

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

*Tesis para optar por el grado académico de  
Licenciatura en Administración de Negocios con  
énfasis en Banca y Finanzas*

**Crowdfunding: principales tipos y escenario  
de financiamiento de una PYME del sector  
comercial, Heredia, año 2020.**

**SUSTENTANTE:**

**Kattia Rubí Chacón**

**Tutor:**

**JOSÉ A. VALERIO SOSA**

**DICIEMBRE, 2020**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

### Contenido

<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>6</b>
<b>INDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>7</b>
<b>INDICE DE ANEXOS.....</b>	<b>8</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>9</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>10</b>
<b>Resumen ejecutivo: .....</b>	<b>11</b>
<b>ABREVIATURAS .....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>13</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>14</b>
1.1.1 Antecedentes del problema:.....	14
1.1.2 Antecedentes internacionales y nacionales .....	15
1.1.3 Delimitación del problema:.....	18
1.1.4 Justificación del problema.....	19
<b>1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>21</b>
1.2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.2.2 Objetivo General.....	22
1.2.3 Objetivos específicos .....	22
1.2.4 Alcances y limitaciones .....	23
1.2.4.1 Alcances .....	23
1.2.4.2 Limitaciones .....	23
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>24</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 Marco teórico conceptual.....</b>	<b>25</b>
2.1.1 Planeación estratégica.....	25
2.1.2 Misión, Visión y Valores .....	26
Valores: .....	27
2.1.3 Presupuesto.....	28
2.1.4 Crowdfunding o financiamiento en masa .....	28
2.1.4.1 Crowdfunding.....	29

2.1.4.2 Plataforma .....	30
2.1.4.3 Gestor de la plataforma .....	31
2.1.4.4 Promotor del proyecto .....	31
2.1.4.5 Aportantes del proyecto .....	32
2.1.4.6 Financiamiento .....	33
2.1.4.7 Sistema de Banca para el Desarrollo.....	34
2.1.5 El emprendedurismo, el emprendedor y el emprendimiento .....	35
2.1.6 Pequeñas y medianas empresas (PYMES).....	37
2.1.7 Comercio electrónico y redes sociales .....	38
2.1.8 Estudios técnicos (Legal, Técnico, Operativo) .....	40
2.1.9 Viabilidad Financiera .....	40
2.1.10 Flujo de Efectivo.....	40
2.1.11 Rentabilidad.....	41
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>42</b>
<b>METODOLÓGICO.....</b>	<b>42</b>
3.1 EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	43
3.2 EL ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS O SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	48
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	53
3.6 ANÁLISIS DE DATOS .....	56
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>57</b>
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>57</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>72</b>
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>72</b>
5.1 Con respecto al primer objetivo específico: .....	77
Tipos de crowdfunding .....	77
5.1.2 Donación: .....	78
5.1.3 Acciones:.....	79
5.1.1 Préstamo: .....	80
5.2 Con respecto al segundo objetivo específico: .....	82
5.3 Con respecto al tercer objetivo específico: .....	84
5.4 Con respecto al cuarto objetivo específico:.....	86

<b>CAPÍTULO VI</b> .....	89
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	89
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	97
<b>7.1 Nombre</b> .....	98
<b>7.2 Identificación</b> .....	98
<b>7.3. Justificación</b> .....	98
<b>7.4. Objetivos</b> .....	98
<b>7.4.1 General</b> .....	98
<b>7.4.2 Específicos</b> .....	98
<b>7.5. Cronograma de actividades. Gráfico de Gantt</b> .....	99
<b>7.7. Detalle de actividades</b> .....	99
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	101
<b>ANEXOS</b> .....	106



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	.....	58
Tabla 2	.....	59
Tabla 3	.....	60
Tabla 4	.....	61
Tabla 5	.....	62
Tabla 6	.....	63
Tabla 7	.....	64
Tabla 8	.....	65
Tabla 9	.....	66
Tabla 10	.....	67
Tabla 11	.....	68

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1	.....	58
Figura 2	.....	59
Figura 3	.....	60
Figura 4	.....	61
Figura 5	.....	62
Figura 6	.....	63
Figura 7	.....	64
Figura 8	.....	65
Figura 9	.....	66

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	.....	104
Anexo 2	.....	107

## DEDICATORIA

A mis padres,  
Manuel Rubí y Marta Chacón

## AGRADECIMIENTOS

A Dios,  
Que me dio las fuerzas.

A mi amigo incondicional,  
Jonathan Cordero

**Resumen ejecutivo:**

Esta investigación comprende un emprendedurismo a través de una estrategia PYME. Se estructura de la siguiente manera:

En el capítulo I se presentan el planteamiento del problema, los antecedentes internacionales y nacionales, delimitación del problema, justificación del problema; formulación del problema y los objetivos, estos elementos sirven de base para el planteamiento de los fundamentos teóricos en el segundo capítulo.

Capítulo II, el cual contiene todos los conceptos necesarios que se toman en cuenta en el proceso de elaboración y comprensión de la tesis.

En el capítulo III se expone el marco metodológico, que abarca el enfoque de la investigación, tipo de investigación, los sujetos y fuentes de información y las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar información.

En el capítulo IV se muestran los resultados de la investigación.

En el capítulo V se analizan e interpretan los resultados de la investigación.

Posteriormente, en el capítulo VI se formulan las conclusiones y recomendaciones pertinentes como producto de la investigación realizada.

Por último, se encuentra la bibliografía y los anexos.

## **ABREVIATURAS**

**PYMES:** Pequeñas y medianas empresas

**SBD:** Sistema de Banca para el Desarrollo

**SUGEF:** Superintendencia General de Entidades Financieras

**BNCR:** Banco Nacional de Costa Rica

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Debido a que en la actualidad la situación económica mundial y local se deterioró por la pandemia denominada COVID-19, es de suponer que las condiciones financieras se deterioraron.

Dicho contexto, en general muy complejo para hacer negocios, se suma a las ya de por sí difíciles condiciones de financiamiento para las PYMES.

Ante este escenario, surge la posibilidad de investigar formas de financiamiento alternativas para los pequeños emprendimientos como es el caso del financiamiento en masa o *crowdfunding*.

### **1.1.1 Antecedentes del problema:**

Algunos costarricenses tienen proyectos viables y factibles, pero no les es fácil crear o ampliar sus empresas, por el limitado acceso al financiamiento externo.

Las micro y pequeñas empresas deben cumplir con una serie de requisitos como: experiencia en actividades empresariales, información legal, información de los socios, estados financieros que garanticen solvencia económica, garantías (hipotecarias, prendarias, fiadores, inversiones o fondos de Garantías del Sistema de Banca para el Desarrollo) que respondan en caso de que no se pueda cancelar el crédito, además de cumplir con los criterios y disposiciones de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), una tramitología considerada excesiva porque las pymes son vistas como capital de riesgo y no como inversión en capital semilla.

En otras palabras, muchas personas físicas o jurídicas no son sujetos de créditos por los parámetros que les exigen las entidades financieras. Se consideran que tienen un nivel de riesgo muy alto y por eso a menudo se les niega el crédito y sus sueños quedan plasmados en una hoja.

Anteriormente las micros y pequeñas empresas que lograban adquirir un préstamo, también adquirían un compromiso de capacitación en temas administrativos, mercadeo y desarrollo del producto por parte del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), con el propósito de que administrasen adecuadamente los recursos, sin embargo, esto dejó de ser requisito.

Dado lo anterior, surge la idea del *crowdfunding* como una nueva forma de financiamiento para el desarrollo y crecimiento empresarial en Costa Rica ya que este no solo permitiría financiar una empresa sino además generar empleo y desarrollo al país. De ahí la importancia de conocer este nuevo modelo de financiamiento para personas emprendedoras.

### **1.1.2 Antecedentes internacionales y nacionales**

El primer antecedente en cuanto al *crowdfunding* en el mundo, es decir, el financiamiento en masa, se refiere a la banda de rock británica Marillion que consiguió financiar su gira por Estados Unidos a través de donaciones de sus fans hechas por internet en 1997. Otro ejemplo de financiación colectiva fue la producción de la película “Demian la Veille”, en el 2004, por Guillaume Colboc y Pommeraud Benjamin, quienes recolectaron aproximadamente 60 000 euros y esto les permitió rodar su película (Sáenz, 2016).

La empresa ArtistShare fue la primera en convertir una plataforma dedicada al *crowdfunding* en el año 2000. Sin embargo; fue hasta el año 2016 que el término '*crowdfunding*' es acuñado oficialmente para describir el concepto de pequeñas donaciones online para financiar grandes proyectos (Vascanez & Loja, 2019).

Se nota como el *crowdfunding* aparece y se presenta como una nueva oportunidad para los emprendedores, les permite el desarrollo de sus negocios o proyectos:

El creador del negocio tiene como alternativas: vender más sus productos o buscar el apoyo económico necesario para su desarrollo y las personas con recursos puede optar por financiar proyectos o comprar bienes recibiendo como beneficios los créditos de su inversión o el disfrute del bien comprado. (Villada & García, 2017, p.6).

A través del *crowdfunding* los emprendedores y sus proyectos pueden obtener además de recursos, nuevas ideas y soluciones por parte de los aportantes, los cuales pueden provenir de sus proveedores, clientes, amigos, familiares e inversionistas, por lo que la característica principal, es que una multitud puedan aportar fondos a los proyectos ofrecidos por dicha vía (Boom, 2018).

El concepto *crowdfunding* surge de la unión de los vocablos en inglés: *crowd*, que significa multitud y *funding*, que significa financiación, este término se utilizó por primera

vez en la publicación de Jeff Howe junto con Mark Robinson en “The Rise of Crowdfunding” (2018) y se completó con el desarrollo de la primera plataforma web dedicada a la obtención de fondos denominada: kickstater (Sáenz, 2016). Esta fue la primera plataforma en la organización de un sistema que ayuda y aporta al financiamiento de ideas nuevas y novedosas (Sánchez & Palma, 2018).

Como consecuencia de la crisis económica del 2008, esta opción de financiamiento se volvió mucho más atractiva para los pequeños empresarios y emprendedores; todo esto a causa del poco acceso al crédito que, en ese año, por lo que afectaba a este segmento de personas (Rugel, González, Navas, Torres & Vera, 2017).

Este método de financiación se fue utilizando en multitud de proyectos y buscando su hueco en el sistema económico moderno primero en Europa, luego Estados Unidos y años después en el resto del mundo (Sáenz, 2016).

En varios países de América Latina el *crowdfunding* sigue siendo un tema incipiente, Costa Rica no es la excepción por el contrario aún no se habla mucho del tema ni se cuenta con una legislación. “En nuestro país el caso más paradigmático, fue la participación de Hernán Jiménez con su película “El Regreso”, quien recibió los fondos al realizar una campaña en Kickstarter.com. También Neto Villalobos, a través de la plataforma indiegogo.com sobrepasó la meta establecida para la postproducción de: “Por las Plumas”” (Arce,2015, p.82).

El *crowdfunding* se considera como una alternativa a la falta de financiación de proyectos empresariales, sociales y culturales que permite acceder con facilidad a la financiación (Boom, 2018). Según Sánchez & Palma (2018) se utilizan las plataformas virtuales para que el emprendedor detalle su idea y los inversionistas (visitantes de la web) apoyen económicamente dicho proyecto.

En la actualidad el *crowdfunding* cada vez tiene más aceptación y está experimentando un gran crecimiento, esto se debe a que permite que las buenas ideas no se queden en una hoja plasmada, sino que además se puedan llevar a cabo, porque otras personas alrededor del mundo han considerado que no deben quedarse solo en proyectos y los apoyan.

### **1.1.3 Delimitación del problema:**

La investigación se lleva a cabo en la provincia de Heredia, donde se intentó aplicar una encuesta en al menos 80 personas, pero finalmente respondieron solo 53, con edades comprendidas entre los 18 años y los 60 años. Las personas entrevistadas son económicamente activas. Se estima que la investigación abarca 6 meses, a partir del mes de mayo del 2020.

#### 1.1.4 Justificación del problema

En Costa Rica, al igual que en muchos otros países, la generación de recursos económicos depende de unas pocas actividades productivas, entre ellas se puede mencionar los cultivos tradicionales, el turismo y la inversión extranjera directa en zonas francas. Estas empresas, a pesar de favorecer la generación de empleo, lo hacen en una cantidad finita.

Se hace evidente la insuficiencia de este modelo productivo en la generación de empleo por lo que se considera necesario la búsqueda de alternativas con el fin de suplir las necesidades de generación de recursos y de empleos. El emprendedurismo y las PYME`s surgen como esos modelos productivos de generación de recursos, a partir de la iniciativa privada.

Sin embargo, el emprendedurismo está ligado de manera indisoluble al financiamiento que se pueda obtener, muy necesariamente a través de fondos públicos, como la banca para el desarrollo, o bien desde las iniciativas privadas.

Por ello, se considera el *crowdfunding* o financiamiento en masa, como una alternativa adecuada para financiar la inversión de pequeños emprendimientos que, a la hora de evaluar su rentabilidad, los pronósticos muestran resultados favorables para crear microempresas con potencial y enfoque de mercado.

Considerando lo anterior, esta investigación es de conveniencia puesto que no solo contiene un valor teórico sobre *crowdfunding*, sino que además ofrece una alternativa de financiamiento a las personas emprendedoras y las PYME`s en tiempos de crisis y post COVID-19.

A pesar de que los gobiernos han venido anunciando algunas medidas para hacerle frente a la pandemia del COVID-19, como apoyar a las pymes con el fin de que estas empresas no cierren y contribuyan a mover la economía, parece que la norma, y no la excepción, es que los emprendedores no cuentan con las herramientas financieras necesarias para crear su propia empresa.

Por lo que, esta investigación toma en cuenta los procedimientos que se deben llevar a cabo para posicionar una pyme del sector comercial en la provincia de Heredia, en el año 2020.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Con base en el tema de esta investigación, la pregunta de este trabajo se formula de esta manera:

**¿De qué manera el crowdfunding puede utilizarse como financiamiento de un proyecto comercial de emprendedurismo, Heredia, año 2020?**

### **1.2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Sampiere (2019), los objetivos señalan lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio y ser específicos, medibles, apropiados y realistas.

### **1.2.2 Objetivo General**

**Evaluar el crowdfunding como forma de financiamiento de un proyecto comercial de emprendedurismo, Heredia, año 2020.**

### **1.2.3 Objetivos específicos**

- 1. Identificar los tres principales tipos de crowdfunding.**
- 2. Comparar las condiciones financieras principales del crowdfunding con respecto a los créditos a microempresarios.**
- 3. Definir las características del emprendimiento del sector comercial que permitan la valoración del negocio que se propone.**
- 4. Indicar como se puede financiar con crowdfunding el emprendimiento del sector comercial, en la ciudad de Heredia, año 2020.**

## **1.2.4 Alcances y limitaciones**

### **1.2.4.1 Alcances**

En esta investigación se toman en cuenta los procedimientos que se deben llevar a cabo para posicionar una pyme del sector comercial en la ciudad de Heredia, en el año 2020.

### **1.2.4.2 Limitaciones**

La situación económica vigente que ha cambiado las condiciones generales y específicas de cada industria, lo que ha incidido en que no haya una mayor disposición para flexibilizar requisitos de créditos para pymes, obligando a redoblar esfuerzos para obtener información.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Marco teórico conceptual**

### **2.1.1 Planeación estratégica**

Surge en los años sesenta como una estrategia administrativa con el propósito de alcanzar los objetivos de la empresa. Se formulan, implementan y evalúan las decisiones organizacionales basados en los factores internos y externos.

El proceso de planeación estratégica es una propuesta de desarrollo competitivo de mediano y largo plazo, para definir objetivos, elaborar estrategias y determinar acciones que resulten en un aumento de la competitividad, asegurando la sostenibilidad de la organización (Chiavenato, 2017). Esta herramienta busca ventajas competitivas y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Asimismo, López & Ortega (2016), definen planeación estratégica como un proceso en el cual tomadores de decisiones de una organización vislumbran el futuro y desarrollan las acciones necesarias para alcanzarlo.

Cuando se habla de planeación estratégica se debe tomar en cuenta tanto el presupuesto anual como las estrategias que piensa utilizar la empresa. Al respecto

Contreras (2013) afirma: La planeación estratégica requiere que las personas encargadas de tomar las decisiones en una empresa tengan claro qué clase de estrategias van a utilizar y como las van a adecuar a las distintas alternativas que se van a presentar en la medida en que va creciendo o posicionándose en el mercado.

## **2.1.2 Misión, Visión y Valores**

### **Misión:**

Se define como la razón de ser, el gran objetivo de toda la organización (González & Parera, 2012). Representa el aporte más significativo a la sociedad por lo que simboliza el propósito por el que trabajan y se esfuerzan los miembros de la misma, de ahí que ayuda a movilizar, concentrar las energías y capacidades de la organización, tomando decisiones que ayuden a cumplir con dicha finalidad.

### **Visión:**

La visión es una imagen de un estado futuro ambicioso y deseable que está relacionado con el cliente interno y externo, que tiene que ser mejor que el estado actual y que a su vez se convierte en un sueño de largo alcance y para lograrla se requiere pasión, sacrificio, tenacidad y dinamismo por parte de los integrantes de la empresa (Arauz, 2017).

La visión es la imagen que la organización tiene de sí misma y de su futuro. Está dirigida hacia lo que se pretende ser en tiempo y el espacio. Toda organización debe tener una visión correcta de sí misma, de los recursos que tiene a su disposición, del tipo de relaciones que desea tener con sus clientes y mercados.

La misión y la visión son las piedras angulares de la estrategia empresarial ya que la misión me dice cuál es la razón de ser de organización y la visión indica donde se quiere llegar; la misión permite a las organizaciones alcanzar la visión; siempre que haya congruencia entre sí, como consecuencia aumentan el valor de la organización y mejoran su competitividad.

**Valores:**

Patrones estratégicos relativamente estables en el tiempo, que indican que una forma de actuar es mejor que su opuesta para conseguir los fines organizacionales (Iglesias & Ramírez, 2019).

Los valores son esencialmente prioridades basadas en la integridad o elecciones que están presentes en lo que hacemos y no hacemos, en lo que nos hemos acostumbrado y lo que somos capaces de tolerar de manera pública y abierta (Iglesias & Ramírez, 2019).

Los valores organizacionales son importantes porque guían las actuaciones y dan dirección a la organización. Por lo que se deben definir claramente y sus colaboradores deben adoptarlos como suyos, para consolidar una cultura organizacional y distinguirla de los demás.

### **2.1.3 Presupuesto**

Según Fagilde (2019), el presupuesto es una representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación, coordinación control de funciones. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción, de las estrategias necesarias para lograrlos.

Los presupuestos mantienen un plan de operaciones de la empresa con límites razonables y son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.

### **2.1.4 Crowdfunding o financiamiento en masa**

Según Arce (2015), estos se constituyen como: “fuente de recursos para almacenar, compartir, difundir o visualizar contenidos en internet en el momento que convenga. De acuerdo con su uso o contenido, se pueden encontrar para almacenar documentos, videos, fotos, presentaciones, plataformas educativas entre otros” (p.42).

Los referentes teóricos en la teoría administrativa tienden a ser sumamente concisos y poco ambiguos entre los diferentes autores estudiados. Por este motivo, el presente marco conceptual posee la ventaja de mostrar definiciones aceptadas de manera general. Es importante este ejercicio académico en aras de facilitar a los lectores, conceptos importantes para la investigación y claridad, evitando ambigüedades, conceptos previos o ideas erradas. En este apartado se logrará

entender el *crowdfunding* como alternativa dinámica de financiamiento, los agentes de financiación, las PYMES así como otras.

#### **2.1.4.1 Crowdfunding**

El tema medular de la investigación es sin duda el *crowdfunding*, una práctica innovadora para el financiamiento de proyectos. Sin embargo, no hay conocimiento generalizado sobre su definición, práctica o acceso al mismo. El *crowdfunding* se puede definir como “un proceso donde los empresarios, artistas y organizaciones sin ánimo de lucro pueden recaudar fondos para sus negocios o proyectos, obteniendo el apoyo de muchas personas en internet, quienes, en conjunto, contribuyen con su dinero a los proyectos con los que sienten alguna afinidad”. (Schwienbacher, A y Larralde, B 2019).

Por otro lado, la Comisión Europea (2013) avanza en la definición del *crowdfunding*, planteándolo como “una forma emergente de financiación alternativa que une directamente a los que pueden dar, prestar o invertir el dinero con los que necesitan la financiación para un proyecto específico”. Es decir, no solamente comprende organizaciones sin fines de lucro sino también puede abarcar pymes o proyectos privados. por lo tanto, para este trabajo se definirá el *crowdfunding* como una forma de financiación en masa, en la cual, a través de una plataforma en línea se presentan proyectos y recaudan fondos entre un grupo de personas con el fin de implementarlo. Quienes contribuyen al proyecto son personas físicas y jurídicas que comparten la finalidad del proyecto como lo puede ser el planteado en esta investigación.

Por último, en palabras de Rodríguez (2014), el término *crowdfunding* cuenta con muchas definiciones en el mundo, las cuales reúnen características similares tales

como: 1) la comunidad aporta ideas, esfuerzo o recursos, 2) se consigue financiación bajo diferentes esquemas jurídicos o económicos y 3) se emplean tecnologías digitales que permiten la interacción de los participantes en las diferentes modalidades de *crowdfunding*. Durante muchos años las personas han buscado ser apoyadas en sus proyectos para llevarlos a cabo; sin embargo, hasta ahora gracias a los avances tecnológicos se buscan estos aportes por medio de plataformas a nivel mundial de forma que se le puede llegar al mundo entero.

#### **2.1.4.2 Plataforma**

Existen miles de plataformas en el mundo, con diferentes funciones, objetivos y mecanismos. Sin embargo, es necesario hacer el esfuerzo de definir las como directamente al *crowdfunding* aquellas herramientas digitales que facilitan dinamizan y permiten que se ejecuten de una manera efectiva las acciones de una campaña de crowdfunding (López, 2019). En este sentido, la plataforma de *crowdfunding* sirve como intermediario entre las personas que requieren el financiamiento para su proyecto y las personas que están dispuestas a invertir sumas pequeñas en negocios potenciales.

Existe una relación intrínseca entre el *crowdfunding* y la plataforma digital ya que la primera crea el espacio virtual para vincular los agentes de financiación con el proyecto. En este sentido, el *crowdfunding* como alternativa de financiamiento es una operación triangular en la que intervienen los siguientes agentes de financiación:

### **2.1.4.3 Gestor de la plataforma**

El primer elemento en esta operación triangular es el gestor de plataforma, quien puede ser definido como la “Persona encargada de crear un entorno cerrado de interacción electrónica y proporcionar a los usuarios registrados el acceso a los servicios y las aplicaciones básicas a los promotores para publicar sus proyectos, lanzar la campaña de financiación, y hacer un seguimiento del estado de la misma” (Vicente, 2013, p.113).

El gestor de la plataforma facilita a los aportantes realizar sus contribuciones, interactuar con los promotores, da seguimiento a las opiniones y participaciones emitidas. La prestación de estos servicios puede ser gratuita o retribuida mediante una cuota fija o un porcentaje sobre las transacciones realizadas en la plataforma. En pocas palabras el gestor de la plataforma pretende mediar entre los promotores del proyecto y los aportantes

### **2.1.4.4 Promotor del proyecto**

El promotor del proyecto es el segundo elemento trinitario del *crowdfunding* y se conoce como la “Persona física o jurídica que solicita financiación para poner en marcha su iniciativa o proyecto cultural, artística, científica o empresarial” (Vicente, 2013, p.113). Sin embargo, Sáenz (2017) es más atinente al aclarar que es la persona física o jurídica que solicita financiación para poner en marcha su proyecto, lo hace mediante una plataforma de *crowdfunding*, en la cual presenta su proyecto (identificando los riesgos y el potencial de su iniciativa) para atraer a los futuros aportantes de fondos.

Por medio de una campaña de *crowdfunding* se atrae el interés de personas físicas o jurídicas y sus aportes en el futuro. De manera que el promotor del proyecto va contar con los recursos financieros propios y necesarios para llevar a cabo su proyecto.

#### **2.1.4.5 Aportantes del proyecto**

El tercer elemento se refiere a los aportantes del proyecto entendido como las “personas interesadas en apoyar el proyecto del promotor y que con dicho fin realizan una aportación dineraria al proyecto. Estos inversores pueden ser personas físicas o jurídicas, que inviertan de forma profesional o no” (Sáez, 2017, p.10). De igual forma (Vicente, 2013) los define como los usuarios interesados en apoyar el proyecto del promotor con ideas, fondos o recursos de diverso tipo.

Es importante recalcar que los aportantes o inversionistas del proyecto pueden ser personas físicas o jurídicas, que contribuyan de forma profesional o no al proyecto. Se debe ser cuidadoso al emplear este mecanismo de financiamiento y entender que, aunque La filosofía del crowdfunding es “la fuerza de lo pequeño”, técnicamente no hay nada que impida el aporte de las empresas estos proyectos. Los aportantes del proyecto pueden ser donantes, prestamistas, compradores o destinatarios del servicio (previamente contratado y abonado) o auténticos socios, partícipes o accionistas de la sociedad promotora del proyecto.

### **2.1.4.6 Financiamiento**

Una vez entendida la dinámica entre los agentes de financiación del crowdfunding y el papel que cada uno desempeña es importante conocer el concepto de financiamiento. Aunque generalmente reconocido, el financiamiento constituye en palabras de Boscán y Sandra (2016) como “la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado”. Por lo tanto, el financiamiento debe entenderse no solo como necesario para el inicio de una empresa, proyecto o inversión, sino también para la expansión y desarrollo de las mismas. Sin embargo, cabe desatacar la importancia del clima de inversión y crecimiento económico es importante para el financiamiento; en este sentido, desde de la crisis de 2008, ha sido más difícil tener acceso de financiamiento para el emprendimiento e innovación bajo el esquema del sistema bancario supervisado. Dado que las instituciones bancarias no desean asumir grandes riesgos y estos proyectos no siempre son exitosos.

El financiamiento, como forma de obtención de recursos, puede presentar variantes según la modalidad que se utilice, siendo desde Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) hasta el financiamiento en masa, de manera reembolsable o no reembolsable. A continuación, se explicarán con mayor detenimiento cada una de estas modalidades a fin de homogenizar y establecer los conceptos a utilizar durante el resto de la investigación.

#### **2.1.4.7 Sistema de Banca para el Desarrollo**

Como primer gran estructura de financiamiento para las empresas y proyectos se encuentra el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) el cual fue creado mediante la ley 8634 y lo define en su artículo 1 como un mecanismo para financiar e impulsar proyectos productivos, viables, acordes con el modelo desarrollo del país en lo referente a la movilidad social. El SBD tiene como objetivos establecer políticas y acciones que contribuyan con la inclusión financiera y económica, establecer políticas crediticias aplicables al SBD, promover la participación de entes públicos y privados que brinden servicios no financieros y de desarrollo empresarial, fomentar la innovación y adaptación tecnológica orientada a elevar la competitividad, implementar mecanismos de financiamiento para fomentar el microcrédito y promover la creación de empresas por medio de instrumentos financieros como capital semilla y capital de riesgo.

Como un gran brazo para estimular la economía del país, el SBD puede dirigirse y orientarse bajo diversas visiones o políticas económicas, sin embargo, sigue siendo la forma tradicional y generalizada de financiamiento para los proyectos.

Como se menciona las características el SBD posee instrumentos financieros siendo la capital semilla y el crédito los más comunes. El crédito es sinónimo de la expresión “derecho personal”, en síntesis, alude a la obligación de cualquier clase por un acreedor (Guzmán, 2014); es términos administrativos es adquirir un compromiso de pago por un préstamo negociado entre las partes, con pautas sobre el tiempo, monto e interés y demás. Por otro lado, aparece la capital semilla, entendido como proyectos individuales y asociativos que se financian con recursos no reembolsables con el

propósito de poner en marcha una idea de negocio (MEIC,2020). Estas formas de financiamiento tradicionales muchas veces están alejadas de la realidad de muchos gestores de proyectos, quienes ven limitadas con capacidades y condiciones para obtener un crédito o una capital semilla por lo que aparecen innovadoras opciones como el “financiamiento en masa”, más afín al crowdfunding.

### **2.1.5 El emprendedurismo, el emprendedor y el emprendimiento**

El financiamiento, mencionado anteriormente, está dirigido tanto a empresas consolidadas que desean expandirse o aumentar su producción, así como a empresas y proyectos nuevos. A este segundo grupo, el de los nuevos proyectos, es al que la investigación está dirigida. El emprendedurismo, como una nueva rama de la administración busca potenciar el ingenio y habilidades de las personas para generar micro y pequeñas empresas, creando encadenamientos productivos con otras en una relación de colaboración productiva. Así el emprendedurismo se concibe como el conjunto de cualidades emprendedoras, como la iniciativa, la innovación, la creatividad y la asunción de riesgos en el ambiente de trabajo, en donde se usan las habilidades apropiadas, que sean necesarias, para el éxito en ese entorno y la cultura. (Chigunta, 2012)

Como pilar de la economía costarricense, es importante el emprendedurismo en términos políticos a través decretos o leyes por parte del gobierno. Según la Política Pública Costa Rica Emprende (2010-2014), emprendedurismo es definido como la “Actividad o grupo de actividades que emergen de la detección de oportunidad e identificación de necesidades y que se traducen en beneficios económicos y

sociales. Fenómeno económico o social que emerge en el desarrollo de la actividad emprendedora". (MEIC, 2010, p 4).

Pero el emprendedurismo no sale del Estado ni de las grandes empresas, sino de personas civiles, que con visión y pasión logran transformar una idea o necesidad en oportunidad laborar para sí, su familia y colaboradores; esa persona es una emprendedora. Para algunos autores, la persona emprendedora es aquella que convierte una idea en un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable (Chaves & Fonseca, 2015).

Es aquí, en la cotidianidad, donde se debe marcar una diferencia sustancial entre el emprendedurismo y el emprendimiento. El primero es una definición más técnica, instrumental y hasta política; el segundo se puede definir como la capacidad que tienen las personas de transformar un desafío en oportunidades mediante el establecimiento de un objetivo y la realización del esfuerzo necesario para alcanzarlo, incorporando la innovación y la creatividad (Waldo, 2012).

Otros autores coinciden al caracterizarlo como algo más metafísico, impulsivo, psicológico y enérgico, como Ramírez (2013), quien define el emprendimiento como el ímpetu por iniciar algo o el espíritu emprendedor, en el sentido empresarial, utilizado como herramienta para superar los constantes y crecientes problemas económicos; se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional para establecer una empresa, meta u objetivo. También, es aplicado aquellos empresarios que agregan un valor o innovación a un producto, proceso o servicio existente.

### **2.1.6 Pequeñas y medianas empresas (PYMES).**

El emprendedurismo y el emprendimiento son acciones indisociables, prácticas establecidas, metas y sueños los cuales tienen como fruto las pequeñas y medianas empresas (PYMES). En esta dinámica emprendedurismo-PYMES es posible entender la lógica de llevar a la práctica las ideas y proyectos establecidos por las personas emprendedoras, volverlos tangibles en servicios o productos. Como parte importante de la economía costarricense, las PYMES son entendidas como compañías pequeñas locales o regionales con el propósito de promover el desarrollo económico nacional (MEIC,2010).

De acuerdo con la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, Ley No. 8.262 del 2 de mayo del 2002, sus reglamentos y modificaciones, se define pyme como: “Unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios” (Monge & Rodríguez, 2012, p.10). En cuanto a generación de fuentes de empleo la importancia con respecto a las pymes es alta en Costa Rica. Este sector productivo como un todo genera el 49,7 por ciento de los 760.868 puestos de trabajo registrados por la CCSS en empresas formales y semiformales (Monge & Rodríguez, 2012).

### **2.1.7 Comercio electrónico y redes sociales**

En la actualidad y en especial durante el contexto de la pandemia por Covid-19) muchas PYMES han tenido que adoptar mecanismos para la sobrevivir, innovarse y buscar alternativas para seguir ofreciendo sus servicios y productos. El comercio electrónico es una alternativa innovadora para todas las empresas en especial las PYMES, la cual consta de “Todo acto de comercio realizado en todo o parte utilizando medio electrónicos, en concreto todo acto que se desarrolla a través del internet” (Arias, 2016, p.41). Según Rubio y Escolano (2012), se considera comercio electrónico cualquier forma de transacción comercial directa o de apoyo que, basada en medio telemáticos, tiene lugar a lo largo de toda la cadena de suministro desde la empresa hasta el consumidor final, utilizando como soporte redes de telecomunicación.

Ambos actores coinciden en que el comercio electrónico ha crecido de forma exponencial gracias a los avances tecnológicos de los últimos años. Este ha eliminado barreras y ha permitido un contacto en tiempo real entre consumidores y vendedores trayendo consigo mayor eficiencia en el ciclo de producción y una disminución en los precios al eliminar intermediarios. Una plataforma muy importante para la expansión y conocimiento de las PYMES en este comercio electrónico son las redes sociales definidas como “comunidades en línea formadas por personas con intereses en común, que se comunican mediante internet, comparten, colaboran o exploran objetivos o actividades” (Marques, 2013). De acuerdo con el mismo autor, una red social en internet hace uso de las tecnologías para potenciar la comunicación ayudando a poner en común conocimientos y comunidades al permitir integrar y encontrar personas u organizaciones; además incentiva la cooperación pues permite hacer cosas juntas.

Como se pudo observar existe una relación importante entre el emprendedurismo, el emprendimiento y las PYMES, partes intrínsecamente ligadas de un mismo proceso. Además, la innovación y la eficiencia hacen que las PYMES en este contexto de covid-19 busquen alternativas de financiamiento como el financiamiento en masa inspirado en el *crowdfunding*.

### **2.1.8 Estudios técnicos (Legal, Técnico, Operativo)**

El estudio técnico se define como el estudio que provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área (Sapag, 2014, p. p32).

El estudio legal regula las relaciones tanto internas como externas con los diferentes entes, generando costos al proyecto, por lo que influye sobre la cuantificación de sus desembolsos (Sapag, 2014).

### **2.1.9 Viabilidad Financiera**

Es el estudio que determina en último término, la aprobación o rechazo de un proyecto (Sapag, 2014, p. p25). Es importante señalar que son varios los estudios que deben realizarse cuando se evalúa un proyecto evaluar un proyecto: de viabilidad comercial, técnica, legal, organizacional, de impacto ambiental y financiera, cada uno de ellos determinan si se debe llevar o no a cabo un proyecto.

### **2.1.10 Flujo de Efectivo**

El Flujo de Efectivo o Flujo de Caja es la medida apropiada de los ingresos y costos que recibe y paga, respectivamente, una empresa durante un determinado período (Cornejo & Díaz, 2016, p.p 38). Los flujos de efectivo representan el verdadero flujo de entrada y salida de poder adquisitivo de una compañía: al momento de efectuar un pago (por ejemplo, por la compra de inventario, para saldar una deuda bancaria o por la adquisición de una maquinaria, entre otros) se produce un sacrificio de poder

adquisitivo; por otra parte, en el momento en que se reciben los ingresos se produce un aumento en el poder adquisitivo de la empresa.

### **2.1.11 Rentabilidad**

La rentabilidad de un negocio busca medir su rentabilidad independientemente de quien lo haga, mientras que la rentabilidad de un inversionista busca medir la rentabilidad de los recursos propios del inversionista en la eventualidad de que se lleve a cabo el proyecto (Sapag, 2014, p. p4). Para determinar si es conveniente destinar recursos en una idea se realizan estudios de prefactibilidad y factibilidad.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLÓGICO**

Relacionado con la parte metodológica de esta investigación se procede a documentar los principales aspectos

### **3.1 EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Las investigaciones académicas se pueden dividir en: cuantitativas, cualitativas y mixtas. Cada una de ellas tiene sus particularidades y puntos fuertes dependiendo del interés del autor y de la intencionalidad de la investigación. El primero, denominado enfoque cualitativo es descrito por Hernández, et al. (2012) cuando afirma que este “Enfoque [...] utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p.48). Este enfoque se basa en trabajos reflexivos, sociales, o en los cuales la interpretación sea el punto fundamental.

Por otro lado, existe el enfoque cuantitativo, que difiere tangencialmente del primero en cuanto se basa en “la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, et al. 2012, p.45). Este segundo enfoque tiene como rasgo medular el uso de instrumentos numéricos, centrándose en lo cuantificable y verificable de los datos.

A pesar de los aportes de ambos enfoques, es relevante destacar que ninguno de los dos llena a cabalidad las necesidades de nuestra investigación. Al ser un trabajo con fuerte contenido administrativo se necesitan datos e información cuantificable, pero (por la situación del covid-19) dichos datos deben ser interpretados a la luz del contexto socioeconómico. Por tal motivo, se decidió aplicar un enfoque mixto que rescate lo

mejor de ambos enfoques a fin de conjugarlos con las necesidades del mismo. El Enfoque mixto, para Sampiere & Mendoza (2014) “Representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p 534). Cabe recordar que el enfoque mixto no es una combinación al azar de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sino que éste tiene su propia metodología e instrumentalización; de ahí que se tome la decisión de aplicarlo en nuestro trabajo.

### 3.2 EL ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Referente al alcance de esta investigación se puede decir que se aplicarán dos: el de tipo exploratorio y el de tipo descriptivo. Si se observa el objetivo general de la investigación, este versa en evaluar el crowdfunding como forma de financiamiento de un proyecto comercial de emprendedurismo, Heredia, año 2020, por lo que no hay necesidad de profundizar ni hondar en términos teóricos el trabajo.

De esta manera, con relación a los estudios de tipo exploratorio, Barrantes (2018) lo define como “Temas de investigación sobre los que sabemos muy poco, por eso hay que explorar al respecto para así aumentar con el grado de familiaridad con el fenómeno, que se supone que es relativamente desconocido.” (p.131). Es importante destacar esta característica dado a que en Costa Rica existe un desconocimiento generalizado del crowdfunding, evidenciado en los antecedentes, por lo que el alcance exploratorio se torna ideal.

Aunado a lo anterior, tenemos los alcances de tipo descriptivo. Barrantes (2018) en su investigación afirma que los trabajos buscan “... describir situaciones y eventos, buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido análisis. Miden de manera independiente las variables con las que tiene que ver el problema, aunque muchas veces se integran esas mediciones, su objetivo final es describir situaciones.” (p 131). En este sentido, las descripciones del contexto y del mecanismo del crowdfunding son suficientes para poner en práctica esta alternativa de financiamiento, propósito final de este trabajo.

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación con su parte fundamental de metodología, debe ir conjugado en todas sus partes, desde el objetivo a lograr hasta el enfoque y el diseño de la investigación.

De esta manera, si tenemos un enfoque mixto con alcances descriptivos y exploratorios, es necesario aplicar diseños de carácter experimental y transversal. A continuación, se describe la importancia de cada una.

#### **3.3.1 Diseño no experimental**

La posición del sujeto investigador es para mostrar preponderantemente el contexto a describir:

Los diseños experimentales tienen un corte descriptivo, en búsqueda del manejo de variables lo más ecuánime posible, describiendo la realidad estudiada, por lo que son considerados “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”.

(Sampiere & Mendoza, 2014, p. 152).

### **3.3.2 Investigación transversal**

La investigación se lleva a cabo en el año 2020 en la ciudad de Heredia y alrededores.

Al tratarse la investigación sobre la aplicación real del crowdfunding a un proyecto de emprendedurismo, los alcances que la misma tiene, así como sus resultados no son replicables a otros contextos espacio-temporales. Por lo tanto, encontramos aquí un tipo de investigación transversal ya que éstos son “estudios que se hacen con un corte transversal en el tiempo e indagan sobre el objeto, la realidad o el fenómeno en ese momento de estudio”

(Campos, 2015, p. 88).

### **3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS O SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En aras de volver concreta una investigación que hasta ahorita es abstracta, se torna necesario delimitar los sujetos de investigación o las unidades de análisis. La claridad en los sujetos de investigación dará paso a crear instrumentos de recolección de información, atinentes, relevantes y útiles para el trabajo. A continuación, se describirán cada una de las partes de las unidades de análisis.

#### **3.4.1 Población**

La población debe ser delimitada en tiempo y espacio para así cumplir con el objetivo del emprendedurismo: dotar de empleo a mujeres de Heredia entre 18 y 65 años para el empoderamiento social de las mismas.

En este sentido, es necesario recurrir a Campos (2015) quien entiende como población a: “Todas las unidades de análisis en las que se observara el problema en estudio. Es decir, es la totalidad de los sujetos de los cuales se obtendrá información mediante la aplicación de las técnicas seleccionadas” (p 90).

#### **3.4.2 Tipos de muestreo**

La población, en su totalidad resulta inconmensurable para el investigador y su trabajo, por lo que este se limita a trabajar con muestras, a fin de generalizar los resultados obtenidos. Sin embargo, la muestra lleva todo un proceso metodológico y se entiende como “la parte de la población o el universo que se selecciona para desarrollar la investigación” (Campos, 2015, p. 90). La muestra, a pesar de ser solo una parte de la

población debe cumplir con el rigor metodológico que implica una muestra de tipo probabilística.

#### 3.4.2.1 Muestra de tipo probabilística

Al ser la población de estudio tan amplia dentro de una investigación descriptiva es necesaria una muestra que arroje los datos que se necesitan sin caer en sesgos. Por lo tanto, se pueden definir las muestras de tipo probabilísticas como “aquellas en que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos [...] Para una muestra probabilística se necesita conocer dos aspectos fundamentales: el tamaño de la muestra y la forma de seleccionar los elementos de la muestra” (Barrantes, 2018, p. 135, 136).

En este sentido, los datos que arrojen los instrumentos pueden generalizarse para la toma de decisiones. Tomando en cuenta que el trabajo aquí presentado no posee connotaciones sociológicas y su punto medular no es el fenómeno social alrededor del crowdfunding o el emprendedurismo, no es necesaria la muestra probabilística sino una de carácter menos estricta como la muestra no probabilística.

#### 3.4.2.2 Muestra no probabilística

Dicha muestra, por sus características, se acopla fehacientemente al modelo de investigación buscado en el trabajo. Los datos arrojados por la muestra son un complemento al punto medular de la investigación, por lo que su funcionalidad puede pasar a un segundo plano. Por lo tanto, se torna necesario el uso de la muestra no probabilística, ya que la misma se da “cuando la selección de los elementos no

depende de la probabilidad, sino a otras causas relacionadas con el investigador o el estadígrafo [...] Las muestras no probabilísticas suponen un procedimiento de selección informal o hasta arbitrario” (Barrantes, 2018, p. 135, 136).

En términos prácticos, el tipo de muestra a utilizar en esta investigación es la muestra no probabilística o muestra dirigida ya que permitirá definir los instrumentos de recolección y las formas de selección, aplicación y tabulación de los datos.

### 3.4.3 Criterios de inclusión y criterios de exclusión

**Tabla 1**  
**Criterios de inclusión y criterios de exclusión**

<b>Criterios de inclusión</b>	<b>Criterios de exclusión</b>
Se refiere a aquellas personas con conocimiento acerca del significado del financiamiento en masa que residen en la ciudad de Heredia y alrededores.	Se refiere a todas aquellas personas que no tienen conocimiento sobre el significado del financiamiento en masa que residen en la ciudad de Heredia y alrededores.

Fuente: elaboración propia.

3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con los participantes.

Por tratarse de un tema incipiente, poco estudiado a nivel nacional se recomienda tener cuidado con el manejo de la información, así esta se puede considerar confidencial puesto que se está revelando información nueva e importante.

En cuanto el procesamiento de la información se debe manejar con responsabilidad tanto en el momento de recolección, análisis como difusión de datos.

El contacto con las personas se va llevar a cabo con el mayor cuidado posible de manera virtual, sin exponer ni comprometer a los participantes algún tipo de daño o alterando-difundiendo la información personal. Lo anterior con el propósito de realizar un estudio de manera objetiva, precisa y clara, tomando decisiones correctas y produciendo conocimiento con ética.

## **3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Como se evidenció anteriormente, la escogencia de la muestra no probabilística tiene como fundamento los alcances descriptivo y transversal de la investigación. De ahí que los instrumentos a utilizar busquen igualmente la descripción del contexto y del fenómeno a estudiar; por lo tanto, se aplicarán tanto la observación como el cuestionario en la recolección de datos.

### **3.5.1 Observación**

La observación es un recurso sencillo en la recolección de dato ya que solamente implica la puesta en práctica de sentido común del investigador. Se debe tener cuidado porque la observación debe tener un objetivo y de ser posible una rúbrica sobre lo que se desea observar. En este sentido Latorre (2015) recalca la importancia de observar lo que las personas dicen o hacen y tratar de descubrir lo que ocurrió o bien podemos preguntarles sobre lo ocurrió o analizar los materiales o huellas que dejaron.

### **3.5.2 Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento de mayor complejidad en su elaboración, el cual también necesita de ciertos protocolos para su aplicación, recolección y tabulación. Es de capital importancia hacer una validación de instrumentos para saber si las preguntas son inteligibles, si están relacionadas con la investigación o bien si la información que arroja son de verdadera utilidad. Así, podemos definir el cuestionario como “el conjunto de cuestiones o preguntas sobre un tema o problema de estudio que se contestan por escrito” (Latorre, 2015, p 66). Cabe recalcar que “...la encuesta se materializa en un

cuestionario previamente elaborado que busca conocer la opinión o valoración de los sujetos seleccionados en una muestra sobre un asunto determinado” (Ramírez, 2012, p 44).

Este cuestionario puede ser de manera impresa (tradicional) o utilizar los medios tecnológicos para ser respondido en una plataforma en línea.

### 3.6 VARIABLES Y CATEGORÍAS

Tabla 2  
Cuadro de variables

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Identificar los tres principales tipos de crowdfunding	Crowdfunding	Forma emergente de financiación alternativa que une directamente a los que pueden dar, prestar o invertir el dinero con los que necesitan la financiación para un proyecto específico	Identificando las variables más importantes de cada tipo de crowdfunding	Haciendo referencia a las características de cada tipo de crowdfunding	Ponderando la importancia de un número limitado de componentes de cada tipo de crowdfunding	Observación
Comparar las condiciones financieras principales del crowdfunding con respecto a los créditos a microempresarios	Créditos	Compromiso de pago por un préstamo negociado entre las partes	Definiendo las características de los créditos empresariales y crowdfunding como otra alternativa de financiamiento.	Mencionando las condiciones de los créditos empresariales y el financiamiento en masa.	Confrontando los requisitos de financiamiento.	Observación
Definir las características del emprendimiento del sector comercial que permita la valoración del negocio que se propone.	Emprendimiento	Conjunto de cualidades emprendedoras, como la iniciativa, la innovación, la creatividad y la asunción de riesgos en el ambiente de trabajo, en donde se usan las habilidades apropiadas, que sean necesarias, para el éxito en ese entorno y la cultura.	Mencionando las características de un emprendimiento.	Señalando cómo se lleva a cabo un emprendimiento.	Identificando las características de un buen emprendedor.	Cuestionario
Indicar cómo se puede financiar con crowdfunding el emprendimiento del sector comercial, año 2020, Heredia.	Sector comercial	Ámbito en que se desarrolla una actividad económica.	Mostrando cómo se financia un proyecto por medio de crowdfunding.	Indicando cuál es el procedimiento a seguir para financiar en masa un proyecto.	Identificando casos exitosos de financiamiento en masa.	Cuestionario

Fuente: elaboración propia.

### **3.6 ANÁLISIS DE DATOS**

El análisis de datos se realiza sobre una base ética con el objetivo de proteger la información en especial lo que compete al emprendimiento, ya que como ya se dijo corresponde a una empresa PYME con una estrategia comercial definida.

Por otro lado, también se puede hablar de información muy valiosa con respecto al financiamiento en masa ya que es un tema muy poco investigado, lo que supone limitación de fuentes a nivel local.

En general, se considera que la investigación servirá una guía para llevar a cabo emprendimientos tipo PYME aprovechando los financiamientos en masa.

## **CAPÍTULO IV**

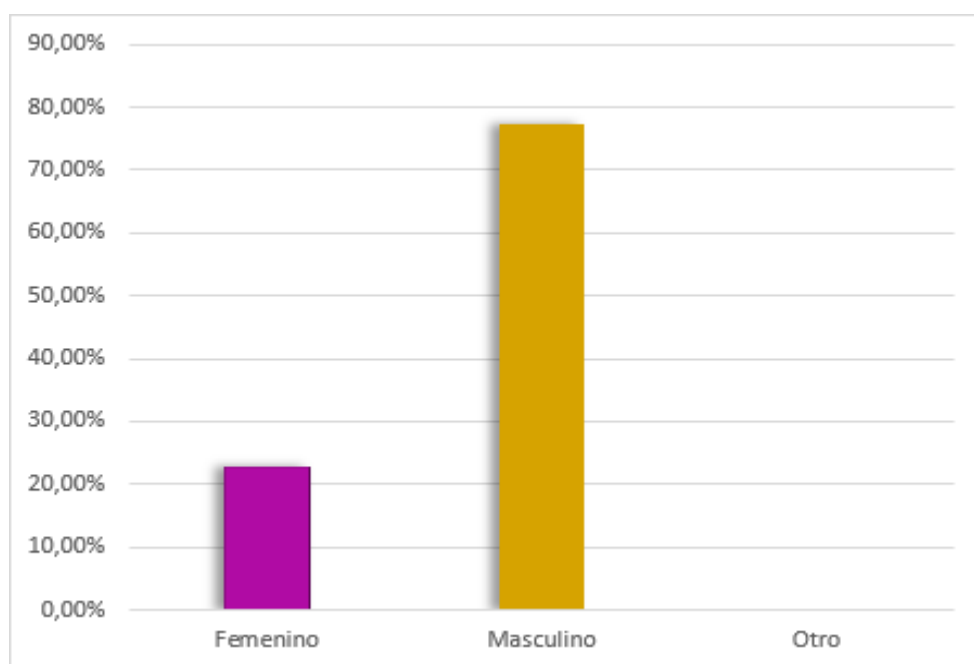
### **RESULTADOS**

Como primer paso en este capítulo se procede a la presentación de los resultados de la aplicación de la encuesta a 53 sujetos que manifestaron conocer acerca del crowdfunding.

**Tabla N°1**  
Género de las personas encuestadas

Género	Femenino	Masculino	Otro
	13	44	0

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.



*Figura: 1*  
Genero de las personas encuestadas  
Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

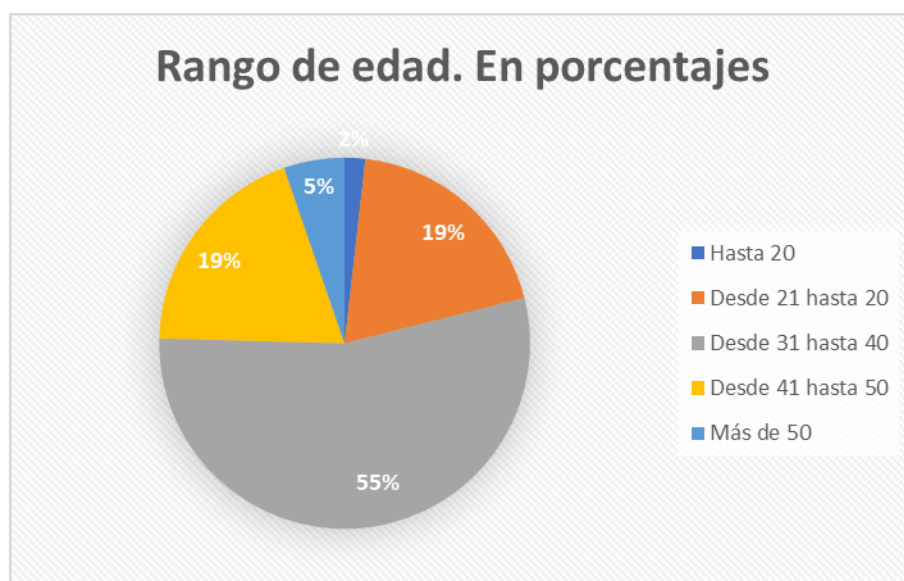
Es importante denotar que la mayoría de las personas encuestadas se identifican con el género masculino en más de tres veces respecto al género femenino. Además no se cuenta con personas que se identifiquen fuera del género binario masculino/femenino.

**Tabla N°2**

Rango de edad

Rango de edad	
Hasta 20	1
Desde 21 hasta 30	11
Desde 31 hasta 40	31
Desde 41 hasta 50	11
Más de 50	3

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 2*

Rango de edad

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

Una de las características más importantes es que para dicha encuesta el rango etario más importante es el de los adultos jóvenes entre las edades de 31 a 40 años; estas representan más de la mitad de los encuestados. Los otros grupos en igual importancia son los que están por encima y debajo del grupo principal (31-40) es decir aquellos más jóvenes entre los 21 a los 30 y los de mayor edad entre 41 y 50 años. El grupo de más de 50 años resulta ínfimo para el estudio a realizar.

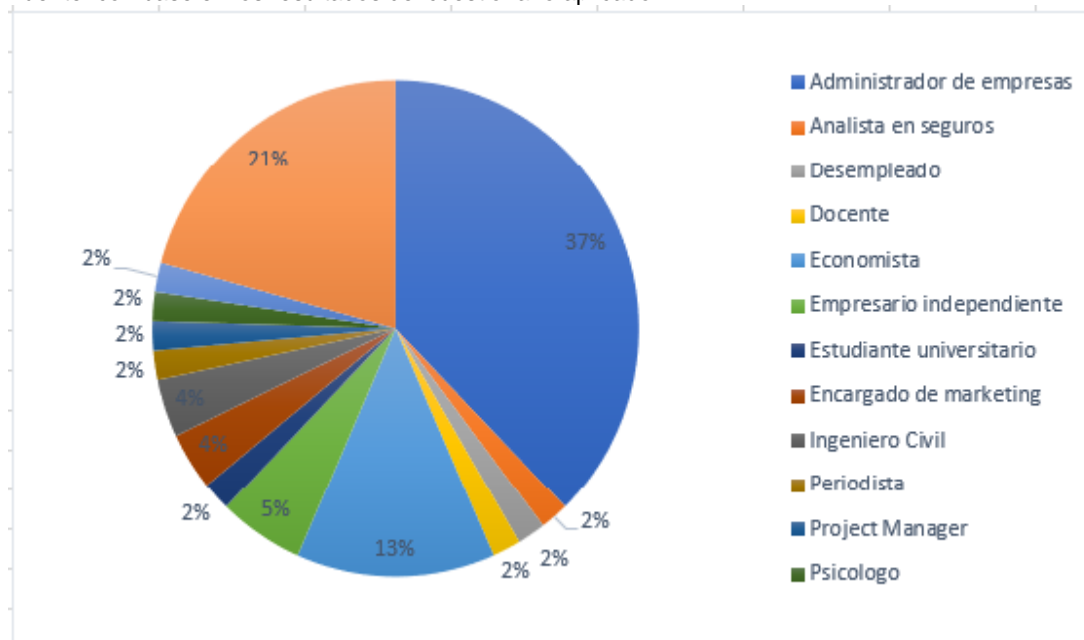


**Tabla N°3**

Ocupación

Administrador de empresas	20
Analista en seguros	1
Desempleado	1
Docente	1
Economista	7
Empresario independiente	3
Estudiante universitario	1
Encargado de marketing	2
Ingeniero Civil	2
Periodista	1
Project Manager	1
Psicologo	1
Trabajador social	1
Ingeniero en sistemas	11
<b>Total</b>	<b>53</b>

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 3*

Ocupación

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

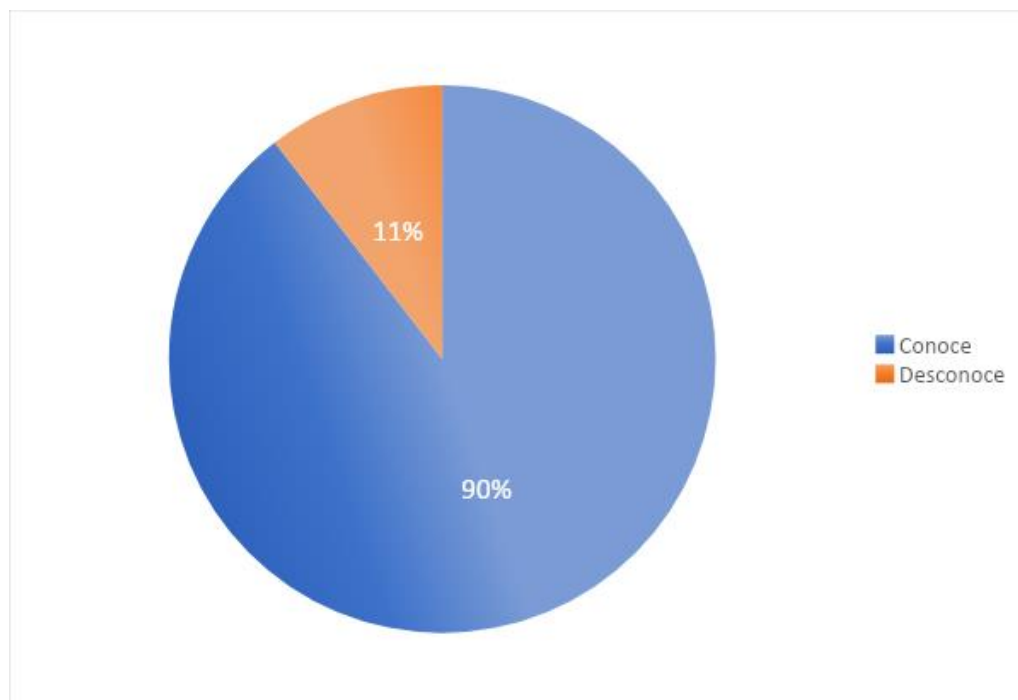
Para dicha tabla y figura se puede observar una preponderancia en las ocupaciones de administrador de empresas y analistas en seguros las cuales abarcan un 58% de los encuestados. Las demás ocupaciones presentan una pluralidad vasta de profesiones.

**Tabla N°4**

Conocimiento sobre crowdfunding

Conoce	51
Desconoce	6

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 4*

Conocimiento sobre crowdfunding

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

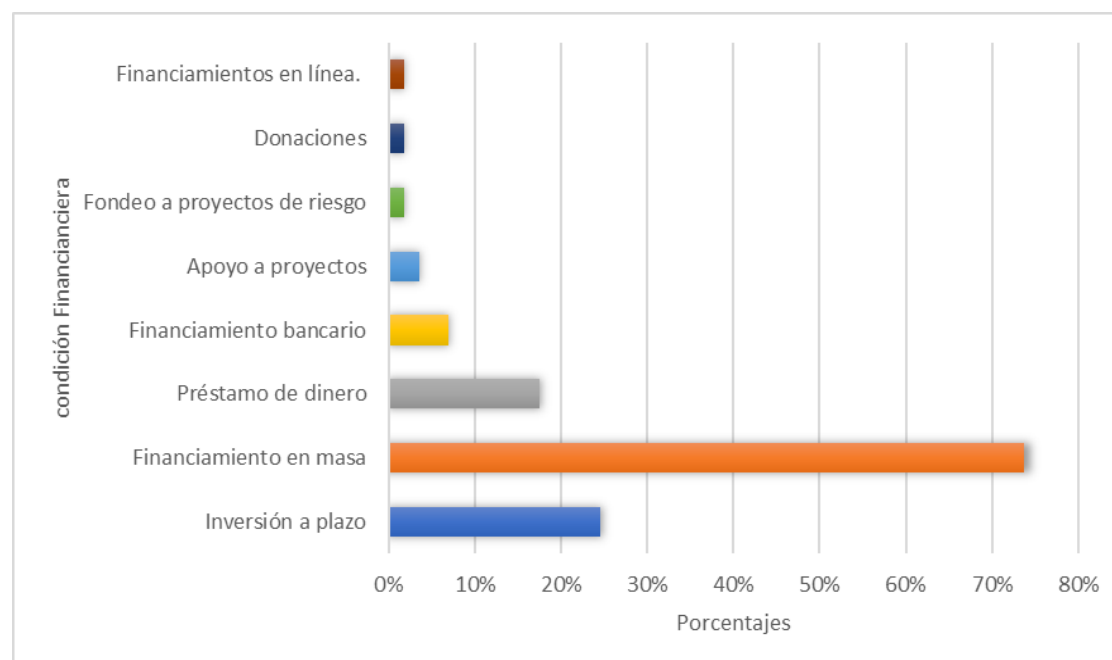
Un elemento importante es el hecho de que la mayoría de las personas conocen el concepto y aplicación de crowdfunding. Este hecho permite que las personas con su conocimiento puedan aportar grandes elementos a la investigación y dinamizarla.

**Tabla N°5**

Concepto crowdfunding

<b>Concepto crowdfunding</b>	
Inversión a plazo	14
Financiamiento en masa	42
Préstamo de dinero	10
Financiamiento bancario	4
Apoyo a proyectos	2
Fondeo a proyectos de riesgo	1
Donaciones	1
Financiamientos en línea.	1

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 5*

Concepto crowdfunding

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

Como parte de la pregunta anterior el conocimiento del crowdfunding permite que se reconozcan diferentes formatos o condiciones financieras para la aplicación en un emprendedurismo. En este sentido, se puede observar que la mayoría de las personas asocia el crowdfunding con financiamiento en masa el cual posee un porcentaje de un 70% mientras el segundo se refiere a una inversión a plazo el cual representa solo un

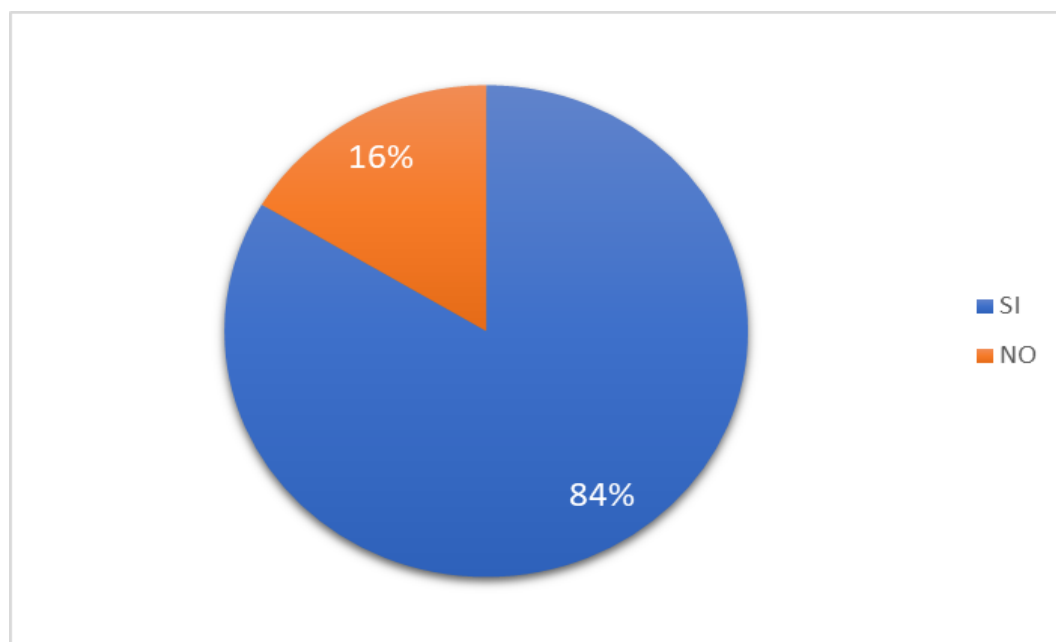
24%. Las demás condiciones financieras son poco conocidas por las personas que aplicaron el cuestionario.

**Tabla N°6**

Interés en participar en algún emprendimiento

SI	46
NO	9

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.



*Figura: 6*

Interés en participar en algún emprendimiento

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

Es posible denotar en esta tabla y figura que las personas que aplicaron el cuestionario tiene grandes deseos de patrocinar un proyecto de emprendimiento sea por medio de donaciones u otras modalidades del crowdfunding. Este dato es gran importancia porque el elemento final de dicho trabajo implica una propuesta para formular un emprendimiento, por ello es necesario reconocer las posibilidades reales de entablar una propuesta al finalizar el documento.

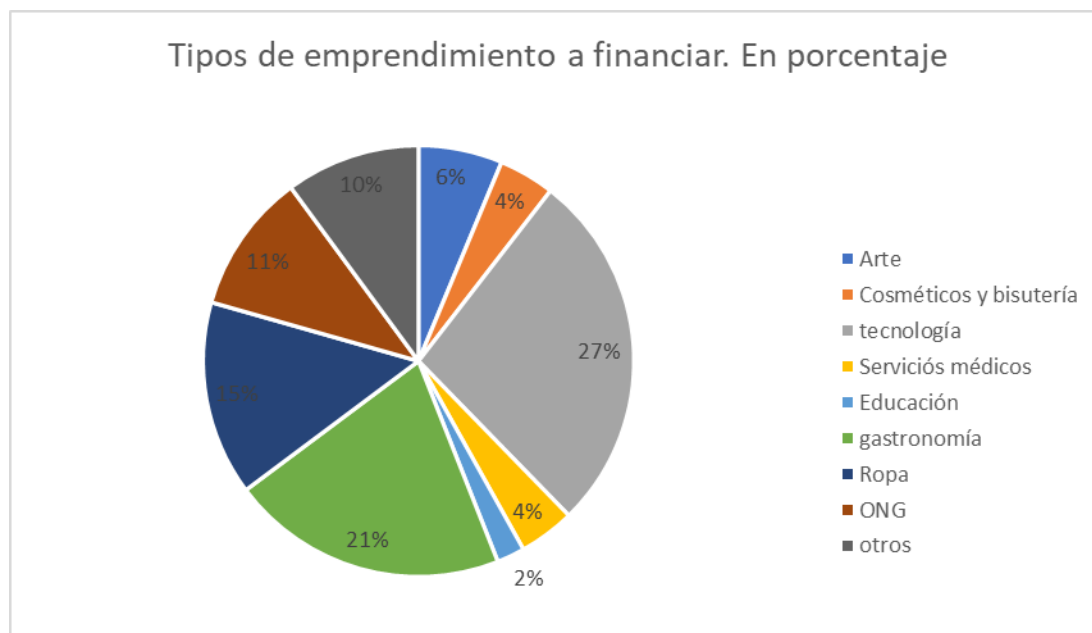


**Tabla N°7**

Tipos de emprendimiento

Tipo de emprendimiento	
Arte	3
Cosméticos y perfumería	2
Educación	1
Gastronomía	10
Ropa	7
Servicios médicos	2
Tecnología	13
ONG	5
Otros	5

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 7*

Tipos de emprendimiento

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

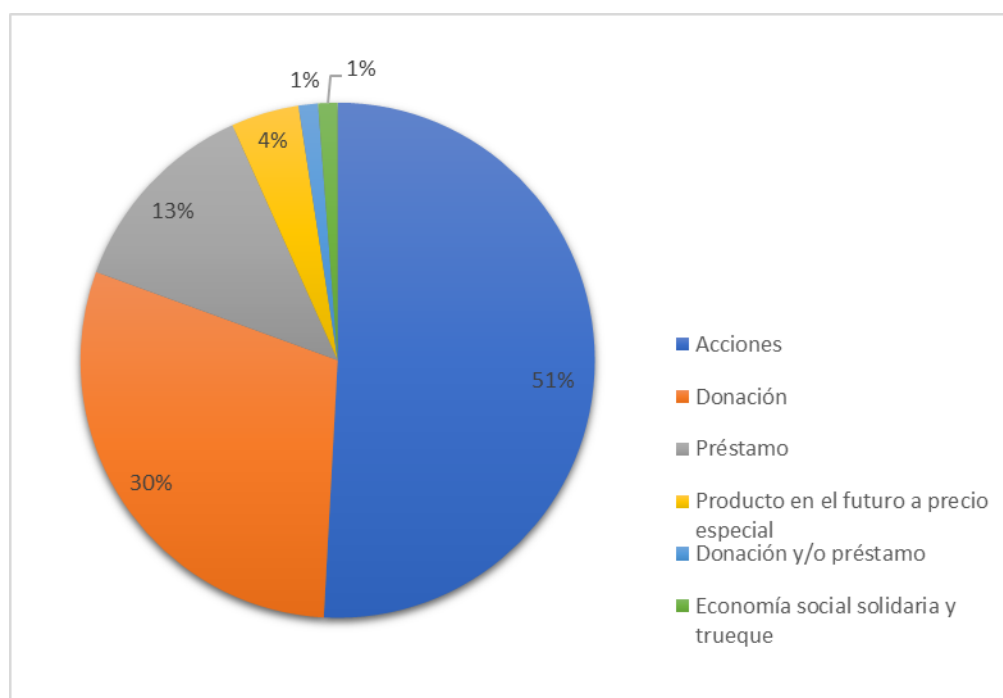
Es importante recalcar que según la tabla y figura 7 de las personas que desean emprender, muchas de ellas están interesadas en el sector tecnología la cual posee un 27% de aprobación; por otro lado el de gastronomía está en segundo lugar con un 21%. Por último el resto de tipos de emprendimiento se dividen en varios menores como arte, ropa, ONG y otros.

**Tabla N°8**

Tipos de crowdfunding

Tipos de crowdfunding	
Acciones	24
Donación	14
Préstamo	6
Producto en el futuro a precio especial	2
Donación y/o préstamo	1
Economía social solidaria y trueque	1

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 8*

Tipos de crowdfunding

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

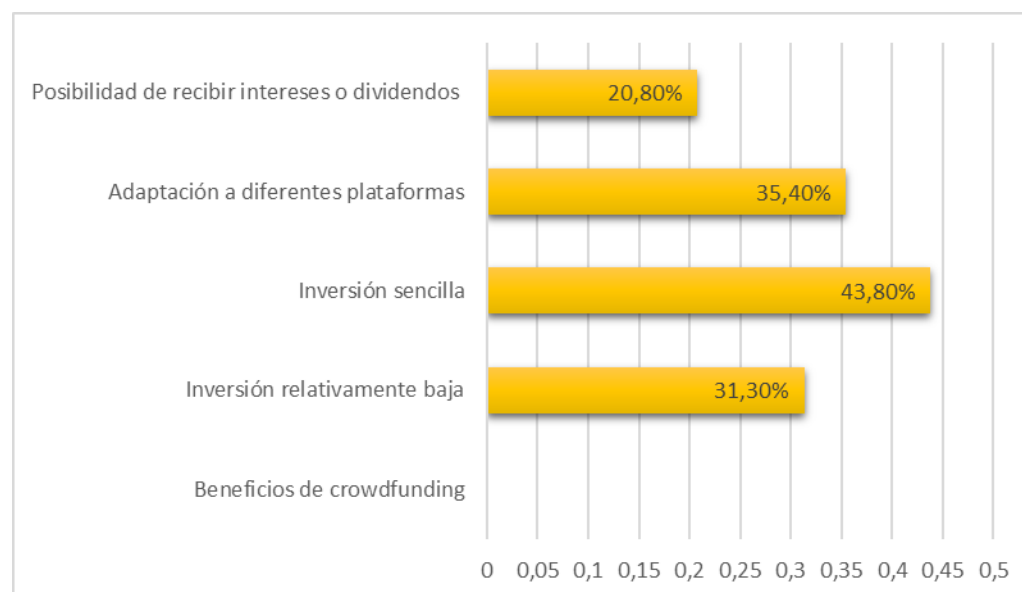
Las personas que aplicaron la entrevista no solamente han mostrado su deseo de financiar un emprendimiento y dieron a conocer sus afinidades por los tipos de emprendimientos, sino también han mostrado interés por las modalidades para financiar los tipos de emprendimiento. En este sentido tenemos que las acciones son la principal forma en la que los encuestados desean aportar a los emprendedurismos con un 51%, seguido por las donaciones con un 30% y el préstamo con un 13%. Las demás

formas no fueron del agrado de las personas encuestadas, lo que habla de las posibilidades futuras de plantear un financiamiento.

**Tabla N°9****Beneficios del crowdfunding**

<b>Beneficios de crowdfunding</b>	
Inversión relativamente baja	15
Inversión sencilla	21
Adaptación a diferentes plataformas	17
Posibilidad de recibir intereses o dividendos	10

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

*Figura: 9***Beneficios del crowdfunding**

Fuente: con base en los resultados del cuestionario aplicado.

Existen diferentes beneficios que el crowdfunding posee respecto a otros tipos de financiamiento y entre los que son más conocidos por las personas que aplicaron las encuestas podemos encontrar que la inversión es más sencilla (48%), que se adapta a diferentes tipos de plataformas (35,4%) que la inversión es relativamente baja (31,3%) y que existe la posibilidad de recibir diferentes intereses o dividendos (20,8%). En este sentido, las personas encuestadas dan mayor relevancia las sencillez de la inversión que al ser retribuidos con intereses o dividendos.

Tabla 10

<b>INVERSIONES</b>			
<b>AÑO 0</b>			
<b>(En colones)</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			
Computadora	1	€350.000	€350.000
Impresora	1	100.000	100.000
Teléfono	1	150.000	150.000
Escritorio	1	100.000	100.000
Mesa	1	75.000	75.000
Sillas	3	25.000	75.000
Estantes	2	50.000	100.000
Herramientas	1	50.000	50.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			<b>€1.000.000</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Inventario de prendas terminadas (1 mes)	230	€4.000	€920.000
Gastos de operación (3 meses)	3	571.667	1.715.000
Patentes y otros (Estimado)	1	500.000	500.000
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>€3.135.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b>€4.135.000</b>
Fuente: elaboración propia			

Tabla 11

PROYECCIÓN FINANCIERA										
AÑOS 0 - 5										
(En colones)										
DESCRIPCIÓN	INCREMENTO	CANTIDAD		PRECIO O COSTO	AÑOS					TOTAL
		MENSUAL	ANUAL		0	1	2	3	4	
<b>Ingresos</b>	<b>3,00%</b>	<b>230</b>	<b>2.760</b>	<b>€7.000</b>	<b>€19.320</b>	<b>€19.900</b>	<b>€20.497</b>	<b>€21.111</b>	<b>€21.745</b>	<b>€102.573</b>
Costo de ventas	3,00%	230	2.760	€4.000	11.040	11.371	11.712	12.064	12.426	58.613
Utilidad bruta				€3.000	€8.280	€8.528	€8.784	€9.048	€9.319	€43.960
<b>Gastos de Operación</b>										
Salario	2,00%	1	12	€300.000	€3.600	€3.672	€3.745	€3.820	€3.897	€18.735
Cargas sociales				25,00%	900	918	936	955	974	4.684
Alquiler	2,00%	12	1	€80.000	960	979	999	1.019	1.039	4.996
Servicios públicos	2,00%	12	1	€50.000	600	612	624	637	649	3.122
Depreciación				€1.000	200	200	200	200	200	1.000
Otros (Estimado)	2,00%	12	1	€50.000	600	612	624	637	649	3.122
<b>Total Gastos de Operación</b>					<b>€6.860</b>	<b>€6.993</b>	<b>€7.129</b>	<b>€7.268</b>	<b>€7.409</b>	<b>€35.659</b>
Utilidad antes de Intereses e Impuestos					€1.420	€1.535	€1.655	€1.780	€1.910	€8.301
Impuesto de renta	10,00%				-142	-154	-166	-178	-191	-€830
<b>Utilidad Después de Impuestos</b>					<b>€0</b>	<b>€1.278</b>	<b>€1.382</b>	<b>€1.490</b>	<b>€1.602</b>	<b>€7.471</b>
<b>Más (menos)</b>										
Depreciación					200	200	200	200	200	1.000
Valor residual (Capital de Trabajo)										3.135
Aporte					€4.135					€4.135
Inversión					-€4.135					-€4.135
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>					<b>€0</b>	<b>€1.478</b>	<b>€1.582</b>	<b>€1.690</b>	<b>€1.802</b>	<b>€1.919</b>
<b>Flujo Acumulado de Efectivo</b>					<b>€0</b>	<b>€1.478</b>	<b>€3.060</b>	<b>€4.749</b>	<b>€6.551</b>	<b>€8.471</b>
							<b>VAN</b>	<b>€1.442</b>		
							<b>TIR</b>	<b>28%</b>		
							<b>PAYBACK</b>	<b>3</b>		

## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En lo que respecta al análisis de los resultados:

Según la tabla 1 y el gráfico 1, de las 57 personas que contestaron el cuestionario, 22,8% (13) son mujeres y 77,2% (44) son hombres.

En la tabla 2 y el gráfico 2, en términos de porcentaje, el grupo de edad con mayor relevancia es el de las personas entre 31 y 40 años con un 55% lo que representa más de la mitad de los encuestados. Existen dos grupos con porcentajes similares: con un 19% las personas entre 41 y 50 años y con un 19% las personas entre 21 y 30 años.

Dentro de las entrevistas se logran apreciar dos grupos poco relevantes en la encuesta, ubicándose en los dos extremos etéreos (el superior y el inferior). Así tenemos el primer grupo con 5% de las personas con más de 50 años y un 2% con personas que apenas llegan a los 20 años. Según lo anterior la población que conoce más del tema son hombres y mujeres entre 31 y 40 años.

En la tabla 3 y el gráfico 3, en términos de porcentaje de las personas que contestaron el cuestionario sobre crowdfunding, se obtuvo que, el 27% de ellas son administradores de empresas, el 21% ingenieros en sistemas, el 13% economistas, el 5% empresarios independientes. Se denotan 2 ocupaciones con un con un 4% cada una siendo ingenieros civiles y encargados de marketing. En menor porcentaje, encontramos grupos con solo un 2% (representado en términos absolutos 1 persona), entre los que destacan un periodista, un estudiante universitario, un trabajador social, un psicólogo, un Project manager, un analista en seguros, un docente y una persona desempleada.

De acuerdo a la tabla 4 y el gráfico 4, del 100% de las personas encuestadas, el 89% han oído hablar sobre el *crowdfunding* y poseen alguna idea del método y finalidad mientras que un 11% de las personas encuestadas desconocen por completo el tema; siendo este uno de los elementos importantes de la encuesta.

En la tabla 5 y el gráfico 5, las personas encuestadas relacionaron el crowdfunding con diferentes condiciones financieras. En este sentido, el 73,3% de las personas asociaron el concepto de crowdfunding con financiamiento en masa, lo que demuestra un buen conocimiento del término, el cual engloba varias modalidades y no se limita a uno solo. Otras condiciones más limitadas con las que se asoció el crowdfunding fueron inversión a plazo (24,6%), préstamo de dinero (17,5%), financiamiento bancario (7%), apoyo a proyectos (3,5%), con fondeo a proyectos (2,8), donaciones (1,8%), financiamiento en línea (1,18%) y financiamiento bancario (7%).

El proyecto no solo se limita a la parte conceptual por lo que se les consulta a los encuestadores sobre el interés en participar en algún tipo de emprendimiento. Según tabla 6 y el gráfico 6, el 84% le interesaría participar en algún tipo de emprendimiento que pudiese financiarse con *crowdfunding* por el contrario un 16% no le gustaría formar parte del algún emprendimiento con este tipo de financiamiento.

El interés de la encuesta radica no solamente en determinar si las personas encuestadas están dispuestas a financiar un emprendimiento mediante *crowdfunding*. La encuesta abarca también elementos como el tipo de emprendimiento que les gustaría financiar, así como la forma de *crowdfunding* que desearían utilizar. En este sentido, según tabla (7) y el gráfico 7, el 27% de las personas les interesaría participar en un emprendimiento de tipo tecnológico, 21% le gustaría participar si este es en

gastronomía, 15% en ropa, 11% en ONG, 6% en arte, 4% cosméticos y perfumería, 4% en servicios médicos, 2% en educación y 10% en otros tipos de emprendimientos.

Identificada la cantidad de personas y el tipo de emprendimiento dispuesto a financiar, es de capital importancia anotar las diferentes formas en las que los encuestados participarían de los emprendimientos. Seguidamente, tabla 8 y el gráfico 8 nos muestra que el 51% de las personas que contestaron el cuestionario estarían dispuestos a participar en un emprendimiento bajo la modalidad de acciones, 30% con la modalidad de donación, 13% mediante préstamo, 4% producto en el futuro a precio especial, 1% donación y/o préstamo y otro 1% en economía social solidaria y trueque.

Después los encuestados señalaron las ventajas competitivas que posee el *crowdfunding* respecto a otras formas de financiamiento según las personas encuestadas. En la tabla 9 y el gráfico 9, señala que el 43,8% de las personas que contestaron el cuestionario, consideran que uno de los beneficios del *crowdfunding* es la inversión sencilla, el 35,4% lo asocian con adaptación a diferentes plataformas, 31,3% con inversión relativamente baja y el 20,8% con la posibilidad de recibir intereses o dividendos.

Las posibilidades de emprender a través de *crowdfunding* son variadas, sin embargo, existen preferencias determinadas por los encuestados. De acuerdo a la pregunta 10 del instrumento aplicado: 43 encuestados contestaron la forma en la que harían un emprendimiento. De los cuales 10 personas (23,2%) indicaron que harían uso de alguna plataforma que les permita acceder al financiamiento. Además, 7 personas (16,27%) captarían financiamiento con personas de confianza como sus seres queridos y amigos cercanos para el inicio del negocio; 6 personas (13,95%) harían encuestas,

estudios de mercado, estudio del impacto del proyecto y análisis de las personas interesadas.

Asimismo, cuatro personas (9,30%) harían una excelente campaña para que la gente se sienta identificada e interesada en su producto para llegar al sector meta que estaría financiando el proyecto; además, ofrecerían beneficios a las personas para que se interesen en colaborar. Tres de los encuestados (6,97%) buscarían un grupo considerable de personas con solvencia económica que puedan financiar mi iniciativa.

Tres personas (6,97%) iniciarían con la cuenta de Kickstarter, ofreciendo algún servicio, colocaría unas tres categorías de financiamiento con sus regalías de manera que la gente invierta y tenga sus beneficios. Por otro lado, tres personas (6,97%) definirían el alcance, el presupuesto, las características del proyecto junto a sus beneficios sociales. Luego buscarían sponsors potenciales y les presentaría un plan de inversión atractivo demostrando la viabilidad del producto a desarrollar.

Dos personas (4,65%) trabajarían con el respaldo de capital de trabajo a través de acciones, donde se apueste por el riesgo como parte fundamental, exigiendo mayores réditos a mayores riesgos. Una persona (2,32%) indica que dada la actual coyuntura empezaría poco a poco con inversiones bajas al principio y depende de cómo el negocio se vaya desarrollando aplicaría inversiones más altas.

Otra persona (2,32%) menciona que uniría un grupo de personas que mantengan una escuela de fútbol para que sean éstos quienes lo financien y reciban un beneficio en el momento que el jugador se vende; otra persona (2,32%) consultaría a SUGEVAL

por la normativa que aplica en este caso y por último 2 personas (4,65%) indican que no saben cómo llevar a cabo un emprendimiento bajo la modalidad de *crowdfunding*.

## **5.1 Con respecto al primer objetivo específico:**

### **Identificar los tres principales tipos de crowdfunding**

#### **Tipos de crowdfunding**

El crowdfunding, como financiamiento en masa es una de las posibilidades más viables si se desea implementar un emprendimiento. En la actualidad existen cuatro modelos que son los más aplicados de crowdfunding, los cuales son donación, recompensa, préstamo y acciones (Madsen & Mullin, 2019). Cada uno de los modelos de crowdfunding difieren en función del tipo de intercambio entre los financiadores y los beneficiarios, así como cambio del aporte o inversión.

En algunos países, los cuatro modelos de crowdfunding son casi igualmente difundidos mientras que en otros hay solo uno o dos modelos dominantes. A nivel mundial los tipos de crowdfunding más utilizados son recompensa y donación, excepto en países como Austria, Finlandia y Holanda. El modelo de préstamos, por ejemplo, a pesar de representar un volumen importante de financiación es el menos prevalente, o bien casos extraños como los de Austria, Grecia, Luxemburgo y Portugal donde las plataformas de préstamos por ejemplo no existen (Dushnitsky, 2019).

Según un estudio realizado por Bannerman (2012) se muestra que un 43% de los proyectos financiados con la alternativa de crowdfunding, un 28% se basaron en el modelo de recompensas, un 15% en el de donaciones, un 15% en acciones y solo un 14% mediante préstamos.

Para la investigación es importante reconocer las características de los anteriores modelos de crowdfunding y que va relacionado con la pregunta 8 del instrumento. Las principales categorías de crowdfunding conocidas por los encuestados en la pregunta 8 son la donación, las acciones y los préstamos. A continuación, se describirá cada uno de ellos.

### **5.1.2 Donación:**

Los participantes son personas altruistas quienes dan su aporte de forma desinteresada, sin ninguna contrapartida o retribución económica o material (Bradford, 2012). Estas personas contribuyen sin esperar nada a cambio ni siquiera la eventual devolución de la cantidad aportada y el único incentivo es el retorno social. Sin embargo, a pesar de que una donación es un acto altruista, algunos proyectos le retribuyen a sus donadores una pequeña recompensa por el apoyo brindado, estos pueden ser desde un simple correo de agradecimiento hasta activos de bajo valor con el patrocinio del proyecto.

Los beneficiarios del proyecto o emprendedurismo no tienen ninguna obligación hacia sus patrocinadores. Los colaboradores solo esperan la satisfacción de ver que el proyecto puede ser realizado porque creen en la causa teniendo una motivación intrínseca al donador. La intencionalidad de los donadores está dirigida a apoyar la caridad, la investigación, la creatividad y proyectos personales, así, el modelo basado en donaciones es muy popular y ampliamente utilizado por organizaciones sin fines de lucro, asociaciones y centros educativos. Sin embargo, también lo pueden utilizar las

empresas con fines de lucro para financiarse. En otras palabras, algunas empresas utilizan esta modalidad para financiar proyectos de expansión de sus estructuras.

Los sitios web de crowdfunding bajo el modelo de donación no ofrecen valores a inversores por lo que los colaboradores no tienen expectativas sobre las ganancias del proyecto o iniciativa a emprender. Este tipo de crowdfunding comparte aspectos de otros modelos, pero a su vez es único en cuanto al patrocinador en no recibir nada a cambio de su donación más que el agradecimiento. En muchos casos los proyectos en sí pueden considerarse bienes públicos y prestar ellos mismos a la filantropía.

### **5.1.3 Acciones:**

Los participantes que invierten sí esperan recibir a cambio una contrapartida, ya sean acciones o rentabilidad por la inversión una vez que el proyecto sea puesto en marcha (Joachim,2013); Es decir los colaboradores esperan una recompensa económica por su aporte. No hay unanimidad respecto al crowdfunding basado en acciones, pero se pueden categorizar en dos grandes grupos: regalías y capital privado. El primer modelo (regalías) difiere del modelo de capital privado en dos formas: 1) en las regalías el perfil de riesgo es más bajo, es decir, los objetivos de capital son más bajos y el promedio el monto de la contribución es menor contrario al capital es mayor, y 2) la financiación se utiliza para apoyar un solo proyecto, mientras que en el capital generalmente se utiliza para hacer crecer un negocio existente (Beaulieu, 2015).

El objetivo de este tipo de crowdfunding por acciones, en términos generales, es que el proyecto comience a funcionar y a obtener beneficios; en ese momento los aportantes verán retribuida su inversión. Debido a ello, las empresas que hagan

crowdfunding por acciones deben asegurarse de ser capaces de dividir los beneficios entre los integrantes. El crowdfunding basado en acciones, es la alternativa menos sencilla ya que implica la emisión barata de acciones a través de internet, donde los inversores pueden adquirir acciones en empresas por una pequeña cantidad de dinero, exigiendo sobre el flujo de caja futuro de la empresa. Esta modalidad ha demostrado ser una forma viable para acceder a la financiación, para los que no han conseguido fondos por medio de sus amigos o familiares.

Al convertirse los participantes en accionistas de la empresa, reciben un porcentaje de los beneficios en función de la aportación realizada, de manera que pasan a ser socios de la empresa. Los inversores no exclusivamente deben recibir el pago de ganancias o dividendos, sino que pueden recibir un producto o servicio de la empresa en la cual invirtió. Existe aquí un número máximo de acciones que los empresarios están dispuestos a vender. No obstante; esto afecta la dinámica, ya que la espera conlleva el riesgo de no poder participar en la campaña y por lo tanto, establece un límite en la medida en que los inversores indecisos pueden no participar del proyecto.

### **5.1.1 Préstamo:**

Esta modalidad se refiere a los fondos que se desembolsan como préstamos personales a los solicitantes a través de plataformas de Internet sin intermediación (Bayesere, Gajda, Laan & Marom, 2012). El participante recibe el monto del dinero que prestó junto con los intereses previamente acordados como contraprestación a su aportación. Es el modelo de crowdfunding más similar al sistema financiero tradicional;

sin embargo, cada vez es más popular y se le conoce como préstamos entre pares. Este tipo de préstamo lo pueden brindar tanto personas particulares como empresas.

La facilidad reside en que los contribuyentes proporcionan fondos de forma temporal, esperando su reembolso. Dependiendo del sitio web de crowdfunding, algunos contribuyentes reciben intereses sobre sus préstamos y otros no. Así, en algunos casos, se promete interés a los inversores de los fondos que prestan y en otros casos, solo tienen derecho para recibir la devolución de su principal. Por ejemplo, en el sitio web líder peer-to-peer, y Kiva.org por ejemplo, los contribuyentes no reciben intereses.

El tipo de interés, por lo general es mucho más bajo que el del mercado; así, quien determina el interés del préstamo, es la persona que lo solicita. Este modelo es beneficioso para las dos partes.; por un lado, los solicitantes del crédito obtienen rentabilidad y por otro el prestamista recibe un monto adicional al que aportó inicialmente.

## 5.2 Con respecto al segundo objetivo específico:

### Comparar las condiciones financieras principales del crowdfunding con respecto a los créditos a microempresarios

En el anexo 2 se incluyen los requisitos que solicita el Banco Nacional de Costa Rica para conceder créditos para emprendimientos a microempresarios. A continuación, se comentan las condiciones financieras requeridas para este tipo de financiamientos.

**Tabla N°12**

#### Variables del crédito BNCR

Monto	₡5 000 000
Plazo	60
Tasa de Interés	14,15%
Sensibilización	0,00%
Per. De Gracia	0
Cuota	116 730,45

Fuente: datos tomados del Banco Nacional.

En caso de que fuera para capital de trabajo el plazo máximo será de 18 meses:

**Tabla N°13**

#### Cálculo cuota del préstamo

Monto	₡5 000 000
Plazo	18
Tasa de Interés	14,15%
Sensibilización	0,00%
Per. De Gracia	0
<b>Cuota</b>	<b>₡309 927</b>

Fuente: datos tomados del Banco Nacional.

## Requisitos

- Copia de cédula.
- Patente y permiso de funcionamiento.
- En caso de poseer tarjetas de crédito requiere los últimos 6 estados de cuenta.
- Si corresponde a un negocio desde 0 le van a solicitar plan de negocio certificado por el INA.
- Formularios BNCR firmados.

Según las tablas anteriores, se proyecta un monto de ¢5 millones para el desarrollo del emprendimiento comercial.

Referente al financiamiento del capital de trabajo, el plazo máximo por su naturaleza es de 18 meses, con una tasa de interés de 14,15% y una cuota mensual de ¢309 927. El monto puede ser mayor siempre y cuando la garantía lo respalde.

Es importante señalar que la empresa para adquirir su préstamo debe presentar garantía como: hipoteca, pagare, prenda, fiadores o inversiones, de lo contrario es imposible obtener el crédito.

Con respecto a las condiciones de los créditos para pymes mencionadas anteriormente y al compararlas con las características del crowdfunding, lo que más llama la atención es lo que se refiere a la tramitología y requisitos de un préstamo, además de lo relacionado con la diferencia en el plazo del financiamiento de activo corriente vs el de activos no corrientes.

### **5.3 Con respecto al tercer objetivo específico:**

**Definir las características del emprendimiento del sector comercial que permitan la valoración del negocio que se propone.**

Se refiere a un emprendimiento tipo pyme que contempla la producción y venta de prendas para damas. El proceso productivo se realiza bajo la modalidad de maquila, por lo tanto, no se requiere de superficie para el proceso productivo, únicamente de una oficina que a la vez cumpla con la función de mini bodega para mantener un inventario de telas y prendas terminadas.

De acuerdo con la tabla 10, el monto de las inversiones totaliza ¢4.135.000, que se dividen en activo fijo y capital de trabajo.

Los activos fijos más importantes corresponden a la computadora, la impresora y el teléfono. Estos representan el 60% del total de los activos fijos y el resto corresponden más bien a mobiliario: mesa, escritorio, sillas, estantes y herramientas.

En cuanto al capital de trabajo, en este se considera al inventario de un mes por un monto de ¢920 000, los gastos de operación por 3 meses por un monto de ¢1 715 000 y otros por ¢500 000.

En el cuadro 11 se calcula el flujo de efectivo proyectado, además de los indicadores rentabilidad (VAN, TIR, PAYBACK) para poder identificar si el proyecto es rentable.

Referente a los ingresos, estos se proyectan con base en la venta de 2.760 prendas al año, un promedio de 230 por mes, las cuales se comercializan al por mayor, a un precio de ¢7 mil.

El margen bruto de las ventas es de un 43%, es razonable y no es abusivo para el cliente pues la unidad es un precio accesible y competente.

En cuanto al gasto de salarios más cargas sociales, representa un 23% de las ventas y el aumento anual se va a basar de acuerdo a la proyección de la inflación del BCCR que va hacer de un 2%.

El alquiler representa un 5% y los servicios públicos oscilan en un 3% sobre las ventas, los cuales no son significativos y aumentan en un 2%.

Analizando los indicadores de rentabilidad, se concluye que el proyecto es rentable debido a que los flujos traídos al valor presente menos la inversión inicial nos da positivo. La tasa interna de retorno es del 28%, que es una tasa nada despreciable, debido a que ninguna inversión me genera tal rendimiento, y si hubiera tal rendimiento sería bastante riesgoso. El plazo en que recuperamos nuestra inversión es de 3 años, lo cual es excelente ya que los siguientes dos años van a ser ganancia para la empresa o pensar en una expansión.

#### **5.4 Con respecto al cuarto objetivo específico:**

##### **Indicar como se puede financiar con crowdfunding el emprendimiento del sector comercial, año 2020, Heredia.**

De acuerdo con la tabla 8, el 51% de los encuestados coinciden en que estarían dispuestos a apoyar un emprendimiento bajo la modalidad de acciones. Actualmente, se visualizan las acciones como una alternativa viable y efectiva para muchas empresas que están reestructurando sus deudas como consecuencia de la crisis financiera.

En ese sentido, se toma en consideración que entidades financieras como el Banco Nacional ofrecen un rendimiento de 4% por certificado a plazo, lo cual se considera relativamente bajo; se plantea ofrecer a los inversionistas un 10% de rendimiento sobre su aporte como dividendo.

Por lo tanto, se procederá a ofrecer a todos aquellos inversionistas que manifiesten expresamente su deseo de convertirse en accionistas preferentes, hasta un 40% del aporte patrimonial lo que equivale a ¢1 650 000, que se debe desglosar entre el total de participantes. Por ejemplo, se podría contar con unos 1 650 participantes que aporten ¢1 000 cada uno, o en múltiplos de este monto, para obtener el mencionado total de ¢1 650 000, con un dividendo fijo promedio del 10% equivalente a ¢165.000 anuales, lo cual se considera bueno para el emprendimiento.

Las personas estarían dispuestas a invertir en crowdfunding bajo la modalidad de acciones considerando que la tasa de interés ofrecida por las entidades financieras es relativamente baja (cuando se habla de certificados) y, por otro lado, las deducciones

sobre el impuesto de renta sobre dichos certificados son similares a los impuestos sobre los dividendos.

Este monto de la inversión inicial (crowdfunding) se considera bajo y sano para el proyecto, dado que la proyección financiera que suministró la empresaria, reflejado en el flujo de efectivo, no presentaría problemas de flujo de efectivo en ningún año. Además, los indicadores de rentabilidad son favorables y solamente se aceptarían acciones preferentes con el propósito de no diluir la toma de decisiones.

Según Serrano (2019), se entiende por acciones preferentes o privilegiadas aquellas que son llamadas así porque sus propietarios tienen preferencia, tanto a la hora de cobrar sus dividendos como en el momento de la liquidación de la compañía con respecto al resto de los accionistas; en otras palabras, son un tipo de acciones que garantizan a sus poseedores un dividendo anual mínimo y preferencia sobre las acciones ordinarias.

Así, que los accionistas preferentes tienen como derechos: la participación en asambleas, examinar la documentación social, votar en ciertos puestos especiales, solicitar información a los síndicos, derecho de receso y elevar denuncias por escrito a la sindicatura; sin embargo, no pueden votar a la hora de tomar decisiones.

No obstante, los accionistas preferentes tienen garantizado el pago de sus dividendos de forma anual siempre y cuando la empresa no quiebre; de lo contrario, sólo tendrá preferencia respecto de los accionistas ordinarios. El accionista preferente cobrará después de satisfecho el pasivo social, si existe remanente y sólo sobre él; y (si la sociedad cae en insolvencia o quiebra), su capital mismo se habrá perdido.

Estas acciones son un instrumento muy valioso tanto para la inyección de capital para una nueva empresa, como lo es en este caso, o bien para la capitalización de su deuda, posibilitando el mejoramiento de su estructura de capital. El accionista preferente, en su condición de socio, no presta, solo aporta capital con el fin de obtener una plusvalía sobre su aporte; pero, a la vez asume riesgos económicos.

Cabe señalar que, si alguno de los accionistas se niega a aportar capital preferente, la empresa se reserva el derecho a inscribirlo como accionista, así como los dividendos. Por estos motivos es que la gente prefiere el crowdfunding bajo la modalidad de acciones porque se reciben más del doble de ganancia de lo que ofrecen las entidades financieras por un certificado a plazo.

**CAPÍTULO VI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **Conclusión general**

Se concluye que, de acuerdo con los encuestados, un 89,50% conoce del *crowdfunding* mientras que un 10,50% desconoce del tema. Es importante destacar que la población que conoce más del tema son hombres y mujeres entre 31 y 40 años. Además, se considera el *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento en tiempos de crisis financiera y COVID-19, que atraviesa el mundo actualmente. El *crowdfunding* se visualiza como una nueva forma de financiamiento para empresas emergentes en especial para aquellas que no son elegibles en los entes tradicionales.

Se puede concluir también que este método de financiamiento, se utiliza como un método de recaudación de fondos a través de distintas plataformas en línea, donde un gran número de personas invierten o patrocinan un proyecto por medio de cantidades relativamente pequeñas. A través del *crowdfunding* los emprendedores pueden obtener los recursos necesarios para un proyecto en específico, por parte de sus familiares, amigos, clientes, proveedores e inversionistas. Por último, este financiamiento ha surgido como una fuente alternativa de financiación de proyectos para resolver el déficit presupuestario o bien la falta de financiación en los países para el desarrollo sostenible socioeconómico.

## **Conclusiones específicas**

Con respecto al primer objetivo específico se concluye:

De acuerdo con la respuesta 8 del instrumento aplicado en la investigación los principales tipos de crowdfunding que estarían dispuestos aplicar las personas en Costa Rica son: donación, acciones y préstamos. Asimismo, las personas que financian proyectos bajo la modalidad de donación son altruistas, dan su aporte de forma desinteresada, sin esperar ninguna retribución económica. Los colaboradores solo esperan la satisfacción de ver que el proyecto puede ser realizado porque creen en la causa, teniendo una motivación intrínseca al donador.

En el caso de las acciones los participantes que invierten sí esperan recibir a cambio una contrapartida, ya sean acciones o rentabilidad por la inversión en el proyecto una vez que inicie. Sin embargo, este modelo tiene riesgo económico; puesto que, cabe la posibilidad de que el proyecto fracase y se pierda el dinero invertido. Asimismo, las empresas deben considerar el número máximo de acciones que están dispuestos a vender.

Por otro lado, la modalidad de préstamo es la más popular y se refiere a los fondos que se desembolsan como créditos personales a los solicitantes a través de plataformas de Internet sin intermediación. En algunos casos, los contribuyentes reciben intereses sobre sus préstamos, y en otros, solamente la devolución de su principal. Los intereses que recibe el prestamista son mucho más bajos que los del mercado, trayendo consigo beneficio a los emprendedores.

Pese que la modalidad más aceptada en Costa Rica es la de acciones con un 50%, el tipo *crowdfunding* más utilizado en el mundo es el de recompensas. Se cuenta con mayor cantidad de información y es más popular que el *crowdfunding* por acciones.

Con respecto al segundo objetivo específico se concluye:

De acuerdo al Banco Nacional, los créditos para microempresarios deben cumplir con las siguientes características: los negocios que están por iniciar deben presentar un plan negocio certificado por el INA y los existente deben presentar entre otras cosas: su patente, permiso de funcionamiento, información de ingresos y gastos del negocio, los últimos 6 estados de cuenta cuando tengan tarjeta de crédito, indicar para qué se necesita el financiamiento y una garantía como hipoteca, pagaré, prenda, fiadores, inversiones o fondo de garantía del SBD.

Además, si el negocio cuenta con personería jurídica debe aportar: copia de la cédula de identidad del representante legal de la empresa, copia del acta de constitución de la personería jurídica, certificación de composición accionaria y autorización de la asamblea de socios para contraer deudas e información financiera.

De esta manera, existen grandes barreras de acceso a los créditos para los microempresarios o personas emprendedoras por parte de las entidades financieras. En otras palabras, muchas de estas personas físicas o jurídicas no son sujetos de créditos por los parámetros que les exigen las entidades financieras. Se considera que estas personas emprendedoras tienen un nivel de riesgo muy alto por lo que se les rechaza el crédito.

Se concluye también que el *crowdfunding* es una alternativa de financiamiento viable y factible para los pequeños emprendimientos en el país; así, aunque algunos

costarricenses tienen grandes ideas no les es fácil crear o bien mantener su propia empresa debido a la falta de financiamiento.

Con respecto al tercer objetivo específico se concluye:

El total de inversiones es de ₡4 135 000, de los cuales ₡1 000 000 corresponden a activo fijo y el resto a activo corriente.

Se concluye también que de acuerdo con la proyección financiera en ninguno de los años analizados se presentan problemas de flujo de efectivo, generando un acumulado de ₡8 000 005 y también se da una constante generación de utilidades por casi ₡7 000 005 durante el periodo en consideración, lo cual se considera muy bueno.

Con respecto a los indicadores de rentabilidad, el VAN alcanza ₡1 400 000, la TIR un 28% y el periodo de pago se estima en 3 años. La tasa de descuento utilizada fue 15%, de acuerdo con la referencia de la tasa de interés del BNCR.

Con respecto al cuarto objetivo específico se concluye que:

A diferencia de los métodos tradicionales de financiamiento, el alcance en los proyectos de financiación colectiva es más amplio ya que implica no solo el desempeño financiero sino también la conexión social que establecen los inversionistas y emprendedores, es decir, el desempeño interactivo del proyecto. Por un lado, los inversores se ven atraídos por los rendimientos financieros ofrecidos en intereses, recompensas o mediante promesas contractuales como lo es este caso y la satisfacción de ver el proyecto en marcha, y por otro los microempresarios no ven comprometidos sus bienes personales.

El Sistema de Banca para el Desarrollo es un instrumento financiero con el propósito de facilitar créditos a los microempresarios e impulsar el desarrollo económico del país; a pesar de ello, este exige una serie de requisitos como: experiencia en actividades empresariales, información legal de la empresa, información de los socios, estados financieros de la empresa que garanticen las su solvencia económica, garantías (hipotecarias, prendarias, fiadores, inversiones o fondos de Garantías del Sistema de Banca para el Desarrollo) que respondan en caso de que no pueda pagar el crédito, además de cumplir con los criterios y disposiciones de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), limitando su acceso a los costarricenses. Mientras que el crowdfunding ayuda alcanzar los sueños de muchos costarricenses bajo sus distintas modalidades.

También se concluye que para este proyecto se incluyó la opción del crowdfunding mediante aportes para que los inversionistas reciban inversiones preferentes.

**Recomendaciones:**

Con respecto al primer objetivo específico y de acuerdo con las respuestas de los encuestados se recomienda implementar la modalidad de financiamiento del crowdfunding como medida alternativa, para que los emprendedores cuenten con los recursos económicos necesarios para poner en marcha sus proyectos o bien ampliar sus horizontes.

Lo anterior mediante el aporte de accionistas como se verá más adelante, donde los participantes recibirán algún beneficio como contrapartida a su aporte económico; ya sean acciones o rentabilidad por la inversión una vez que el proyecto comience a funcionar.

Con respecto al segundo objetivo específico se recomienda evaluar subsecuentemente otras opciones de financiamiento para futuros proyectos porque la opción que se analizó con respecto al Banco Nacional requiere del cumplimiento demasiados requisitos y muchas pymes no tienen los recursos para solicitar el crédito, por lo que la mayoría no pueden optar por estos créditos pese a que se crearon para ayudar a las pequeñas y medianas empresas del país.

En ese sentido las instituciones financieras deberían flexibilizar sus condiciones de crédito ya que muchos funcionan como personas físicas y con el régimen simplificado por lo que no cuentan muchas veces con varios de los requisitos como lo es los estados financieros de la empresa, ni los recursos económicos suficientes para colocar grandes garantías como respaldo de su crédito.

Con respecto al tercer objetivo específico se recomienda utilizar el plan de inversión, las proyecciones, los estados resultados y los flujos de efectivo como guías que sirvan para impulsar la materialización de los proyectos en la forma en la que se plantea esta investigación, ya que se percibió que muchas personas les interesaría participar en este tipo de emprendimiento bajo la modalidad de crowdfunding.

El crowdfunding o financiamiento en masa ha sido visto por muchos como una medida alternativa de financiamiento viable y fácil de implementar. De acuerdo al instrumento aplicado la mayoría de las personas estarían dispuestas apoyar un emprendimiento bajo esta modalidad.

Con respecto al cuarto objetivo específico se recomienda que para financiar el presente proyecto se utilice el sistema de crowdfunding basado en las acciones, puesto que es el que cuenta con mayor apoyo en Costa Rica, según el instrumento aplicado; específicamente se aplicarían aportes de capital preferente hasta por un 40% del monto total de la inversión que equivale hasta 1 650 000 colones, 1650 accionistas preferentes que aportaran 1000 colones cada uno, a los cuales se les pagara un dividendo fijo de 10% anual sobre el monto de la inversión, es decir 165 000 colones anuales.

## CAPÍTULO VII

### **7.1 Nombre**

Plantear el crowdfunding como una forma alternativa de financiamiento de un proyecto comercial de emprendedurismo, Heredia, año 2020.

### **7.2 Identificación**

La propuesta se lleva a cabo en la ciudad central de la provincia de Heredia, Costa Rica.

### **7.3. Justificación**

En los datos obtenidos mediante el cuestionario, aplicado a 57 personas mayores de 20 años, encontramos que una gran cantidad de personas conoce del crowdfunding y la mayoría estaría dispuesta a financiar un proyecto de emprendedurismo. Dentro de las modalidades del crowdfunding las más populares son las de donación, acción o préstamo.

A partir de esta información, se presenta la siguiente propuesta con el objetivo de financiar el proyecto comercial de emprendedurismo en la zona de Heredia.

### **7.4. Objetivos**

#### **7.4.1 General**

Crear una propuesta de financiamiento para un proyecto comercial de emprendedurismo en Heredia, Costa Rica en el año 2020.

#### **7.4.2 Específicos**

Identificar la modalidad de crowdfunding que se va a utilizar para financiar el proyecto de emprendedurismo comercial.

Identificar el tipo de emprendedurismo que estarían dispuestos a financiar las personas participantes.

Implementar el proyecto de emprendedurismo para asegurar el cumplimiento de lo planteado en la investigación.

## 7.5. Cronograma de actividades. Gráfico de Gantt

Nombre	Progreso	Inicio	Fin	Días para el comienzo	Duración	Usuario	Prioridad	
<b>Identificación de la modalidad Crowdfunding</b>	100%	0 30	3/8/2020	2/9/2020	0	30	Kattia	5
<b>Cálculo de la inversión Inicial:</b>	100%							4
Identificar Ingresos	100%	4 9	7/8/2020	12/8/2020	4	6	Kattia	4
Identificar Gastos recurrentes	100%	5 9	8/8/2020	12/8/2020	5	5	Kattia	3
Identificar las compras de Activos Fijos	100%	10 12	13/8/2020	15/8/2020	10	3	Kattia	2
Cálculo de la depreciación	100%	12 12	15/8/2020	15/8/2020	12	1	Kattia	5
<b>Creación de Campaña Publicitaria:</b>	100%							4
Escoger la campaña	100%	15 24	18/8/2020	27/8/2020	15	10	Kattia	5
Comenzar las publicaciones	100%	16 25	19/8/2020	28/8/2020	16	10	Kattia	3
Agregar nuevas publicaciones	100%	20 29	23/8/2020	1/9/2020	20	10	Kattia	5
<b>Elección de Plataforma para Búsqueda de Proveedores:</b> ✓	100%							4
Escoger proveedor	100%	23 27	26/8/2020	30/8/2020	23	5	Kattia	5
Firmar contrato	100%	24 28	27/8/2020	31/8/2020	24	5	Kattia	5
<b>Implementación del Proyecto</b>	100%	25 54	28/8/2020	26/9/2020	25	30	Kattia	4

Fuente: Elaboración propia.

## 7.7. Detalle de actividades

Seguidamente, se detalla la propuesta de las actividades a realizar con el fin de financiar el proyecto de emprendedurismo en la provincia de Heredia, Costa Rica.

### Actividad 1: Identificación de la modalidad de crowdfunding a utilizar para financiar el proyecto

Luego de analizar los resultados del cuestionario aplicado y haber identificado los principales tipos de crowdfunding en Costa Rica, encontramos que la modalidad que tiene mayor apoyo para el financiamiento de un proyecto de emprendedurismo son las de acciones. Por este motivo, el análisis de los beneficios ofrecidos a los participantes, tiene el propósito de atraer las personas necesarias para el desarrollo del proyecto.

### Actividad 2: Cálculo del monto de la inversión inicial del proyecto comercial.

Luego de identificar los principales tipos de crowdfunding en Costa Rica y encontrar la modalidad a implementar, se procede con el cálculo de la inversión inicial, con la finalidad de conocer el monto total necesario que debemos recaudar. Dicho cálculo se realizó tomando en cuenta la tabla 10 donde aparece la inversión inicial para el proyecto.

### **Actividad 3: Creación de una campaña publicitaria para lanzar dicho proyecto.**

Una vez que tenemos el monto de la inversión inicial, se procede a la creación una campaña publicitaria. En dicha campaña se establecen los objetivos publicitarios, se diseña el mensaje publicitario, llevar el mensaje al público meta con el propósito de buscar los patrocinadores del proyecto.

### **Actividad 4: Elegir la plataforma indicada para búsqueda de patrocinadores.**

Una vez que se diseñada la campaña publicitaria, se procede a elegir la plataforma de acuerdo al tipo de emprendimiento y público meta. Finalmente publicamos el proyecto para la recaudación el dinero en línea con el fin contar con los recursos que requiere la empresa para iniciar operaciones.

### **Actividad 5: Implementación del proyecto con los recursos financieros obtenidos.**

Una vez que llevamos a cabo la campaña, evaluamos los resultados del lanzamiento y determinamos si cumplimos con nuestro objetivo pecuniario. Posteriormente cuando tenemos ya los recursos financieros, procedemos a la compra de los activos de la empresa y de su apertura. En ese momento se iniciarán operaciones de la empresa y se brindará el servicio a las personas clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Socorro & Olivera (2017). *Importancia de la formulación de la visión y la misión para el logro de los objetivos organizacionales* (Tesis inédita de licenciatura Universidad Nacional Autónoma Managua, Nicaragua).

- Arce, J. (2015). *Crowdfunding: financiación colectiva como alternativa en Costa Rica de capital de emprendimiento para el programa UNA- emprendedores* (tesis inédita de maestría). Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica.
- Assenova, Best, Cagney, Ellenff, Karas, Moon, Neiss, Suber & Sorenson (2016). The present and future of crowdfunding. *California management review*. Vol 58 (2): 124-135.
- Beaulieu, T (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding.  
*Article in communications of the association for information systems*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/282926203>
- Bullard, M. (2020). *Crowdfunding's culture of no compliance: an empirical analysis*. LCB\_24\_3\_art\_4\_Sheet N 90 side A. Vol 90: 899-949.
- Burbano, J. (NI). *Presupuestos Enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. 3era edición.
- Chaboud, Pourchet & Paquerot (2019). Crowdfunding et mecanismes de governance: quelles modalités pour gerer la foule. *Revue management & avenir*. Vol 111: 79-96.
- Chavenato, I. & Arao, S. (2017). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones* 3era ed. México: Ed El Sevier.
- Contreras, E. (2013) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento y gestión*. Vol 35: 152-181.
- Dushnitsky, Guerini, Piva & Lamastra (2016). Crowdfunding in Europe: Determinants of platform creation across countries. *California management review*. Vol 58 (2): 44-71

- Ernest, Gutierrez, Scheider (2019). Fintech en Costa Rica. Hacia una evolución de los servicios financieros. Recuperado de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/go/legalcode>
- Evereh, C. (2019). Origins and development of credit- based crowdfunding. *Banking and finance review*. Vol 2: 21-56.
- Fagilde, C. (2019). *Presupuesto empresarial: Material de apoyo instruccional para estudiantes de administración y contabilidad*. Universidad UNELLEZ.
- Fernández, F. (2017). *Repensar el liderazgo estratégico*. 5ta edición. España.
- Geva, H. & Barzilay, O. (2019). A potato salad with o lemon twist: using a supply-side shock to study the impact of opportunistic behavior and crowdfunding plataforms. *Mis Quarterly*. Vol 43 (4): 1- 9.
- González, A. & Parera, I. (2012). Una experiencia práctica en el estudio de valores organizacionales. Transporte, desarrollo y medio ambiente. *Debates IESA*. Vol 3: (2-3): 31-36.
- González, A. (2018). Todo es asunto de valores organizacionales. *Debates IESA*. Vol XXIII: 25-28.
- Hasna, S. & Irwansyah, D. (2019). El efecto de la innovación del crowdfunding en las decisiones. *Revista de tecnología de la información y la comunicación zona digital*. Vol: 10 (2): 144-156.
- Iglesias, E. & Ramírez, M. (2019). Una propuesta viable para la alineación de los valores organizacionales con la misión organizacional. *Retos turísticos*. Vol 8 (3): 10-16.

- Joachim, H (2013). A snapshot on crowdfunding. *Arbertspapiere untermechmen und Region*, N2/ 2013, Fraunhofer, ISI, Karlsruhe.
- Kedzierskar, A. (2020). Reward-based crowdfunding on the polish market. *Wroclaw university of economics and business*. Vol 64 (1): 89-100.
- Kuti, M. & Gabor, M. (2014). Crowdfunding. *Public finance Quartely*. Vol 59 (3): 355-366.
- Larranaga, J. & Coronado, C. (2015). La financiación por medio del crowdfunding del audiovisual: el caso del cortometraje “Juan y la nube”. *Documentación de las ciencias de la información*. Vol 38: 203-221.
- Latorre, A. (2015). *La investigación- acción. Conocer y cambiar la practica educativa*. 3era edición. Ed. Grao de IRIF S, L.
- Latysheva, A (2020) Using crowdfunding to solve social and cultural problems in rural territories of Russia. *Social policy research journal*. Vol 18 (1): 7-20.
- Levine, M. & Levine, L. (2017). A Review of federal Income Tax Issues Associated with Crowdfunding. *Journal of financial service professionals*. Vol 71 (1): 91-96.
- Ley 8262. Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, la gaceta N° 94, 17 de mayo de 2002, San José, Costa Rica.
- Ley 9036. Transformación del IDA en INDER, la gaceta N° 72, 16 de abril de 1996, San José, Costa Rica.
- Li, G. & Wang, J. (2019). Threshold effects on Backer Motivations in Reward- Based Crowdfunding. *Journal of management information systems*. Vol 36 (2): 546-573.
- Madsen & McMullin (2020). Economic consequences of risk disclosures: Evidence from crowdfunding. *The accounting review*. Vol 95 (4): 331-363.

- Otero, P. (2014). *Plataforma de crowdfunding en un Hospital Terciario o propósito de un caso* (proyecto final de maestría). Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, España.
- Rodiker, S. (2020). *Análisis de los datos cualitativos con Maxqda*. 1era edición. Ed. MaxQDA Press.
- Rodríguez, Silicia & Lopez (2019). Altruism and internal locos of control as determinants of the intention to participate in crowdfunding: The Mediating Role or Trust. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*. Vol 14 (3): 1-16.
- Roig, J. (2016). Crowdfunding: The collaborative economy for channelling institutional and household savings. *Research in international business and finance*. Vol 38: 326-337.
- Ruget, V. (2019). Crowdfunding in the classroom. *Teaching reports*. (pp: 54-66).
- Sampiere, Fernández & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. Ed. Mc Graw- Hill/ Interamericana.
- Schwienbacher, A. (2019). Equity crowdfunding: anything to celebrate?. *Routledge Taylor & Francis Group*. Vol 21 (1): 65-74.
- Yudhistiria, B. (2013). Crowdfunding: Una forma de financiar empresas creativas en Australia. *Revista de economía y política*. Vol 6 (2): 103-213.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1



### CUESTIONARIO

Esta encuesta se efectúa como parte de una investigación de tesis de la Universidad Hispanoamericana, de antemano se le agradece su atención para responder.

#### Indicaciones generales:

- Responda de forma completa las siguientes preguntas.

#### A- Indicaciones específicas:

- Marque con una equis (X) opción correcta.

#### 1. Género:

Femenino: \_\_\_\_\_ Masculino: \_\_\_\_\_  
Otro: \_\_\_\_\_

#### 2. ¿En cuál rango de edad se encuentra?

Hasta 20 años \_\_\_\_\_  
Desde 21 hasta 30 \_\_\_\_\_  
Desde 31 hasta 40 \_\_\_\_\_  
Desde 41 hasta 50 \_\_\_\_\_  
Más de 50 años \_\_\_\_\_

#### 3. Oficio:

Especifique: \_\_\_\_\_

#### 4. ¿Ha oído hablar del Crowdfunding? (Financiamiento en masa)

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No



**5. ¿Cuál condición financiera asocia usted con Crowdfunding?**

Inversión a plazo \_\_\_\_\_

Financiamiento en masa \_\_\_\_\_

Préstamo de dinero \_\_\_\_\_

Financiamiento bancario \_\_\_\_\_

Otra: \_\_\_\_\_

Especifique: \_\_\_\_\_

**6. ¿Eventualmente le interesaría participar en algún tipo de emprendimiento que pudiese financiarse con Crowdfunding?**

\_\_\_\_\_ Sí      \_\_\_\_\_ No      (Si la respuesta es No, termine la encuesta por favor)

**6. ¿De qué tipo de emprendimiento? (Marque solo una)**

Manualidades \_\_\_\_\_

Ropa \_\_\_\_\_

Gastronomía \_\_\_\_\_

Bisutería \_\_\_\_\_

Pintura \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

Especifique: \_\_\_\_\_

**7. ¿Con que tipo de financiamiento estaría dispuesto a participar?**

Donación \_\_\_\_\_

Préstamo \_\_\_\_\_

Acciones \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

Especifique: \_\_\_\_\_

**8. Marque el ítem que considera que corresponde como un beneficio del crowdfunding:**

Inversión relativamente baja \_\_\_\_\_

Inversión sencilla \_\_\_\_\_

Adaptación a diferentes plataformas \_\_\_\_\_

Posibilidad de recibir intereses o dividendos \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

Especifique: \_\_\_\_\_



**B- Indicaciones específicas:**

- **Responda la siguiente pregunta escribiendo de forma clara tomando en cuenta su experiencia sobre el tema.**

**9. ¿Si usted decidiera emprender un proyecto por medio de crowdfunding como lo haría?**

---

---

---

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## ANEXO 2

### BANCO NACIONAL DE COSTA RICA

#### REQUISITOS:

#### Para solicitar su Crédito PYME es importante contar con lo siguiente:

- Buen conocimiento de la actividad.
- Información de ingresos y gastos del negocio.
- Descripción de la empresa y para qué necesita el financiamiento.
- Permisos y contratos para el buen funcionamiento de la empresa (cuando se requieran).
- Garantía a satisfacción del Banco: hipoteca, pagaré, prenda, fiadores, inversiones, fondo de garantía del Sistema de Banca para el Desarrollo.

#### Si su negocio cuenta con personería jurídica además deberá aportar:

- Personería jurídica vigente.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- Copia del acta de constitución de la personería jurídica.
- Certificación de composición accionaria y autorización de la Asamblea de Socios para contraer deudas.
- Información financiera.


#### Conozca los 5 pasos de su Crédito PYME

- Análisis del financiamiento: después de realizada su solicitud, le estaremos contactando para darle una respuesta.
- Información y envío de documentación: le pediremos información y documentación necesaria para aprobar su crédito.
- Confirmación de datos: confirmaremos todos los datos del crédito para evitar inconvenientes en el registro de la información.

- Firma: deberá presentarse a una oficina elegida por usted para firmar la documentación del crédito.
- Desembolso: se le desembolsará el dinero del crédito.

### DECLARACIÓN JURADA

Yo Kattia Rubí Chacón, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número: 1-1363-0226 egresado de la carrera de Administración de empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de licenciatura en Administración de empresas con énfasis en Banca Finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Crowdfunding: Principales tipos y escenario de financiamiento de una Pyme del sector comercial, Heredia, año 2020, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 01 días del mes de diciembre del año dos mil veinte.

  
\_\_\_\_\_  
Firma del estudiante  
Cédula

## CARTA DEL TUTOR

**Universidad Hispanoamericana**

**Oficina de Registro**

**Sede: HEREDIA**

**Estimado señor:**

La estudiante **Kattia Rubí Chacón**, cédula de identidad número 113630226, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "**Crowdfunding: principales tipos y escenario de financiamiento de una PYME del sector comercial, Heredia, año 2020**", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones y propuesta. De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

	<b>CONTENIDOS A EVALUAR</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>NOTA</b>
<b>a)</b>	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
<b>b)</b>	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
<b>c)</b>	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
<b>d)</b>	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
<b>e)</b>	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

**Firma:**

JOSE ALBERTO  
VALERIO SOSA (FIRMA)

Firmado digitalmente por JOSE  
ALBERTO VALERIO SOSA (FIRMA)  
Fecha: 2020.12.09 15:33:36  
-06'00'

**Nombre: José Alberto Valerio – Sosa**

**Cédula: 1 – 0603 – 0068**

**Carné: 6477 CPCECR**

## CARTA DE LECTOR

Heredia, 16 de enero del 2021

Universidad Hispanoamericana  
Sede Heredia  
Carrera de Administración

Estimado señor

El estudiante Kattia Rubí Chacón, cédula de identidad 1-1363-0226, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado “**Crowdfunding: Principales tipos y escenario de financiamiento de una Pyme del sector comercial, Heredia, año 2020**”, el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.  
Atte.

ALEXANDER  
CORDERO  
CESPEDES  
(FIRMA)

Firmado digitalmente por  
ALEXANDER CORDERO  
CESPEDES (FIRMA)  
Fecha: 2021.01.16  
09:37:00 -06'00'

**MBA. Alexander Cordero Céspedes, lic.**  
**Cédula 1-732-096**  
**Carné 5813**

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 03 de febrero 2021


Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Kattia Rubí Chacón con número de identificación 1-1363-0226 autor (a) del trabajo de graduación titulado Crowdfunding: principales tipos y escenario de financiamiento de una PYME del sector comercial, Heredia, año 2020 presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar por el título de licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas; autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

  
\_\_\_\_\_  
Kattia Rubí Chacón  
1-1363-0226

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)  
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y  
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.