.- El emprendedor identifican necesidades, problemas y tendencias de las personas que viven a su alrededor y trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso.

Trabajo en equipo.- El liderazgo del emprendedor busca unificar ideas y lograr consensos ante los problemas presentes haciendo que el grupo humano involucrado en el emprendimiento funcione en armonía.

Autoestima.- El emprendedor es optimista y seguro. De tener confianza en uno mismo y en las propias habilidades y capacidades surge el poder mágico de ser positivo y atraer el éxito.

Asertividad.- No dar rodeos e ir directo al grano para manifestar lo que se piensa, siente y quiere sin lastimar a los demás es una característica básica para poder alcanzar los objetivos trazados.

Organización.- Establecer un cronograma de actividades que se programa con la capacidad de recibir ajustes permanentes (Emprende Pyme, 2016).

Hemos descrito a un emprendedor, pero es importante señalar la importancia de este tipo de personas en los entornos emprendedores y las razones por las cuales es importante su presencia en el día a día, ya sea en México o instancias gubernamentales o privadas de cualquier sector.

2.3 Importancia del emprendimiento en la vida cotidiana

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado en comparación con la economía, por lo cual, resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, pues les permite emprender proyectos productivos, y así pueden generar sus propios recursos, y les permite mejorar su calidad de vida (Gerencie, 2010).

Endeavor afirma que México necesita crear, aproximadamente, 8.8 millones de nuevos empleos antes del año 2020, tanto para dar trabajo a quienes se encuentran desempleados como para dar cabida a las 7.9 millones de personas que buscarán incorporarse a la fuerza laboral en los próximos años (Endeavor, 2014).

La región y todo el mundo vive la misma situación apremiante. América Latina necesitará crear 50 millones de fuentes laborales. A nivel global, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se requerirán 500 millones hasta el año 2020.

El mayor peso de este reto lo tienen las economías en desarrollo. De hecho, más de 90% de los nuevos empleos necesarios para los próximos ocho años se deben crear fuera de Estados Unidos y Europa.

Tradicionalmente, las grandes empresas, definidas por la OCDE como aquellas que tienen 250 empleados o más, han sido las que mayoritariamente ocuparon a la población económicamente activa, durante los últimos años.

En naciones como Estados Unidos, Alemania e Inglaterra, tienen alrededor de 100 grandes empresas por cada millón de habitantes, éstas aportan un gran número de empleos. Pero en aquellos países de ingreso medio, como Brasil y Turquía, hay sólo alrededor de 50 de estas compañías por cada millón de habitantes; y en otros países en desarrollo, la cifra es menor.

En el caso de México, según cifras oficiales, son las PyMES las que generan 81% de las fuentes de trabajo. Pero si cada una emplea, aproximadamente, entre 20 y 30 personas, se necesitarían cientos de miles de ellas para satisfacer la demanda laboral actual y futura; sobre todo, porque un gran porcentaje cierra antes de dos años (Endeavor, 2014).

Si en México contamos con pocas empresas grandes para satisfacer la demanda laboral y las PyMES enfrentan múltiples retos, ¿qué alternativas tiene el país para generar los empleos que se necesitarán en el futuro? La respuesta está en los emprendedores de alto impacto, quienes hacen crecer sus empresas de manera rentable y sostenida en el tiempo. Prueba de ello es que este tipo de negocios pueden llegar a crear alrededor de 200 empleos por empresa.

Apoyar a estos emprendedores es entonces uno de los más importantes mecanismos para aportar a la creación de empleo. Ellos son quienes contribuirán a crear el número de empresas grandes que un país requiere para solucionar el reto de emplear a quienes están sin trabajo y a los jóvenes que egresan de las instituciones educativas cada año (el grupo más afectado por la falta de oportunidades laborales).

Claro, desarrollar un negocio de alto crecimiento implica muchos retos, pero también representa áreas de oportunidad. Justo en éstas últimas es donde Endeavor pone su atención y trabajo soportado por un modelo de trabajo probado para impulsar a emprendedores que buscan crecer sus negocios y llevarlos al siguiente nivel.

Comparando a los emprendedores de alto impacto con compañías similares (del mismo país, de la misma industria y con el mismo número de fuentes de trabajo, pero no han tenido un desarrollo acelerado), la Encuesta de Empresas del Banco Mundial muestra que estos emprendedores generan empleos 5.4 veces más rápido en comparación con los otros negocios y hacen crecer sus ganancias 2.4 veces más rápido.

Esto se traduce en más personas con empleos estables, y frecuentemente con trabajos mejor pagados sobre el promedio, donde además se les ofrece un desarrollo personal, los beneficia a ellos, a su familia y a su entorno. A la par también se genera riqueza traducida en la posibilidad de re-invertir recursos para generar un círculo virtuoso en el cual, el crecimiento económico y creación de empleo se combinan.

Prueba de esto es que, en 2012, los emprendedores Endeavor generaron 5,350 empleos, ventas por 12 mil millones de pesos e incrementaron la productividad de sus empresas en 81% en el período 2010-2012 (Endeavor, 2014).

2.4 Riesgos del emprendimiento

Desde la década de 1990 las empresas de capital latinoamericano, muchas de ellas familiares, han experimentado un creciente proceso de internacionalización, ya sea dentro de las fronteras regionales o por fuera del continente. Este fenómeno ha llamado la atención de investigadores que intentan explicar los factores que han posibilitado dicha expansión.

En este tema particular, denominado “multilatinas”, la adopción de una perspectiva histórica y la relación de teorías provenientes del campo de la estrategia, el emprendimiento y la administración pueden ser útiles para comprender y explicar dicho proceso.

Uno de los principales estudiosos del tema, Álvaro Cuervo-Cazurra (2007) afirma que aunque las compañías multinacionales de países emergentes no son algo nuevo, su estudio si es de reciente interés en la literatura especializada de negocios internacionales.

Esta aparición obedece a un hecho cierto, y es que hasta hace unos años, la compra de empresas en el exterior era casi exclusivamente potestad de las multinacionales de países desarrollados, pero en la actualidad muchas firmas de economías emergentes se han consolidado como multinacionales líderes de sus sectores, comprando compañías en mercados altamente competitivos (IED).

Algunos casos son la productora de cementos mexicana Cemex que es actualmente la tercera cementera del mundo, la compañía minera brasileña Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), o el también brasileño fabricante de aviones Embraer.

El impulso emprendedor en nuestra región en su mayoría lo da el escenario de crisis, la percepción generalizada sobre la existencia de oportunidades a nivel mundial es baja en tiempos difíciles, sin embargo en Latinoamérica ocurre lo contrario y los jóvenes resultan haciendo emprendimiento por necesidad cuando pierden sus empleos.

Cuando se quiere hacer un emprendimiento de bajo costo se puede contar con la inversión informal, el cual generalmente otorga el capital semilla a los emprendedores, por otro lado tenemos el capital de riesgo (Venture capital) necesario para apoyar los emprendimientos de alto impacto, los cuales son escasos en Suramérica.

Los emprendimientos por necesidad requieren un menor capital inicial, los de alto impacto son los que crean mayor cantidad de empleo.

La tendencia de éxito o posibilidad de éxito del emprendimiento por necesidad es incierta en los países menos desarrollados donde la tasa de actividad emprendedora es alta, sin embargo esos emprendimientos podrían subsistir, pero con poco impacto en el PIB.

Dentro de las políticas de Estado necesarias para impulsar proyectos emprendedores está la de recrear un clima de negocios favorable al desarrollo de nuevos empresarios, entendiendo al emprendedor como cimiento de actividad empresarial, todo aquello tiende a quitar las barreras, cargas burocráticas y administrativas, quitar un poco la pesada carga sobre el sistema laboral, todo promotor de flexibilidad para que estos nuevos emprendedores con acceso a nuevas tecnologías, estos nuevos emprendedores que son los que están cambiando industrias, con cambio en las políticas de Estado podrían desarrollarse libremente y no se trata de conseguir subsidios a partir de los gobiernos sino la facilidad de crear nuevas empresas.

Las políticas deben favorecer el acceso a toda la infraestructura física y comercial necesarias para el emprendimiento. Podríamos tener fondos protectores del capital privado para asumir parte del riesgo que todo emprendimiento tiene y promover estos emprendimientos de alto impacto necesarios para la región.

Hay enormes oportunidades, y se deben capturar, pero esto depende de la política de los Gobiernos, los latinoamericanos en general son naturalmente emprendedores, creativos e innovadores, sea producto de historia o crisis.

Cuando nuestros Gobiernos entiendan el potencial de actuar como grupo regional y no como países por separado se podría ir facilitando, articulando, consolidando políticas y regulaciones que tendrían un enorme impacto, (compañías multinacionales nacidas de países emergentes) para la vocación de los emprendedores de integrarse regionalmente (Duarte, 2012).

2.5 Emprendimiento en América Latina

Desde la década de 1990 las empresas de capital latinoamericano, muchas de ellas familiares, han experimentado un creciente proceso de internacionalización, ya sea dentro de las fronteras regionales o por fuera del continente.

En este tema particular, denominado “multilatinas”, la adopción de una perspectiva histórica y la relación de teorías provenientes del campo de la estrategia, el emprendimiento y la administración pueden ser útiles para comprender y explicar dicho proceso.

Uno de los principales estudiosos del tema, Alvaro Cuervo-Cazurra (2007) afirma que aunque las compañías multinacionales de países emergentes no son algo nuevo, su estudio si es de reciente interés en la literatura especializada de negocios internacionales.

Esta aparición obedece a un hecho cierto, y es que hasta hace unos años, la compra de empresas en el exterior era casi exclusivamente potestad de las multinacionales de países desarrollados, pero en la actualidad muchas firmas de economías emergentes se han consolidado como multinacionales líderes de sus sectores, comprando compañías en mercados altamente competitivos (IED).

Algunos casos son la productora de cementos mexicana Cemex que es actualmente la tercera cementera del mundo, la compañía minera brasileña Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), o el también brasileño fabricante de aviones Embraer.

El impulso emprendedor en nuestra región en su mayoría lo da el escenario de crisis, la percepción generalizada sobre la existencia de oportunidades a nivel mundial es baja en tiempos difíciles, sin embargo en Latinoamérica ocurre lo contrario y los jóvenes resultan haciendo emprendimiento por necesidad cuando pierden sus empleos.

Cuando se quiere hacer un emprendimiento de bajo costo se puede contar con la inversión informal que es la que generalmente otorga el capital semilla a los emprendedores, por otro lado tenemos el capital de riesgo llamado también “*Venture capital*” por su uso en inglés, el cual es necesario para apoyar los emprendimientos de alto impacto, los cuales son escasos en Suramérica.

Los emprendimientos por necesidad requieren un menor capital inicial, los de alto impacto son los que crean mayor cantidad de empleo.

La tendencia de éxito o posibilidad de éxito del emprendimiento por necesidad es incierta en los países menos desarrollados donde la tasa de actividad emprendedora es alta, sin embargo esos emprendimientos podrían subsistir pero con poco impacto en el PIB.

Dentro de las políticas de Estado que se necesitan para impulsar proyectos emprendedores está las de recrear un clima de negocios favorable al desarrollo de nuevos empresarios, entendiendo al emprendedor como cimiento de actividad empresarial, todo aquello que tienda a quitar las barreras, cargas burocráticas y administrativas, quitar un poco la pesada carga sobre el sistema laboral, todo lo que promueva flexibilidad para que estos nuevos emprendedores que hoy a diferencia de otras épocas tienen acceso a nuevas tecnologías, estos nuevos emprendedores que son los que están cambiando industrias, con cambio en las políticas de Estado podrían desarrollarse libremente y no se trata de que los Gobiernos den subsidios sino la facilidad de crear nuevas empresas.

Las políticas deben favorecer el acceso a toda la infraestructura física y comercial necesario para el emprendimiento. Podríamos tener fondos encargados de proteger el capital privado para asumir parte del riesgo que todo emprendimiento tiene y que promuevan estos emprendimientos de alto impacto que la región tanto necesita.

Hay enormes oportunidades, hay que capturarlas pero esto depende de la política de los Gobiernos, los latinoamericanos en general son naturalmente emprendedores, creativos e innovadores, sea producto de historia o crisis.

Cuando nuestros Gobiernos entiendan el potencial de actuar como grupo regional y no como países por separado se podría ir facilitando, articulando, consolidando políticas y regulaciones que tendrían un enorme impacto, (compañías multinacionales nacidas de países emergentes) para la vocación de los emprendedores de integrarse regionalmente (Duarte, 2012).

2.6 Emprendimiento en México

El GEM (2013), en función del modelo WEF del Foro Económico Mundial, clasifica a México como una economía basada en eficiencia; es decir, es un país con aumento en la industrialización y con presencia de economías de escala.

El dominio en el mercado está representado por grandes empresas, aunque hay apertura de nichos en las cadenas de suministros para pequeñas y medianas empresas. Además, se mejoran los requerimientos determinados por las instituciones, infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación.

Existe un enfoque de incremento y desarrollo de la eficiencia. Este escenario ha permitido la generación de nuevas empresas; sin embargo, y a pesar que el GEM (2013) ha identificado incremento de la actividad emprendedora temprana 3 de 12% a casi 15%; México se encuentra por debajo de muchos países Latinoamericanos.

Soto (2013) hace un comparativo, para ejemplificar el grado de generación de empresas exitosas, entre México y Estados Unidos. Por parte de México, la revista Expansión enlista las principales 500 empresas, donde más del 90% se fundaron por lo menos hace 50 años, mientras que en Estados Unidos 45% de las empresas más grandes que cotizan en la Bolsa de Nueva York no existían hace 30 años.

¿Cuáles son los factores que limitan la generación de nuevas empresas? La actividad emprendedora se desarrolla en un ecosistema, llamado ecosistema del emprendedor, definido como el conjunto de factores que estimulan o cohíben la decisión de una persona para iniciar un negocio, así como sus probabilidades de éxito (Cuverball, 2012 citado por IMCO 2014, p: 29).

En gran medida la cantidad de emprendedores potenciales convertidos en emprendedores nacientes dependerá del ecosistema del emprendedor (GEM, 2013). *“Si bien la decisión de emprender es tomada únicamente por los individuos, los cuales consideran sus propias percepciones, expectativas y recursos, los contextos pueden influir en tal medida que las impresiones sociales se vuelven relevantes”* (GEM, 2013, p: 50). Así bien, esto factores inciden en el desempeño de los emprendedores, que a su vez tienen implicaciones en el crecimiento económico de la región. Varios son los estudios han listado

una serie de factores, como: el GEM, Endeavor, Actiona Canada, ITESM, OCDE, Nordic Countries, Cypres, Babson, Ernst and Young y WEF e IMCO.

En el año 2014 el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), realizó un estudio referente a los emprendedores en la industria TIC en México; este documento, entre otros elementos, explica los principales factores que influyen en la actividad emprendedora. Los nueve factores con sus respectivas barreras: innovación, entorno para hacer negocios, infraestructura de apoyos, capital humano, financiamiento, perfil de demanda, integración de la industria, cultura emprendedora y estrategia gubernamental.

Al igual que el IMCO (2014), el GEM también describe los factores que influyen la actividad emprendedora, cuya diferencia radica en que el GEM no hace distinción de industria o tipo de empresa. Los factores son: financiamiento, programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura comercial, apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura física y, normas sociales y culturales.

Entre ambos estudios se encuentran factores similares: a) financiamiento, b) transferencia de la investigación y el desarrollo con la innovación; c) educación y formación con capital humano; y d) políticas gubernamentales y programas gubernamentales con estrategia gubernamental.

Respecto al financiamiento, en ambos estudios se explica un escaso acceso y limitadas opciones, varios son los estudios lo confirman. Tal es el caso del trabajo elaborado por el Banco Interamericano de Desarrollo (2014), respecto a las mujeres emprendedoras de alto crecimiento, donde identifica que el 70% obtuvieron el fondo para arrancar, con ahorros propios y préstamos de amigos y familiares; sólo 15% de bancos comerciales, 11% de gobiernos, incubadoras, aceleradoras, inversiones privadas, entre otros; y un 4% de socios.

Ratificando lo anterior, en el estudio elaborado por IMCO (2014), se describe que el 58% de los emprendedores en TIC declararon haber utilizado fondos personales para iniciar operaciones.

Así bien, las investigaciones respecto al financiamiento para el emprendedor señalan que, en

la mayoría de los casos, los fondos provienen de los propios emprendedores y sus familiares (IMCO, 2014). Esto se debe en parte al comportamiento altamente conservador del sistema bancario que afecta principalmente a la PYME en la asignación de créditos (OCDE, 2012).

Esta aberración por parte de las instituciones bancarias se agrava cuando se tratan de ideas de negocios con alto potencial innovador y uso de tecnología nueva, especialmente porque estas instituciones no tienen capacidad técnica para poder valorarlos (OCDE, 2012)

Por otro lado, la transferencia de la investigación y la innovación es un proceso aún muy rezagado en México; encontrándose aún lagunas para lograr vínculos entre los sectores público, privado y académico, y limitados mecanismos para dar viabilidad comercial a patentes tecnológicas.

Una de las disyuntivas es que en México se otorga mayor peso a la investigación académica sobre la investigación de desarrollo y tecnología. Por citar el caso de Estados Unidos, en 1980 se creó la ley Bayh-Dole para dar respuesta al filtro del conocimiento; esta ley facilita la comercialización a raíz de la investigación Universitaria (Audretsch, 2009). De esta forma, comenzó la generación intensiva de patentes por parte de las Universidades que finalmente impulsaron el crecimiento económico.

Así bien, se identifica que el emprendimiento con innovación es limitado por parte de las instituciones de educación superior y centros de investigación, a pesar que la mayor parte de la I+D se generan en estas instituciones.

Entre las hipótesis referente a este fenómeno son: las limitaciones legales, desconocimiento de los instrumentos para transferir tecnología, calidad de la oferta educativa, capital social desigual y falta de cultura emprendedora (Dosal, Gutiérrez y Saracho, 2011).

En la formación y capital humano se observa una desvinculación, por parte de las Universidades, de la formación empresarial entre estudiantes de las áreas de ingeniería; mientras que los estudiantes de negocios carecen de habilidades técnicas para llevar a cabo una empresa en TIC (IMCO, 2014). Además se identifican áreas de oportunidad en el desarrollo del idioma inglés, entre los estudiantes de nivel superior.

Respecto a las acciones gubernamentales para contribuir con el ecosistema emprendedor, aún existen diversas áreas por mejorar. Entre estas, el tiempo para trámites administrativos. La OCDE (2012) hace referencia a los esfuerzos por disminuir la carga administrativa en la apertura de una nueva empresa a través de la creación del Sistema de Apertura Rápida de Empresas SARE, México sigue muy por detrás de países como Chile o Brasil y del mismo promedio de los países miembros de la OCDE.

Otro trámite por citar es el pago de impuestos, el cual se demuestra que se gasta en México 347 horas de manera anual para pagarlos, mientras que en Noruega solo son 87 horas (IMCO, 2014).

Así como en el factor del financiamiento, en este factor, el gobierno es el principal actor capaz de incidir para modificar su estatus de inhibidor a catalizador.

Hemos mencionado la importancia, vale la pena mencionar sobre las medidas para fortalecer el emprendimiento y esta vez hablaremos específicamente en México pues es en donde se centra la propuesta.

2.7 Medidas para fortalecer el emprendimiento en México

Los países pertenecientes a la OCDE han generado una serie de políticas públicas con la finalidad de incentivar la generación de nuevas empresas, cobrando mayor fuerza aquellas empresas que hacen uso de la tecnología, pues generan mayor valor agregado; menciona la OCDE (2012). Los principales mecanismos que la propia OCDE menciona al respecto, son la generación de programas de emprendimiento, eliminación y disminución de obstáculos regulatorios, la mejora en regulación de competencia, opciones de financiamiento (OCDE, 2010, citado por OCE 2012).

Por consiguiente, México como miembro de la OCDE ha llevado a cabo una serie de estrategias. En el año 2012 se generó lo que hoy se conoce como el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM).

Para el año 2014 se fusiona el Fondo PYME y el Fondo Emprendedor, generando así el Fondo Nacional Emprendedor administrado por el INADEM, cuyo propósito es el “ fomentar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como impulsar la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva que se sustente crecientemente en MIPYMES más productivas ubicadas en sectores estratégicos” (Portal del Sistema Emprendedor).

En este proyecto se representa una Política Integral Federal de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas a través un solo medio. El Fondo Nacional Emprendedor se encuentra dividido en cuatro Direcciones con sus respectivos programas:

- a) Dirección General de Programas de Sectores Estratégicos y Desarrollo Regional
- b) Dirección General de Programas de Desarrollo Empresarial
- c) Dirección General de Programas para Mipymes
- d) Dirección General de Programas de Emprendedores y Financiamiento.

Siendo el último el programa especialmente dirigido a las empresas de nueva creación, y dividido en 4 programas:

- 1) Asesoría para el Acceso al Financiamiento: a través de convocatorias en el que se brinda el apoyo para acceso a talleres - a solicitud de los gobiernos estatales, las universidades e instituciones financieras - y diagnósticos empresariales para las micro, pequeñas y medianas empresas.
- 2) Programa de Desarrollo del Ecosistema de Capital Emprendedor: cuyo objetivo es generar figuras dispuestas a invertir en las empresas que nacen.
- 3) Programa de Emprendimiento de Alto Impacto: a través de la convocatoria 3.3 se apoyan a empresas con características que las potencializan para convertirse en empresas globales debido a su novedad en procesos y tecnología.
- 4) Programa de financiamiento para la adquisición de franquicias: programa en conjunto con Nacional Financiera, proporcionando hasta el 50% de valor de la inversión.

Existen otros programas y fondos, que aunque de manera directa no contribuyen a la generación de nuevas empresas, si pretenden impulsar su desarrollo, en especial en temas de innovación, educación o tecnología relacionada con los negocios y temas diversos.

Tal es el caso del Fondo de Innovación Tecnológica (FIT), creado en el año 2002, financiado por la Secretaría de Economía pero Administrado por el CONACYT. Este es un fondo Fiduciario; y en cierta medida da continuidad a algunas modalidades del programa AVANZA entre los conceptos de registro de propiedad intelectual (RPI) a nivel nacional o internacional (TCP), los estudios de factibilidad técnico-económica, los servicios de consultoría legal y de otro tipo para la elaboración del plan de negocios, y la certificación sanitaria y de medioambiente.

El programa PROSOFT nace como programa de la Secretaría de Economía cuya función es fortalecer el sector TIC (tecnologías de la información y comunicaciones) en México, con ello se pretenden apoyar los servicios con alto valor agregado; de ahí, que de manera indirecta apoya a la creación de nuevas empresas en el sector TIC.

Los apoyos están dirigidos a capacitación, certificación, habilitación y equipamiento tecnológico, normas y modelos, adopción y producción TI, innovación, comercialización, estudios para desarrollar capacidades de negocios, entre otros.

Así mismo, a través del Banco de Desarrollo NAFIN se ofrecen una serie de cursos para el fortalecimiento de la cultura emprendedora: forma tu microempresa, mujeres emprendedoras y empresarias, trece pasos para realizar tu plan de negocios, qué tipo de sociedad mercantil me conviene, 20 pasos para abrir tu tienda de abarrotes, por mencionar algunos.

Entre los apoyos de recursos financieros, por parte de NAFIN, existe el programa de Fondo de Fondos de Capital Emprendedor México Ventures; este tiene como finalidad invertir recursos del Gobierno Federal en empresas de alto potencial de crecimiento.

El programa va dirigido a dos sectores:

- a) Fondos de Capital Emprendedor cuyo enfoque sean empresas innovadoras con alto potencial de generar valor a la economía
- b) empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento.

Si bien, se ha generado un considerable número de programas por parte del gobierno; es también importante mencionar que ha emergido confusión entre los emprendedores, por lo que les es difícil entender sus diferencias para posteriormente elegir el adecuado -tal y como lo confirma IMCO (2014) en una revisión de programas hasta el año 2012-. Además los trámites son sumamente tardados y existe desarticulación entre los mismos programas.

También se han generado acciones para difundir la actividad emprendedora, entre los que destacan la Semana Emprendedor. Sin embargo existen debilidades en la consolidación de la cultura emprendedora; entre ellas, la inexistencia de un programa de mentoring, en el cuál emprendedores exitosos y experimentados puedan apoyar a los nuevos emprendedores, y aunque se ha vuelto una práctica entre emprendedores entrevistados por el IMCO (2014), de manera formal no existe un programa de vinculación (Décaro, 2015)

3 Propuesta de herramienta de financiamiento masivo

3.1 Justificación y planteamiento del problema

Existen proyectos que alumnos de Psicología desean emprender y no se llevan a cabo, tales como tener un consultorio de psicología clínica, abrir una consultoría de psicología organizacional o headhunters, abrir una clínica de apoyo psicológico para niños etc. Y una de las causas más fuertes es la falta de recursos financieros, adicional a esto, no cuentan con el apoyo o el acceso a herramientas para obtener los recursos necesarios y tienden a desistir sobre sus planes.

Algunas herramientas de crowdfunding que están activas actualmente apoyan proyectos de diferentes categorías, sin embargo, no tienen la opción para abrir una sección específica para un grupo de personas con las mismas características y el mismo interés como lo son alumnos de Psicología de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Es por eso que el presente trabajo describe una propuesta para la implementación de una herramienta de crowdfunding en la que los alumnos de Psicología podrán inscribir su proyecto y participar para recibir ayuda financiera.

Adicional a esto, podrán compartir los resultados de sus experiencias con otros alumnos para fomentar la comunicación en la población mencionada.

De esta forma, los alumnos podrán implementar sus proyectos y la herramienta fomentará el emprendimiento de Psicólogos en México.

3.2 Objetivos generales y específicos

Objetivo general:

- Desarrollar una propuesta de una herramienta de crowdfunding para apoyar el emprendedurismo de los alumnos de psicología de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Objetivos específicos:

- Identificar las mejores prácticas del crowdfunding en México y en otros países para evitar los riesgos en la implementación de la herramienta.
- Describir el proceso de funcionamiento de la herramienta, desde el desarrollo, hasta la implementación, incluyendo el registro de los proyectos y el financiamiento de los mismos
- Proponer la implementación de la herramienta de financiamiento masivo para fomentar el emprendimiento en los alumnos de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México

3.3 Población

El presente trabajo se realiza como propuesta para la implementación de la herramienta con el objetivo de publicar emprendimientos de alumnos de la Facultad de Psicología y así incrementar las posibilidades de éxito en los diversos proyectos.

Para ejemplificar el proceso se mostrará el caso de una alumna de la Facultad de Psicología de octavo semestre del área organizacional con las características de la población a la que está dirigida la solución y con este ejemplo, se describirán los pasos a seguir desde el punto de vista de un financiado.

Finalmente, se mostrará el proceso a seguir para los financiadores, los cuales solo deben ser usuarios de internet y querer aportar a los proyectos de los alumnos.

3.4 Materiales y equipo

Los materiales que se ocupan para realizar la propuesta son:

- Diseño: una computadora con el software photoshop para realizar el diseño gráfico del logo, las imágenes y las pantallas de la herramienta
- Programación: En caso de implementación, será necesaria una computadora con un programa apto para programación, el cual soporte la arquitectura y diseño del software en

distintos lenguajes, al menos inglés y español, ya que la página se publicará en otros países. (ejemplo: Homesite, Ultraedit, MED, HTMLedit etc.)

3.5 Estructura de la herramienta de crowdfunding

En esta sección se muestra:

- a) PROCESO DE REGISTRO: el cual deberán seguir los alumnos de la Facultad de psicología para que su proyecto participe en la herramienta.
- b) PROCESO DE DONACIÓN: los pasos a seguir para financiarlo, así como el proceso para realizar donaciones.

a) PROCESO DE REGISTRO:

En caso de que un alumno desee publicar su proyecto, deberá seguir los siguientes pasos como se muestra en la Figura 1:

1. Nombre del proyecto:

Este deberá describir en no más de 5 palabras de qué se trata el proyecto

2. Descripción breve del proyecto:

La descripción que debe aparecer en la herramienta para que los usuarios puedan verlo.

3. Imagen del proyecto:

Esta debe contar con las siguientes características:

- Formato: JPEG, PNG, GIF o BMP
- Límite de 10 MB
- Tamaño 682x442 pixeles

4. Video del proyecto:

Este debe contar con las siguientes características:

- Formato:

- Límite:
- Duración: Máximo 4 minutos

5. Meta de recaudación- La cantidad de dinero que desea recaudar en pesos mexicanos.

6. Tiempo de recaudación:

Los días designados de un proyecto para permanecer activo en la herramienta de crowdfunding

7. Recompensas:

Aquí el alumno deberá describir las recompensas ofrecidas en las diferentes cantidades de donación y el límite de recompensas disponibles para publicar en la herramienta y el usuario tenga claridad sobre lo que recibirá a cambio de donar.

8. Categoría:

Deberá elegir la categoría del proyecto a registrar en la herramienta, entre ellos educación, tecnología, industria o un espacio en blanco para otras opciones (en caso de elegir otra opción deberá escribir con una palabra clave la nueva categoría).

9. Información personal:

- Nombre completo del alumno
- Fecha de nacimiento
- Correo electrónico
- Teléfono fijo
- Teléfono celular
- Imagen de la identificación oficial (deberá tener el mismo formato que la imagen del proyecto)



INFORMACIÓN DEL PROYECTO	INFORMACIÓN PERSONAL
<p>Meta de recaudación</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.</p> <p>\$ <input type="text" value="10.00 MN."/></p> <p>CATEGORÍA</p>	<p>Meta de recaudación</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.orem ipsum dolor sit amet.</p> <p>16 días <input type="text"/></p> <p>SUBCATEGORÍA</p>
<p>VISTA PREVIA GUARDAR SIGUIENTE ELIMINAR</p>	



StartEnd

ACERCA DE STARTEND

- Equipo
- Prensa
- Acerca de
- Términos y condiciones
- Política de privacidad

2015 StartEnd • Derechos Reservados

Figura 1: Publica tu proyecto

Después de llenar los datos del proyecto, el alumno pondrá la opción de hacer una vista previa, guardar el proyecto, enviar el proyecto a revisión o eliminar el proyecto.

En caso de enviar el proyecto a revisión, el proyecto será registrado y en caso de cubrir las características necesarias y verificarse los datos del alumno, se publicará en la herramienta de crowdfunding.

b) PROCESO DE DONACIÓN:

En la figura 2 se muestra la primera pantalla “home” que tendrá un menú básico de la herramienta de crowdfunding con los siguientes contenidos:

- ¿Cómo funciona?

En esta opción se describirá paso a paso el proceso para publicar un proyecto y para realizar donativos.

- Descubre proyectos

Esta opción permite observar el conjunto de proyectos publicados de los diferentes alumnos para conocer su historia y la descripción de cada uno

- Publica tu proyecto

En esta pestaña, el alumno de psicología organizacional puede registrar su proyecto para recaudar dinero.

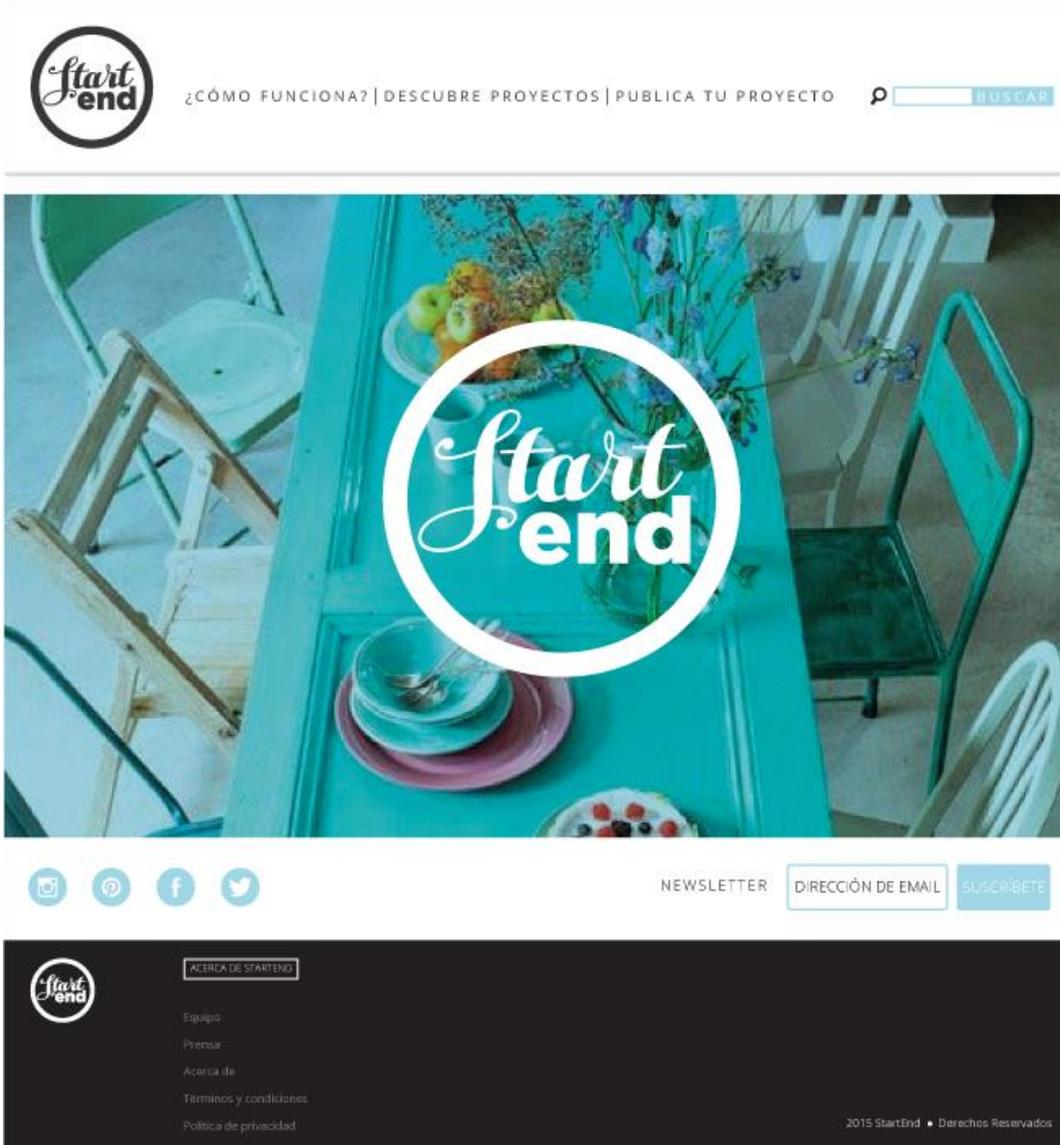


Figura 2 home

La figura 3 muestra una breve descripción sobre los objetivos de la recaudación de dinero para alumnos de Psicología Organizacional.

Además, se mostrarán los logos de la Facultad de Psicología y la Coordinación de Psicología Organizacional para dar mayor credibilidad a la herramienta.



LAURA RODRÍGUEZ

¡Hola! Soy Laura y soy psicóloga, quiero seguir adelante con mi profesión y apoyar a niños de escasos recursos que no tienen fácil acceso a apoyo psicológico. ¡Ayúdame a lograrlo!

[¡CONOCE MÁS!](#)



NEWSLETTER

DIRECCIÓN DE EMAIL

[SUSCRÍBETE](#)



[ACERCA DE STARTEND](#)

[Equipo](#)

[Prensa](#)

[Acerca de](#)

[Terminos y condiciones](#)

[Política de privacidad](#)

2015 StartEnd • [Derechos Reservados](#)

Figura 3: Home 2

Proyectos activos (en el momento de la campaña):

La figura 4 muestra los proyectos de los alumnos que están activos y pueden recibir donaciones, además de una breve descripción de ellos y la palabra dona para que cualquier usuario pueda financiar su proyecto.

StartEnd

¿CÓMO FUNCIONA? | DESCUBRE PROYECTOS | PUBLICA TU PROYECTO BUSCAR

PROYECTO

Nombre	Descripción	Días restantes	Necesita	Ha juntado
Soy Javier	Durante años he acompañado a adultos mayores en sus últimos días y a sus familias, ayúdame a seguir con esta causa.	26 días	\$50,000 MXN	\$ 18,500 MXN
Soy Laura	Quiero seguir adelante con mi profesión y apoyar a niños de escasos recursos que no tienen fácil acceso a apoyo psicológico.	11 días	\$1000,000 MXN	\$ 95,000 MXN
Soy Lety	Siempre he querido dedicarme a dar terapias en un consultorio de una comunidad rural.	30 días	\$60,000 MXN	\$ 7,800 MXN

Instagram, Pinterest, Facebook, Twitter

NEWSLETTER DIRECCIÓN DE EMAIL

ACERCA DE STARTEND

- Equipo
- Prensa
- Acercade
- Términos y condiciones
- Política de privacidad

2015 StartEnd • Derechos Reservados

Figura 4: Proyectos

Proyectos exitosos (proyectos financiados):

En la figura 5 se muestra la serie de proyectos financiados y los cuales han terminado su periodo de recepción de dinero. En estos casos además de aparecer los videos y la descripción de los proyectos, se muestra la cantidad de dinero recaudado y el tiempo de vigencia en la herramienta.

StartEnd

¿CÓMO FUNCIONA? | DESCUBRE PROYECTOS | PUBLICA TU PROYECTO

PROYECTO EXITOSO



Necesita: \$100,000 MXN

Ha juntado: \$95,000 MXN

Consiguió la siguiente cantidad: \$180,000 MXN



NEWSLETTER



ACERCA DE STARTEND

- Equipo
- Presca
- Acercia de
- Términos y condiciones
- Política de privacidad

2015 StartEnd • Derechos Reservados

Figura 5: proyectos financiados

En la figura 6 se muestra cuando el usuario da click sobre el proyecto que desea financiar para leer la descripción y en caso de querer, ver el video del alumno.

Aquí se mostrará el dinero recaudado del proyecto, el número de personas que han donado al proyecto, el tiempo que resta para que se de por concluido el proyecto y finalmente, un cuadro con la opción donar.

The screenshot displays the 'Soy Laura' project page on the StartEnd platform. At the top, the StartEnd logo is on the left, and navigation links for '¿CÓMO FUNCIONA?', 'DESCUBRE PROYECTOS', and 'PUBLICA TU PROYECTO' are in the center. A search bar with a magnifying glass icon and the word 'BUSCAR' is on the right.

The main content area features the name 'Soy Laura' followed by a horizontal line and the text: 'Quiero seguir adelante con mi profesión y apoyar a niños de escasos recursos que no tienen fácil acceso a apoyo psicológico.' Below this is a video player showing a silhouette of a woman on a balcony with a large play button in the center.

To the right of the video, the following statistics are listed:

- Necesita: **\$100,000 MXN**
- Consiguió: **\$95,000 MXN**
- Donadores: **111**
- Tiempo restante: **11 días**

At the bottom of the main content area, there is a light blue button that says 'DONA AQUÍ' and a text box with the message 'Ayúdame a mejorar la vida de más niños.' Below this are social media icons for Instagram, Pinterest, Facebook, and Twitter.

At the very bottom, there is a dark footer section. On the left is the StartEnd logo. In the center, there is a link for 'ACERCA DE STARTEND' and a list of links: 'Equipo', 'Prensa', 'Acerca de', 'Términos y condiciones', and 'Política de privacidad'. On the right, there is a 'NEWSLETTER' section with a 'DIRECCIÓN DE EMAIL' input field and a 'SUSCRIBETE' button. The footer also includes the text '2015 StartEnd • Derechos Reservados'.

Figura 6- Paso 1

La Figura 7 muestra la pantalla que aparecerá cuando el usuario haya dado click sobre la opción donar y se mostrara una lista con las diferentes recompensas para elegir por el donador, dependiendo la cantidad de dinero a donar.

El usuario deberá elegir una de las cantidades o en caso de donar otra cantidad, escribir la cantidad exacta que se desea donar, después de eso, deberá dar click en la opción donar para seguir el proceso.



¡QUIERO DONAR!



Tú decides cuanto donar

\$

CONTINUAR

Selecciona una recompensa

\$100 MXN ¡Gracias por tu aportación!

Te enviaré un video con los testimonios de los primero 10 niños beneficiados por el programa.

\$500 MXN ¡Estamos realmente agradecidos!

Te enviaré un video de los niños beneficiados y podrás realizar actividades recreativas con ellos durante el primer año.

\$1000 MXN ¡Eres parte fundamental del proyecto!

Además de las recompensas anteriores, podrás ser parte del programa en todo momento para dar seguimiento puntual.



NEWSLETTER

DIRECCIÓN DE EMAIL

SUSCRÍBETE



ACERCA DE STARTEND

[Equipo](#)

[Prensa](#)

[Acerca de](#)

[Términos y condiciones](#)

[Política de privacidad](#)

2015 StartEnd • Derechos Reservados

Figura 7: Paso 2

En la Figura 8 aparecerán 2 opciones para que el donador cree un usuario y se registre en la herramienta:

Opción 1: Entrar con Facebook: Con esta opción, el usuario podrá hacer el registro sin necesidad de llenar datos extras, la herramienta tomará automáticamente los datos registrados en su cuenta de Facebook (en caso de contar con una)

Opción 2: Crear un nuevo usuario: Si el usuario no tiene una cuenta registrada en Facebook, deberá llenar una serie de datos básicos para crear un usuario en la herramienta de crowdfunding.

Los datos requeridos para hacer un nuevo usuario son: Nombre, correo electrónico y contraseña.



Figura 8: Paso 3

En la figura 9 aparece una vez que el usuario se ha registrado ya sea mediante su cuenta de Facebook o un registro nuevo.

En esta pantalla aparecerá nuevamente la imagen del proyecto, con la cantidad a donar elegida anteriormente y las diferentes opciones de pago para elegir:

Opción 1 de forma de pago: Tarjeta de débito o crédito- master card, visa o american express.

En caso de elegir esta opción, se desplegará un cuadro en el que se deberán llenar los siguientes datos: Nombre, apellido, fecha de vigencia de la tarjeta y código de seguridad de la tarjeta y finalmente dar click sobre la opción donar para finalizar la transferencia electrónica.

Opción 2 de forma de pago: Depósito bancario: Santander.

Opción 3 de forma de pago: Depósito en efectivo en tiendas OXXO

En caso de elegir la opción 2 o 3, aparecerá una pantalla como ficha de pago que se deberá imprimir y presentar en las cajas del banco o en las tiendas OXXO para hacer el depósito.



Laura Rodríguez

Soy Laura y soy psicóloga, quiero seguir adelante con mi profesión y apoyar a niños de escasos recursos que no tienen fácil acceso a apoyo psicológico.

Necesita: **\$100,000 MXN** Consiguió: **\$95,000 MXN** Tiempo restante: **11 días**

Aportación

\$ 500. 00 MXN

Recompensa

No quiero ninguna recompensa

Elige el método de pago:

PAGAR

Tarjeta de Débito

Nombre del propietario de la tarjeta

Tarjeta de Crédito

Número de Tarjeta



Transferencia

Total a Pagar

Expiración



NEWSLETTER

DIRECCIÓN DE EMAIL

SUSCRÍBETE



ACERCA DE STARTEND

Equipo

Prensa

Acercía de

Términos y condiciones

Política de privacidad

2015 StartEnd • Derechos Reservados

Figura 9: Paso 4

Aparecerá un cuadro con la opción de “términos y condiciones” para casos informativos. Se podrán leer todas las características del proceso de pago y en caso de requerirlo, solicitar un recibo deducible de impuestos.

Cuando el usuario haya hecho la transferencia electrónica o depósito (ya sea en el banco o en alguna tienda OXXO) se considera como donador y aparece reflejado el aumento de dinero recaudado en la descripción del proyecto elegido

Acerca del proyecto:

En la Figura 10: Acerca del proyecto aparece abajo de cada uno de los proyectos cuando el usuario desea ver la descripción y en esta pantalla se muestra la misma información que la Figura 3: home 2 con el objetivo de que el usuario tenga esa información disponible en 2 ocasiones.



LAURA RODRÍGUEZ



Soy Laura y soy psicóloga, quiero seguir adelante con mi profesión y apoyar a niños de escasos recursos que no tienen fácil acceso a apoyo psicológico.

¡Ayúdame a lograrlo!

Recompensa

A partir de \$ 100 MXN

¡Gracias por tu aportación! Te enviaré un video con los testimonios de los primeros 10 niños beneficiados por el programa.

A partir de \$ 500 MXN

¡Estamos realmente agradecidos! Te enviaré un video de los niños beneficiados y podrás realizar actividades recreativas con ellos durante el primer año.

A partir de \$ 1000 MXN

¡Eres parte fundamental del proyecto! Además de las recompensas anteriores, podrás ser parte del programa en todo momento para dar seguimiento puntual.



NEWSLETTER

DIRECCIÓN DE EMAIL

[SUSCRÍBETE](#)



ACERCA DE STARTEND

[Equipo](#)

[Prensa](#)

[Acerca de](#)

[Términos y condiciones](#)

[Política de privacidad](#)

2015 StartEnd • [Derechos Reservados](#)

Figura 10: Acerca del proyecto

Adicional a esto, aparecerán los términos y condiciones del proyecto para evitar cualquier mal entendido sobre el funcionamiento de la herramienta.

Cuando el proyecto sea publicado y haya llegado a la meta de recaudación fijada por el alumno, el proyecto aparecerá en la pantalla de proyectos exitosos y sobre la imagen del proyecto, se mostrará la palabra “financiado” tal como se muestra en la Figura 4: Proyectos exitosos.

Inmediatamente después, se le depositará a su cuenta bancaria el dinero y se le notificará mediante un correo electrónico que su depósito por la cantidad determinada ha sido realizado.

En caso de no cumplir con el objetivo de recaudación que el alumno fije al momento de registro de su proyecto, el alumno recibirá la cantidad de dinero recaudado.

3.6 Posibles riesgos a considerar para la herramienta

Un punto importante a considerar son los métodos pago, varían entre el 5% y 7% de cada uno de los depósitos realizados, por lo que el alumno deberá considerar restar este porcentaje a la cantidad de recaudación definida inicialmente.

En caso de que se requiera usar una de las plataformas ya existentes, deberá considerarse el cobro de las herramientas las cuales cobran un porcentaje del 10% de cada proyecto inscrito en sus páginas web.

DISCUSIÓN

Actualmente existen plataformas de recaudación que ofrecen beneficios para fondar proyectos de diferente índole, y aunque todas han demostrado mucho éxito, es importante señalar que todas ellas cobran al menos el 10% de las transacciones, logrando así, generar cierto beneficio para la compañía o sociedad que lo comprende.

La propuesta presentada muestra una panorámica general de las diversas herramientas, así como proponer la elaboración de una de ellas que sea independiente para la facultad de Psicología de la UNAM.

Debido a la falta de investigación y estadísticas sobre el tema en la Facultad, no se pueden comprobar con datos duros la falta de proyectos implementados debido a la ausencia de recursos económicos, sin embargo sabemos que existen proyectos de todas las áreas que pueden verse beneficiadas a partir de la elaboración de esta herramienta y además, podrían fomentar el emprendimiento en la Universidad, ya que hoy en día es muy importante para los alumnos ser parte de estos proyectos que los relacionan con la vida real desde su preparación y por otro lado, a los egresados o titulados que cuentan con ideas exitosas para implementación.

La plataforma descrita durante el presente trabajo propone la elaboración de la misma a través de herramientas digitales, sin embargo también puede hacerse uso de herramientas existentes mediante el pago de porcentajes de ganancia que recaude cada proyecto.

Por otra parte la herramienta propuesta es autosustentable, pues una vez que está disponible la plataforma, basta con el trabajo de las personas interesadas para publicar proyectos y los gastos que esta puede generar, se recaudan de un porcentaje mínimo que se cobra por transacción a los donadores. Haciendo así, un modelo sustentable y autónomo mantenido por solo alguna persona que pueda generar contenidos o validar los proyectos en caso de ser necesario.

Una serie de beneficios se han podido observar en estas soluciones innovadoras dentro de diferentes ramas, hoy en día como psicólogos tenemos la oportunidad de aprovechar estas herramientas para beneficio común y así impulsar la escalabilidad de las prácticas psicológicas en México

Además de beneficios monetarios, financieros y de comunicación, con esta herramienta se pueden notar beneficios tales como la comunicación, el trabajo en equipo dentro y fuera de la Facultad de Psicología y posicionamiento de las diferentes ramas de psicología con el resto de la sociedad.

LIMITACIONES Y SUGERENCIAS

Al llevar a cabo la propuesta plasmada, es necesario considerar las siguientes limitaciones y sugerencias para asegurar el éxito de la plataforma:

Limitaciones:

- Dado que es una herramienta digital, es necesario contar con un desarrollador de aplicativos y páginas web con experiencia previa y habilidades de desarrollar una plataforma
- Una vez que los proyectos son financiados, es necesario dar seguimiento de los mismos para asegurar la implementación y éste es un acuerdo al que llegan el financiador y el financiado al momento de cerrar un proyecto.
- En caso de no ser implementados los proyectos que ya fueron acreedores a una inversión, será responsabilidad del financiado (alumno de psicología emprendedor) avisar a las personas que decidieron invertir en el proyecto así como comunicar las razones.
- La herramienta no asegura el financiamiento de los proyectos pues esto depende únicamente de la disponibilidad de los financiadores para llegar al objetivo.
- Los contenidos expuestos en la plataforma deberán generarse por una persona calificada dentro de la Facultad para asegurar los contenidos validados y correctos.
- La herramienta no comprueba la validez o veracidad de los proyectos a financiar a menos que los financiadores busquen un contacto directo y lo comprueben por su propia cuenta (página de internet, correo electrónico, número telefónico etc.).
- No se muestran los términos legales dentro de la propuesta; sin embargo, se debe incluir un texto de términos y condiciones para evitar implicaciones legales por parte de la Facultad, ya que esta es responsable únicamente de brindar la herramienta.
- Finalmente es importante mencionar que la página publicada en internet deberá ser explícita en el hecho de que es únicamente una herramienta intermediaria y que todos los asuntos legales y fiscales relacionados con transferencias bancarias de cualquier tipo, serán a consideración de los usuarios y para los fines que únicamente se describen en la herramienta.

Sugerencias:

- Es recomendable mantener una publicidad constante durante la publicación de los proyectos para fomentar el conocimiento de los mismos y así generar más financiamiento.
- Se recomienda a una persona de la Facultad de Psicología para generar contenidos y validar los proyectos que se publicarán en la herramienta.

Conclusiones:

Aunque sigue siendo un tema poco estudiado desde el punto de vista científico, se ha comprobado que los conceptos de crowdfunding o financiamiento masivo han demostrado resultados positivos en países Europeos y Norteamericanos.

Las herramientas de crowdfunding o las relacionadas con el financiamiento masivo para ejecución e implementación de proyectos son beneficiarias para personas emprendedoras que no cuentan con los recursos necesarios para iniciar su emprendimiento.

Ya que desde los últimos 10 años han sido herramientas exitosas, es interesante considerar la implementación de una herramienta de dicha índole con el fin de beneficiar a los alumnos emprendedores de la facultad de psicología ya que tiene más beneficios que consideraciones en contra.

REFERENCIAS

Albiñarra C. (2015) Nuevas técnicas de financiación. Crowdfunding. Madrid Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/3232/TFG001033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Belleflamme, P. (2010) Crowdfunding: An Industrial Organizational Perspective Recuperado de http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf

Décaro L. (2015) Eumed, Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2015/emprendedor.html>

Duarte C.3 (2012) Gerencie, Recuperado de <http://www.gerencie.com/emprendimiento-en-latinoamerica.html>

Emprende Pyme, (2008-2016) ¿Qué es ser emprendedor? Recuperado de <http://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>

Endeavor (2014), Excelsior, Recuperado de <http://www.dineroenimagen.com/2014-03-13/34105>

Freedman D. (2015) Recuperado de <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf>

Gerencie, (2010) Emprendimiento Recuperado de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

Kamoon B. (2013) Tipos de crowdfunding Recuperado de <http://www.crowdacy.com/tipos-de-crowdfunding/>

López C (2017) Recuperado de <https://www.rankia.com/blog/crowdfunding-crowdlending/3468321-que-tipos-crowdfunding-existen>

Mata, J. (2014) Las campañas de crowdfunding: Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales. Barcelona. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/279390>

Méndez A. (2013) Crowdfunding como estrategia de financiamiento para el emprendimiento de proyectos. Tesina de Licenciatura. Universidad Veracruzana México.

Peña F (2014) Recuperado de <https://innovainternetmx.com/2014/04/crowdfunding/>

Pérez J. (2013) Industrias audiovisuales: Producción y consumo en el siglo XXI. España. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1297/1297.pdf#page=69>

Rodríguez, T. (2013) Pensar en derecho. Recuperado de <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>

Rodríguez T. (2013) El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos recuperado de <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/revista-pensar-en-derecho3.pdf#page=99>

Sánchez, M. (2015) Crowdfunding y la economía de internet. Análisis Financiero. España. Recuperado de file:///C:/Users/mxi02004322a/Downloads/06_Marc_Sanchez.pdf

Sánchez K. (2015) Plataforma de crowdfunding para proyectos fin de carrera. España. Recuperado de http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/15432/4/0717486_00000_0000.pdf

Valenntí Acconcia, 3 Marzo 2015, Vanacco, Recuperado de <https://vanacco.com/top5-crowdfunding-inversion/>