



UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

ESCUELA DE NEGOCIOS

MBA 2011 Vespertino

Lineamientos de factibilidad del *Crowdfunding*

como alternativa de financiamiento para
nuevos emprendimientos en Caracas -
Venezuela

Wilmer Lugo Sáez

Tutor:

Vanesa Welsh

Fecha: junio 2016

Lugar: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

AGRADECIMIENTOS

El sendero hasta aquí ha estado lleno de dificultades pero repleto de alegrías. Hace unos años llegué a la Escuela de Negocios de esta prestigiosa Universidad Torcuato Di Tella con un equipaje que necesitaba seguir sumando conocimientos. Hoy me llevé esas sapiencias que me permiten ser un profesional de vanguardia. Gracias por abrirme las puertas para la continuidad de mi camino del saber.

De este recinto, me llevo personas y amistades auténticas, aquellas que recordaré como los mejores compañeros y equipos de trabajo. Con ellos está también mi tutora y siempre admirada profesora Vanesa Welsh, por el gran apoyo y confianza en mi trabajo. Su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente para la culminación de esta tesis, sino también en mi formación como investigador. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado en todo momento los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis. Muchas gracias Profesora y espero verla pronto en Argentina.

De la misma manera, expreso mi más profundo reconocimiento a la Fundación “Dar y Recibir”, a través de la Licenciada Beatriz Adrián y el abogado Ricardo Gamboa, por su valiosa colaboración, porque son una inspiración a través del *Crowdfunding* para la puesta en marcha de financiamiento de emprendimiento en Caracas-Venezuela.

Por último doy gracias a Dios, a mi esposa Diana y a mi hija Bianca por haberme acompañado en Buenos Aires durante todo el MBA, así como mi nuevo hijo Guillermo por aumentar mi inspiración.

Wilmer

RESUMEN

Los mecanismos de participación para financiar proyectos a partir del apoyo a emprendedores en el ciberespacio han generado nuevas oportunidades a las industrias creativas de hacer realidad sus iniciativas. El *Crowdfunding* es una alternativa complementaria a los esquemas de financiación tradicional y utiliza plataformas de contacto en línea para establecer una relación entre éstas, los proyectos y su público objetivo. Este documento evalúa la factibilidad del *Crowdfunding* como alternativa de financiamiento para nuevos emprendimientos en Caracas, Venezuela, enfocando en su estudio en el estado de situación para la financiación y la inversión en este país, el *Crowdfunding* como fuente de financiación y su marco legal que avala el financiamiento colectivo. Se justifica esta nueva forma de conseguir apoyos financieros porque resulta de central importancia al margen de la financiación pública, por cuando no sólo es búsqueda de dinero, sino también puede ser un medio que promueve la participación ciudadana, mientras se impulsa mediante las aportaciones proyectos de relevancia emprendedora, que si bien en Venezuela ha adquirido un auge importante, todavía los financiamientos y apoyos para su pleno desarrollo son escasos y limitados. Se enmarcó dentro del tipo de investigación descriptiva-explicativa, de diseño no experimental. Se usaron encuestas y entrevistas para la búsqueda de información. Se concluye que el *Crowdfunding* es un innovador modelo de negocio que permite a Caracas, Venezuela, llevar adelante un cualquier tipo emprendimiento bajo la tipología de donaciones, de recompensas, de acciones o de préstamos. Se recomienda utilizar ampliamente estas plataformas que apuntan al desarrollo de la creatividad empresarial.

Palabras Clave: *Crowdfunding, financiamientos, emprendimientos*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
I. Enunciado del problema y Metodología de la Investigación	3
II. Preguntas de la Investigación.....	4
III. Objetivos de la Investigación	5
3.1 Objetivo General	5
3.2 Objetivos Específicos	5
 MARCO TEÓRICO	
CAPÍTULO I	
ESTADO DE LA SITUACIÓN PARA LA FINANCIACIÓN Y	6
LA INVERSIÓN EN CARACAS –VENEZUELA	
1.1 La Financiación en Caracas	7
1.2 Las Inversiones.....	17
1.2.1 Inversiones en Caracas-Venezuela	19
1.3 El Financiamiento para el Emprendimiento	25
1.3.1 El Estado venezolano y el apoyo a los emprendedores	26
 CAPÍTULO II	
LA UTILIDAD DEL <i>CROWDFUNDING</i> COMO ALTERNATIVA.....	30
PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS	
2.1 Antecedentes del <i>Crowdfunding</i>	31
2.2 Características del <i>Crowdfunding</i>	32
2.3 Tipos de <i>Crowdfunding</i>	34
2.4 Proyectos de mayor financiación bajo la modalidad de	40
<i>Crowdfunding</i>	
2.5 <i>Crowdfunding</i> como alternativa de Financiamiento para	45
Nuevos Emprendimientos en Caracas-Venezuela	
2.5.1 Acciones para la Implementación del <i>Crowdfunding</i>	47

CAPÍTULO III

MARCO LEGAL PARA LA FINANCIACIÓN	50
3.1 Algunos Antecedentes de Regulación del <i>Crowdfunding</i>	50
3.2 Estructura Legal del <i>Crowdfunding</i> en Venezuela.....	53

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	56
4.1 Población y Muestra	57
4.1.2 Procedimiento Muestra de Estudio.....	61

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.....	62
5.1 Análisis de las Entrevistas	62
5.2 Análisis de las Encuestas	65
5.3 Análisis de los Aspectos Legales.....	72
5.4 Análisis Global de los Instrumentos.....	73

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
6.1 Conclusiones	77
6.2 Recomendaciones	80

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
----------------------------------	----

ANEXOS	87
--------------	----

1. Formato Guion de la Entrevista.....	88
2. Instrumento del Cuestionario.....	89

3. Población Total Gran Caracas	91
4. Población de 20 a 49 años área de estudio	92
5. Lista de Cuadros	93
6. Lista de Gráficos	94
7. Lista de Figuras.....	95
8. Boletín Informativo Fundación Dar y Recibir	96

INTRODUCCIÓN

La actual situación económica y financiera en Caracas, capital de Venezuela, el acceso al crédito por parte de los empresarios se ha visto reducido en gran medida y como consecuencia muchos proyectos empresariales no han podido continuar su actividad, debido a que existe un mercado financiero donde el Banco Central de Venezuela (BCV) dicta la política monetaria, la Superintendencia de Bancos y otras instituciones financieras (Sudeban), regulan la actividad bancaria mediante la “Ley de bancos y otras instituciones financieras”, en un sistema en donde conviven 31 bancos, que se dividen en Comerciales y Universales.

Basado en esto, se busca el desarrollo de nuevas herramientas que proporcionen a las empresas la posibilidad de acceso al crédito a corto y largo plazo. Entre ellas se encuentra el *Crowdfunding*, un término en inglés que representa el “financiamiento colectivo”. El experto en el tema, Rivera (2012, P. 16), lo define como “... la puesta en marcha de un proyecto mediante aportaciones económicas (Funding=Financiación) de un conjunto de personas (Crowd=colectivo)”.

También es llamado micromecenazgo, consiste en la inversión colectiva con base en una cooperación gestionada por la unión de esfuerzos de individuos o de organizaciones para obtener dinero o recursos a través de internet, donde se abren nuevas opciones para brindar esta alternativa novedosa, mediante el cual los interesados a través de redes online de financiamiento colectivo consiguen aportes o donaciones a cambio de recompensas.

El principal objetivo de este estudio es aportar un valor añadido al estado de la cuestión, al tratar, en un mismo trabajo, aspectos tan variados considerando que las fuentes clásicas de financiamiento en Venezuela están resultando limitados para su nuevo entorno y el financiamiento colectivo presenta una alternativa para nuevos emprendimientos en esa jurisdicción de Venezuela así como involucrar este tema con una normativa aplicable al *Crowdfunding*.

En cuanto a la metodología aplicada, se han realizado diversas búsquedas a través de internet con el fin de estudiar en profundidad el marco teórico del tema a abordar. Para ello se ha examinado los trabajos de varios autores en los que se trata el *Crowdfunding*.

Además, se han analizado diferentes portales especializados y las websites de las principales plataformas nacionales e internacionales. Asimismo, se contactó con expertos en la materia, responsable de la plataforma de *Crowdfunding* “Dar y Recibir”, con el objetivo de conocer su visión sobre el tema, obtener información de primera mano sobre la plataforma que gestiona, compilando toda esta información para presentar los lineamientos de factibilidad del *Crowdfunding*.

Para la profundización del estudio se circularon entrevistas online y encuestas a una muestra de la población de Caracas de los sectores socioeconómicos A, B y C, de edades comprendidas entre los 20 y 50 años, las cuales se tabulan para presentar conclusiones, análisis y recomendaciones al estudio basado en los datos obtenidos.

Este trabajo está estructurado en tres capítulos en los que se desarrollan los siguientes temas:

CAPITULO I: Estado de situación para la financiación y la inversión en Caracas – Venezuela. En este capítulo se persigue conocer la información relativa a la cantidad de bancos, quienes invierten, como invierten, que información presentan las empresas para financiarse, mercado de valores, sectores que reciben mayor financiación, mayor inversión, el apoyo del Estado a los emprendedores.

CAPITULO II: La utilidad del *Crowdfunding* como alternativa para nuevos emprendimientos. En este capítulo se describe los antecedentes del *Crowdfunding* sus características, tipos Fuentes de financiación y el *Crowdfunding*, como alternativa de financiamiento para nuevos emprendimientos en Caracas, Venezuela y la acción para su implementación.

CAPITULO III: Marco legal para la financiación e inversión en Venezuela. En este capítulo se señalan algunos antecedentes de regulación del *Crowdfunding*, tomando como ejemplos el marco legal de Estados Unidos, España y México, que avalan y permite la existencia de este tipo de financiación, para luego describir la estructura legal en Venezuela que se vincula con el *Crowdfunding*.

1. Enunciado del problema y Metodología de la Investigación

La sociedad actual venezolana, se ve inmersa en el constante cambio del contexto de crisis económica y social el que ha hecho cambiar la forma en la que se desarrollan los negocios, sobre todo para las empresas, o proyectos que buscan dar sus primeros pasos.

Es dentro de este entorno que el emprendimiento se dificulta por el surgimiento de nuevas necesidades en cuanto a búsqueda de subvenciones y las nuevas soluciones para lograr la mayor recaudación de capital posible, en el menor tiempo y de la forma más directa. En este aspecto, cobra sentido la plataforma del *Crowdfunding* para proyectos que tienen claros sus objetivos, pero que carecen de capital para lograrlos.

Desde este punto de vista, reviste el valor teórico, ya que genera reflexión y discusión tanto en el conocimiento existente del área investigada, como dentro del ámbito de los elementos de la sinergia, como también se puntualizan las condiciones necesarias para conocer los lineamientos de cómo acceder a este financiamiento, para que el emprendedor acceda a internet a presentar su proyecto y pedir a los internautas que le ayuden a financiarlo.

Como una implicación práctica, con la presentación de estas herramientas a los emprendimientos que se deseen realizar en Venezuela, se tendrá un nuevo panorama para contar con esa financiación necesaria para lanzar el proyecto a

mayor escala, desarrollar prototipos para presentarlos a clientes, producir en serie, contratar ayuda, entre otras facilidades.

Asimismo, se estima que al profundizar en la fundamentación legal análoga que existe en el país para el financiamiento colectivo. El *Crowdfunding* se convertirá en un fenómeno en franco crecimiento, será más conocido y ganará más adeptos, cambiará la forma en la que las personas inviertan su dinero, emprendan, generen ideas y presentes proyectos sin intermediarios, con tan sólo un clic.

En cuanto al aspecto metodológico, se realiza a través de técnicas y procedimientos que establecen un conjunto de directrices que permiten orientar el desarrollo de cualquier proceso dirigido a conocer la factibilidad del *Crowdfunding* para que sea potencialmente una herramienta de inversión.

Por último tiene una justificación adicional, por cuanto los resultados que arroje el estudio pueden ser significativos a otros investigadores ampliar sobre este tema, al que viene ganando la batalla en los últimos años mediante campañas de éxito, que provocan confianza sobre todo en los usuarios que temen la pérdida de su dinero, y por tanto prefieren los métodos tradicionales de mecenazgo más ligados a la caridad que a la inversión.

2. Preguntas de la Investigación

El desarrollo del presente estudio busca recopilar información para responder a las preguntas planteadas a continuación:

¿Cuál es el estado de la situación para la financiación y la inversión en Caracas, Venezuela?

¿Cuál es la utilidad del *Crowdfunding* como alternativa para nuevos emprendimientos en Caracas – Venezuela?

¿Cuál es la viabilidad jurídica de los *Crowdfunding* como instrumento de financiamiento e inversión en Caracas – Venezuela?

3. Objetivos de la Investigación

3.1 Objetivo General:

Determinar los lineamientos de factibilidad del *Crowdfunding* como alternativa de financiamiento en nuevos emprendimientos en Caracas - Venezuela para que sea potencialmente una herramienta de inversión.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el estado de la situación para la financiación y la inversión en Caracas-Venezuela, mostrando sus rendimientos para compararlos con los que pueden generar nuevos emprendimientos en este mercado.
- Analizar la utilidad del *Crowdfunding* como alternativa para nuevos emprendimientos en Caracas – Venezuela
- Considerar la viabilidad jurídica de los *Crowdfunding* como instrumento de financiamiento e inversión en Caracas – Venezuela, dentro del marco legal venezolano, contemplando aspectos como regulaciones de tasa, protección y riesgo de los inversionistas, legitimación de capitales, documentación, entes reguladores.
- Hacer una investigación de mercado que permita evaluar la aceptación del *Crowdfunding* como alternativa de financiamiento y de inversión en Caracas - Venezuela.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

ESTADO DE LA SITUACIÓN PARA LA FINANCIACIÓN Y LA INVERSIÓN CARACAS- VENEZUELA

Venezuela, es un país de América Latina y el Caribe, con una población de 30.851.343 habitantes, según datos obtenidos Doing Business¹, situada al norte de la línea ecuatorial o paralelo O, al norte de América del sur, en la zona intertropical del mundo, entre los hemisferios norte y occidental². Esta nación, posee con una categoría de ingreso alto, ya que se calcula su INB Per Cápita en US\$12.820³. El aporte de dinero y recursos para sufragar los gastos de una obra o actividad, habitualmente se canaliza mediante créditos o préstamos. Esta financiación, está regulada por las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)⁴.

Su capital, Caracas y principal centro administrativo, financiero, político, comercial y cultural de la nación, ha rebasado los límites administrativos de su perímetro debido al acelerado crecimiento poblacional, de modo que su territorio de estudio demográfico más adecuado es el Distrito Metropolitano o Área Metropolitana de Caracas. La región es denominada Gran Caracas o Región Metropolitana de Caracas (RMC), considerada como aglomeración urbana que representa casi una sexta parte de la población total nacional y la ubica entre las cien áreas metropolitanas más pobladas del planeta, además de ser la décima más grande de América Latina, la cual abarca las ciudades satélites o dormitorios

¹ <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/venezuela/> Rescatado el 12 de febrero de 2016. octubre de 2016.

² <http://www.pdvsa.com/lexico/venezuela/situacion.htm>. Rescatado el 12 de febrero de 2016

³ El INB per cápita (anteriormente PIB per cápita) es el ingreso nacional bruto convertido a dólares de los Estados Unidos mediante el método Atlas del Banco Mundial, dividido por la población a mitad de año.

⁴ NIC 7. Estados de Flujos de Efectivo emitida el 1 de enero de 2012.

adyacentes los Altos Mirandinos, el Litoral Central de Vargas, Guarenas, Guatire y los Valles del Tuy.

La dinámica natural y los procesos de cambio del país que intervienen en el concierto económico-financiero actual, dependen de la estructura y funcionamiento del sistema financiero a nivel global. La competencia por el crédito entre países en vías de desarrollo crea claros incentivos a reducir los requerimientos de capital o los de deuda a corto que, a su vez, incrementan el riesgo de las inversiones y ponen en peligro los puestos de trabajo, los salarios reales y el bienestar del país.

Asimismo, la captación de medios financieros por parte de las empresas plantea un problema de decisión como consecuencia de la variedad de productos financieros que los bancos y demás instituciones crediticias ponen a disposición de sus potenciales clientes.

1.1 La Financiación en Caracas

El estado de la situación para la financiación e inversión en esta localidad, comprende las organizaciones, asociaciones, fundaciones, entidades religiosas, cooperativas y cualquier otra sociedad u organismo con fines no lucrativo en pos de actividades de bien social, colectivos vulnerables e inclusión social. Adicionalmente, cuenta con múltiples focos de actuación, que inciden en el sector social, económico, político y legal, que en la búsqueda de la economía de mercado, tienen abierta las puertas a participar a través del sistema financiero.

La financiación, según Samuelson (2006), está conformada por el conjunto de normas, instrumentos y regulaciones que recaen sobre personas e instituciones que actúan en el mercado financiero, ya sea o no intermediados donde se destacan bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito, dedicadas a administrar y prestar dinero; o empresas financieras, un tipo distinto de intermediarios financieros que, sin ser bancos, ofrecen préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

Sobre la base del argumento anterior, en Venezuela existe un mercado financiero en donde el Banco Central de Venezuela (BCV) dicta la política monetaria, con una estructura del sistema bancario que busca satisfacer las decisiones financieras de las familias, las empresas y los gobiernos locales y del exterior, con una política monetaria como herramienta importante con la que cuenta un gobierno para controlar los ciclos económicos (Samuelson, 2006). Por su parte la Superintendencia de Bancos y otras instituciones financieras (Sudeban), regula la actividad bancaria, mediante “Ley de bancos y otras instituciones financieras”.⁵

La banca a través de la intermediación de capitales ofrece productos de financiamiento por un lado y de inversión por el otro. Las tasas de ambos se encuentran reguladas por el BCV desde el primero de mayo de 2005⁶. En el cuadro N° 1, se observa cómo se encuentran constituidas las tasas pasivas o las que un inversionista puede conseguir al colocar su dinero en la banca:

CUADRO N° 1: Bancos Comerciales y Universales. Tasas Pasivas

BANCOS COMERCIALES Y UNIVERSALES
TASAS DE INTERÉS PASIVAS ANUALES NOMINALES PROMEDIO PONDERADAS
COBERTURA NACIONAL
(Porcentajes)

Depósitos de Ahorro	Cuentas Corrientes Remuneradas	Depósitos a Plazo					
		Total 1/	Menor a 30 días	30 días	60 días	90 días	Mayor a 90 días
14,32	0,81	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50

Fuente: <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>

En los bancos comerciales, son operaciones que conceden crédito con cargo a fondo propios o a fondos que han tomado en préstamo o han creado, que se

⁵ (<http://sudeban.gob.ve/webgui/>). Rescatado en fecha 14 de octubre de 2015

⁶ <http://www.venelogia.com/archivos/507/>. Rescatado en fecha 14 de octubre de 2015.

clasifican en fundamentales y accesorias. La operación bancaria se pueden considerar desde tres puntos de vista: 1) En lo económico en su primer aspecto es materia de la ciencia bancaria, 2) del derecho bancario, y 3) de las operaciones bancarias. Por su parte, el concepto de la Banca Universal, se encuentra plasmado en la Resolución N°: 001-0496 de la Junta de Emergencia Financiera:

Los Bancos Universales, son aquellos que pueden realizar todas las operaciones, que de conformidad con lo establecido en la Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras, pueden ejecutar los Bancos las Instituciones Financieras Especializadas, es decir, Bancos Comerciales, Bancos Hipotecarios, Bancos de Inversión, Sociedades de Capitalización, Arrendadoras Financieras y Fondos del Mercado Monetario”

De esta manera, la banca universal viene a representar el avance que se ha generado en la banca a través los años debido a que existen bancos especializados realizadores de actividades específicas pero en la actualidad es mucho más fácil encontrar todos los servicios en un solo banco. En cuanto a las tasas máximas a las cuales se puede financiar distintos proyectos son:

CUADRO N° 2: Tasas Máximas para Financiar Proyectos

A. TASAS DE INTERÉS APLICABLES A LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DE LA RELACIÓN DE TRABAJO	1. Tasa activa estipulada durante el mes de diciembre de 2015 aplicable a los supuestos a que se refieren los artículos 128, 130, 142 literal f), y 143 Cuarto Aparte, del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras.	21,03%
	2. Tasa promedio entre la activa y la pasiva estipulada durante el mes de diciembre de 2015, aplicable al supuesto a que se refiere el Tercer Aparte del artículo 143 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras	18,05%
B. TASAS DE INTERÉS PARA OPERACIONES CON TARJETAS DE CRÉDITO	1. Tasa de interés activa máxima anual a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las operaciones activas con tarjetas de crédito que regirá para el mes de enero de 2016.	29%
	2. Tasa de interés activa mínima anual a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las operaciones activas con tarjetas de crédito que regirá para el mes de enero de 2016; sin perjuicio de las tasas de interés mínimas activas especiales dictadas por el Banco Central de Venezuela mediante Avisos Oficiales emitidos al efecto, y aquellas autorizadas por este Instituto a ser aplicadas de conformidad con lo previsto en el Segundo Aparte del artículo 96 del antedicho Decreto-Ley.	17%
	3. Tasa de interés máxima que podrán cobrar las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, por las obligaciones morosas de sus tarjetahabientes para el mes de enero de 2016.	3% anual, adicional a la tasa de interés pactada en la respectiva operación conforme a lo previsto en los numerales 1) y 2) del presente literal.

.../

Continuación (Cuadro N° 2: Tasas Máximas Para Financiar Proyectos)

C. TASAS DE INTERÉS PARA OPERACIONES CREDITICIAS DESTINADAS AL SECTOR TURISMO	1. Tasa de interés activa máxima preferencial a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, para las operaciones de crédito turístico conforme con lo previsto en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo, que regirá para el mes de enero de 2016.	10,49%
	2. Tasa de interés activa máxima preferencial a ser aplicada por las instituciones regidas por el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Instituciones del Sector Bancario y demás leyes especiales, a las operaciones crediticias destinadas al sector turismo, en los supuestos a que se refiere el artículo 40 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo, que regirá para el mes de enero de 2016.	La tasa de interés activa máxima preferencial prevista en el numeral 1 reducida en 3 puntos porcentuales

Fuente: Banco Central de Venezuela. Publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N°. 40.827 de fecha 13 de enero de 2016

Puede observarse, que en las operaciones de crédito se trata de obtener un beneficio para sus accionistas y al mismo tiempo dotarlos del poder de crear dinero porque las partidas de su pasivo consistente en depósitos de dinero, depósitos a la cuasi-dinero, de ahorros y a largo plazo.

El contar con entidades que brinden los servicios en un mismo banco, es importante para generar estabilidad política y económica, libertad cambiaria, que otorguen un adecuado ambiente de negocios, ausencia de normas domésticas sobre encajes y ausencia de tasas máximas.

No sólo se necesita de estabilidad económica para generar la llegada de capital extranjero sino que es un aspecto imprescindible para que todo el sistema bancario se desempeñe favorablemente y sólidamente. En este sentido, el control de riesgo exige a la gerencia operativa suficiente información para el análisis de los créditos a fin de evitar la morosidad de los clientes, evitando la quiebra bancaria.

Por otro lado, las otras opciones de inversión y financiamiento son a través del mercado de valores. El mismo transa por la Bolsa de Valores de Caracas, la cual tiene como misión “Facilitar la intermediación de instrumentos financieros y difundir la información que requiere el mercado de manera competitiva, asegurando transparencia y eficacia dentro de un marco autorregulado y apegado a los principios legales y éticos; apoyándose para ello en el mejor recurso humano y en la solvencia de nuestros accionistas”.⁷

Los bancos centrales recurren a la oferta monetaria para estabilizar la economía cuando los niveles de desempleo crecen o para frenar la economía cuando los precios suben. Sobre el particular, el BCV, como organismo responsable y principal autoridad económica, vela por la estabilidad monetaria y de precios de ese país; único autorizado

⁷ <http://www.caracasstock.com/>. Rescatado el 14 de octubre de 2015.

para emitir la moneda de curso legal en Venezuela con carácter autónomo e independiente de las políticas del gobierno nacional⁸.

En cuanto a captar recurso para otorgar créditos y prestar toda una gama de servicios bancarios, requerido por el gobierno, los bancos comerciales son reguladas por la Ley General de Bancos, donde se establecen regulaciones específicas para este tipo de actividad bancaria, los cuales otorgan los préstamos a un plazo no mayor a 3 años, ofrecen pocos productos de servicios ya que los principales son los depósitos, préstamos y descuento.

La banca universal, también es regulada por la Ley General de Bancos, pero sus regulaciones son diferentes a las de la Banca Comercial. A través de los bancos universales, los créditos pueden ser otorgados mayores a 3 años, ofrecen múltiples productos y servicios (Banca Hipotecaria, de Vehículo, industriales, entre otros), de acuerdo a sus operaciones de Crédito, tanto interna como externas, es decir pueden efectuar todo tipo de operaciones bancarias y diversas actividades ejecutadas por instituciones financieras, como Bancos Comerciales, Banco Hipotecario, Banco de Inversión, Sociedades de Capitalización, y fondos de Mercado Monetario.

En el ranking que elaboró Sudeban para el mes de septiembre 2015, los 6 primeros bancos del sector financiero venezolano concentran el 73,70% del total de la cuota del mercado. En estos 6 bancos, aparecen 2 bancos del sector público: Venezuela y del Tesoro. En tanto los privados son: Banesco, Provincial, Mercantil y Banco Occidental de Descuento, con algunas incursiones en algunos indicadores entre los 10 primeros de Bicentenario, Bancaribe, Exterior y Venezolano de Crédito.

Por otro lado, la pretensión de los elementos fundamentales de política pública que direccionan la agenda desarrollada por el Estado venezolano en el segundo plan económico 2013-2019⁹ para transformar el sistema financiero nacional con la

⁸ Reconocido a través de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Artículo 318.

⁹ Ley del Plan de la Patria. Publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No 6.118 Extraordinario, 4 de diciembre de 2013

finalidad de alcanzar los objetivos indicados en los Planes de Desarrollo Nacional, trae a colación el razonamiento de Meszaros¹⁰ sobre la hibridación del capital, como una forma de participación del Estado cada vez mayor en el proceso de reproducción socioeconómica del capitalismo, fundamentado el contexto sociopolítico nacional.

La multiplicación de los fondos, paradójicamente, genera sobresaltos. Para que el Gobierno pueda cubrir una porción importante de sus gastos, el Banco Central de Venezuela emite billetes que ensanchan la cantidad de dinero y por ende aumentan rápidamente los bolívares depositados en las torres financieras, al punto de que entre agosto de este año y agosto de 2014 las captaciones registran un salto de 88%.

Por otro lado, en el informe financiero al cierre de diciembre de 2015, realizado en 32 instituciones que conformaban a la fecha 24 bancos universales, 4 bancos comerciales y 4 bancos de desarrollo; se destaca que los activos del Sistema Financiero Nacional (SFN), presentan un incremento de un 92,27% adicional a lo alcanzado hasta el mismo mes del año 2014.

Las Inversiones en Títulos Valores, sin las Colocaciones en el BCV, representan el 14,6%, y en términos netos se ubicó en Bs. 2.466.023 millones, lo que representa un crecimiento en el mes de Bs. 145.811 millones (6,3%), mientras que comparando con el año anterior se ha incrementado 113% equivalente a Bs. 1.305.900 millones.

En esta línea financiera, se reportó que el Resultado Neto (Utilidad) para el segundo semestre del año 2015 fue de Bs. 83.959 millones para el total del Sistema Financiero Venezolano. Al compararlo con el segundo semestre de 2014 registra un crecimiento de Bs. 32.970 millones (64,7%). Observando las cifras en términos anuales, la utilidad acumulada del año 2015 se ubicó en Bs. 141.892 millones que

¹⁰ Meszaros, I. (2009). El desafío y la carga del tiempo histórico: el socialismo del siglo XXI. Fundación Editorial El perro y la Rana. Venezuela.

comparado con lo acumulado en el año 2014 evidencia un incremento de Bs. 57.870 millones (68,88%).¹¹

Esta connotación, de alto riesgo-país de inflación del 30%, ocasiona la incertidumbre de devaluación del dinero, debido a que genera intereses menores que la inflación, por lo que los ahorristas no sienten ningún estímulo para la proyección de éstos, aun cuando en su mayoría los economistas recomiendan no subestimarlos y, por lo menos, preservar una parte de los ingresos para los gastos fijos como salud, educación, comida y emergencias, principalmente.

A este tenor, las vigentes apreciaciones de Culshaw¹², mediante las cuales refiere que el mercado se ha ido *simplificando*, reduciéndose al mínimo la Bolsa de Valores Privada, producto de las expropiaciones y cierre de empresas en los últimos años, en tanto que la Bolsa de Valores Pública aún no funciona a plenitud.

La Superintendencia de Bancos exige un índice mínimo de patrimonio sobre activos de 9%, requerimiento difícil, que se convierte cuesta arriba para cumplirlo. Puede apreciarse esta situación en las cifras presentadas por Sudeban¹³, en agosto de 2013, el sistema financiero como un todo mantenía un índice de 12,05% y para agosto de 2014 el indicador había descendido hasta 10,8%.

El descenso de las utilidades obedece a que los bancos han comenzado a pagar más impuestos, en vista de que por los cambios en la ley ya no pueden aplicar el ajuste por inflación, una medida que aún sigue vigente para el resto de las empresas y que, básicamente, busca asegurar que los contribuyentes cancelen impuestos sobre una ganancia real y no ficticia o nominal.

Al respecto, se suma a este ajuste que el tipo de cambio fijo de 6,3 bolívar por cada

¹¹ Informe del Sistema Financiero Venezolano Diciembre 2015. Disponible en <http://www.finanzasdigital.com/wp-content/uploads/2016/05/BCOM201512.pdf>

¹² Culshaw, F. (2012). Revista Business Venezuela Edición 145.

¹³ Sudeban. Informe financiero septiembre 2015.

dólar hasta el 2014¹⁴ es una cifra muy diferente de la tasa de mercado paralelo, acrecentando dicha situación, el establecimiento del gobierno de dos tipos de cambio alternativos de 11,3 bolívares y 50 bolívares dólar, lo que limita a grupos específicos de importadores e inversionistas; con el agravante que a comienzos del 2015, se introdujo otro régimen, con un tipo de cambio de 192 bolívares por dólar.

Este obstáculo en el sistema financiero, conduce a la economía moderna del país, a la crisis financiera como lo afirma Mishkin¹⁵, "...son grandes perturbaciones de los mercados financieros caracterizados por agudos declives en los precios de los activos y quiebras de todo tipo de empresas". Esto implica para la generación de la producción de los distintos sectores de la economía, por lo que no debe olvidarse que el sistema financiero tiene como actividad central transferir los fondos de las personas que los tienen, a quienes tienen un déficit, por lo que el sistema financiero promueve una mayor eficiencia, ya que hace rentable el dinero de quien no lo necesita llevándolo a quien si lo hace producir.

Con relación a las apreciaciones sobre la situación de financiera que vive Venezuela, fueron publicadas en la edición 300 (noviembre 2015) de la Revista Dinero.

En este reportaje, se hace mención que las cifras emitidas hasta el noveno mes de 2015 por Sudeban, nominalmente la banca ha tenido un comportamiento positivo, destacando a su vez, el hecho de que se desconoce la cuantía oficial de inflación en el país ya que el BCV adeuda 11 meses de información sobre los principales indicadores del sistema económico, es por ello que, para cotejar y estudiar al sector bancario, todos los resultados se expresan en valores nominales y no reales.

¹⁴ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe. Documento informativo 2015, p. 20.

¹⁵ Mishkin (2014). Moneda, banca y mercados financieros, p. 185.

Asimismo, el indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital el Return on Equity (ROE), el cual trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas, señaló que el rendimiento sobre el patrimonio en septiembre 2015, fue un 64.36%, que en promedio es un rendimiento muy bueno, si la situación económica estuviese en una inflación de un dígito e incluso no hubiese mayor problema, hasta de dos dígitos en promedio; pero, cuando es una inflación que excede los tres dígitos, evidentemente que la banca en términos reales no ha tenido beneficios.

El efecto dominó de la caída de los precios del petróleo se aprecia directamente en el derrumbe del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del país, en una disminución de casi el 50% del ingreso petrolero, lo que repercute en la banca que se está moviendo de alguna u otra manera entre las grandes crisis de la economía de cualquier país que son la inflación más la recesión. La recesión, significa que las empresas tomadoras de fondos de la banca, que es a quien la banca le concede créditos, está teniendo cierto nivel de dificultades y en la medida en que las empresas tengan cierto nivel de dificultades, la potencialidad del riesgo crediticio se potencializa.

En razón de la información publicada en abril de 2015, en la Gaceta Oficial N° 40.636, la banca pública es la única autorizada para gestionar el cupo electrónico y viajero de los venezolanos. Esto supone una serie de privilegios que favorecen a la banca pública por encima de la privada contradiciendo lo que indica el artículo 112 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela: "...el Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza".

Se evidencia, entonces, que la modificación del convenio cambiario benefició a las captaciones, la cartera de crédito pública, supeditando la gestión de las divisas solo a través de la banca pública distorsiona la libre competencia y el concepto de igualdad de condiciones.

Esta acción no igualitaria de la banca pública versus la banca privada, trajo como consecuencia el fuerte desplazamiento de recursos de la banca privada a la pública así como el hecho de que las personas que adquirirían divisas preferenciales usando el sistema bancario privado tuvieron que emigrar al público; incluso, trasladando operaciones financieras a ese sector, toda vez que la modificación cambiaría le agregó más riesgo al sistema bancario público tomando en consideración el alto índice inflacionario, la recesión y el déficit gerencial en ese sector.

1.2 Las Inversiones

La representación de colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendos o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición, priva de un recurso con la visión de que se produzca más en futuro, la cual es definida por Clendenin (1998, P. 4) como "...cualquier activo o derecho de propiedad adquirido o poseído con el propósito de conservar el capital u obtener una ganancia"; por tanto, Iturriz (2015), describe que los elementos que definen una inversión son: a) el sujeto que invierte o inversor; la renuncia a una satisfacción en el presente.; c) el producto en el que se invierte; d) la esperanza de una recompensa o ganancia en el futuro.

A este tenor, la regla NIC N° 25¹⁶, refiere a la inversión financiera:

Es un activo poseído por la empresa con la finalidad de incrementar su riqueza por medio de los réditos producidos (tales como intereses, derechos de patente, dividendos y alquileres), para conseguir su revalorización o para la obtención de otros beneficios para la empresa inversora, tales como los que se derivan de las relaciones comerciales.

¹⁶ Normas Internacionales de Contabilidad (1995).

Se tiene, igualmente, que en las fuentes de financiamiento, una inversión financiera a corto plazo es aquella que por su naturaleza es fácilmente realizable, y se desea mantener por un periodo no superior a un año, mediante el cual Gitman (1996, P.323) "...consta de obligaciones que se esperan venza en un año o menos". Desde este aspecto, generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones.

Estas inversiones se pueden mantener temporalmente, en vez de tener el efectivo, y se pueden convertir rápidamente en efectivo cuando las necesidades financieras del momento hagan deseable esa conversión. Por otro lado, las inversiones a largo plazo es referida por Gitman (1996, P. 326), como:

...toda inversión financiera cuyo vencimiento es mayor a un año, donde las colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad, decide mantenerlas por un ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general, y la cual se puede obtener adquiriendo dinero a través de préstamos a plazos y vendiendo pasivos negociables en formas de bono. Las principales fuentes de financiamiento son hipoteca, bonos y arrendamiento financiero.

Desde un punto de vista profesional, las inversiones forman parte del activo de una empresa y representa los intereses que ésta tiene en otras, cuya relación es más directa porque en ella realiza colocaciones de capital en alguna actividad comercial o civil, durante un cierto tiempo, con el objetivo de obtener un rendimiento económico.

Por otro lado, la inversión internacional, comprende las cuentas que registran las inversiones en acciones, cuotas o partes de interés social, títulos valores, papeles comerciales o cualquier otro documento negociable adquirido por el ente económico

con carácter temporal o permanente, con la finalidad de mantener una reserva secundaria de liquidez, establecer relaciones económicas con otras entidades o para cumplir con disposiciones legales o reglamentarias.

1.2.1 Inversiones en Caracas -Venezuela

En el informe del tercer trimestre 2015 del BCV, explica que la posición acreedora neta del país con el exterior tuvo un crecimiento anualizado de 6,5%, situándose en US\$ 155.667 millones. Este resultado viene explicado por el aumento de los activos en 4,4%, si se compara con el cierre de septiembre de 2013, mientras que los pasivos externos lo hicieron en 2,3%.

La expansión de los activos externos se evidenció en las categorías cuentas por cobrar, créditos comerciales y depósitos del Gobierno; en las utilidades reinvertidas y los créditos comerciales de la industria petrolera nacional; además de los depósitos del sector privado.

Las inversiones representadas en acciones y en cuotas o partes de interés social, se registran por su costo histórico. Las demás inversiones, como bonos, cédulas, certificados, etc., se contabilizan por su valor nominal. Sin embargo, en caso de presentarse diferencias entre este último y el costo histórico, con el propósito de no quebrantar la norma contable básica de “valuación o medición”, tales diferencias se controlarán a través de cuentas auxiliares complementarias evaluativas de la inversión, específicamente en los títulos en que se presente la diferencia. Para el efecto, se utilizarán los rubros tanto de descuento o de prima por amortizar.

El costo histórico incluye las sumas en que se incurre para la compra de la inversión, el cual, para el caso de las inversiones representadas en acciones y en cuotas o partes de interés social se ajustará mensual o anualmente, reconociendo el efecto inflacionario de conformidad con lo previsto en las disposiciones legales vigentes.

Cuando se posean inversiones en subordinadas, respecto de las cuales el ente económico tenga el poder de disponer que en el período siguiente le transfieran sus utilidades, deben contabilizarse bajo el método de participación, de conformidad con las disposiciones legales vigentes. En muchos casos, comprar la mitad o una parte de otra empresa, es mejor que crear una nueva empresa desde cero para tener acceso a determinado producto. Cuando el ente económico tenga como actividad principal el de rentista de capital, al momento de vender sus inversiones deberá cargar la cuenta como actividad financiera.

El mercado de capitales venezolano¹⁷, en el 2009, registró una tendencia favorable en el incremento del monto total de emisiones autorizadas por la Comisión Nacional de Valores, constituyendo una excelente alternativa para aquellas empresas que cuentan con cierto grado de maduración y requieren vías paralelas de financiamiento que represente un menor costo que los mecanismos tradicionales. Según León (2009):

Los inversionistas toman decisiones en función del rendimiento y el riesgo, pero no todos evalúan esas variables de la misma manera. Para algunos, la crisis internacional tendrá efectos devastadores sobre nuestra economía, lo que mezclado a las amenazas permanentes de la revolución contra la empresa privada y la propiedad, hacen imposible el desarrollo de negocios estables. Para otros, la conclusión es que Venezuela es una mina: con entorno hostil, infraestructura roída y llena de bichitos cazando güiro, pero con mucho "oro" que ellos pueden explotar. Finalmente, está el grupo que cree que la crisis política y económica actual no es más que un parpadeo, que la inercia del desarrollo mundial terminará por barrer y modernizar, por lo que vale la pena quedarse para no perder las oportunidades del futuro. (Diario El Nacional, 11 de octubre de 2009)

Desde la percepción, las inversiones se encuentran en manos de tres grupos, los pesimistas, los explotadores y los optimistas. Tomando la situación que presenta el país en el 2016, en torno a las perspectivas económicas, políticas y sociales, donde las

¹⁷ <http://www.elmundo.com.ve/15mayo09/economia.aspx>. Rescatado el 11 de octubre de 2015.

expropiaciones de las empresas como el cemento, la Siderúrgica del Orinoco (Sidor), la del café, Molinos Nacionales, C.A. (Monaca), Owens Illinois, por nombrar algunas; afectan directamente al gobierno al no producir, como lo señala el informe del Fondo Monetario Internacional (FMI)¹⁸ “los precios siguen trepando fuera de control, y se prevé que la inflación aumente a 720% para este año, después de alcanzar una tasa récord mundial en torno a 275% en 2015”.

Ante este escenario se suma, de acuerdo al prenombrado informe que en Venezuela las distorsiones de política económica y desequilibrios fiscales ya habían generado una atmósfera de inestabilidad, siendo agravados "cuando el descenso de los precios del petróleo desencadenó una crisis económica, con una caída del producto estimada en casi 18% durante 2015 y 2016"¹⁹.

En la línea de situaciones financieras que vive el país, se presentan en las inversiones los principales instrumentos que ofrece el mercado de capitales la renta fija, tales como papeles comerciales, obligaciones, títulos de participación, certificados de depósito, deuda pública; y por otra parte, de los de renta variable, donde se negocian acciones emitidas por empresas privadas. Los papeles comerciales son instrumentos de deuda de corto plazo, ya que su vencimiento no puede ser superior a 360 días (ni inferior a 15 días).

Estos títulos no están garantizados, y son emitidos por las sociedades anónimas, para financiar sus requerimientos de capital de trabajo, es decir, el capital que la empresa necesita en su día a día. Son instrumentos con un bajo nivel de riesgo y devengan cupones a tasa fija, aunque también pueden ser emitidos a descuento, de tal forma que su rendimiento se obtiene de la diferencia entre su valor de adquisición y su valor nominal.

¹⁸ FMI (2016). Informe de Perspectivas Económicas Regionales. Publicado por agencia EFE, enero 23 de 2016.

¹⁹ FMI (Ibídem)

De manera simultáneas o sucesivas, las emisiones pueden hacerse en una o varias series, ninguna de las cuales podrá ser inferior al 10% del monto máximo autorizado, teniendo un plazo de vigencia no superior a un año calendario, contado a partir del día siguiente de la fecha de emisión de la primera serie.

La autorización de los montos de emisión es otorgada por la Comisión Nacional de Valores²⁰, ante el cual las empresas deben presentar su solicitud, bajo lo establecido por las Normas publicadas en el año 2002, así como con el Instructivo para realizar oferta pública, del año 2005²¹.

Este es un órgano regulador del sector, creado como un organismo público²², con personalidad jurídica, y patrimonio propio e independiente del Fisco Nacional, adscrita al Ministerio del Poder Popular para las Finanzas, a los efectos de la tutela administrativa, para la protección de las personas que han realizado inversiones en los valores a que se refiere esta Ley y para estimular el desarrollo productivo del país.

Además, tiene la obligación de asegurar la mayor difusión posible de información financiera y el cumplimiento de las leyes por parte de los entes intermediarios y de los emisores del mercado. Estos entes son: 1) empresas emisoras; 2) entidades de inversión colectiva, entidades de inversión colectiva de capital de riesgo y entidades de inversión colectiva inmobiliaria y sus sociedades administradoras; 3) casas de bolsa/sociedades de corretaje, corredores públicos de títulos valores, asesores de

²⁰ El 17 de agosto de 2010, se firma el ejecútese a la nueva Ley del Mercado de Valores (LMV), la cual deroga la esta Ley y crea la Superintendencia Nacional de Valores (SUNAVAL), en remplazo de la CNV, como el ente encargado de regular y supervisar el funcionamiento eficiente del mercado de valores.

²¹ Resolución 79-2005, de fecha 28 de junio de 2005. Comisión Nacional de Valores del Ministerio de Finanzas (Ahora Ministerio del Poder Popular para las Finanzas)

²² Facultado por ley para la regulación, Vigilancia, Supervisión y Promoción del Mercado de Capitales Venezolano, de fecha 16 de mayo de 1973, modificada en 1975 y 1998. El 17 de agosto de 2010, se firma el ejecútese a la nueva Ley del Mercado de Valores (LMV), la cual deroga esta Ley y crea la Superintendencia Nacional de Valores (SUNAVAL), en remplazo de la CNV, como el ente encargado de regular y supervisar el funcionamiento eficiente del mercado de valores.

inversión, contadores inscritos ante el Registro Nacional de Valores; 4) bolsas de valores, bolsas de productos, cajas de valores, calificadores de riesgo, agentes de traspaso, cámaras de compensación de opciones y futuros.

Asimismo, en publicaciones como Haciendo Negocios del Banco Mundial²³ y el Informe de Competitividad Global del Foro Económico Mundial²⁴, Venezuela se sitúa como uno de los países con mayores obstáculos para hacer negocios. La ofensiva al funcionamiento de la economía de mercado, podría señalarse como una de las razones de peso de la crisis económica, social y política que vive el país.

La razón de esta situación se debe a que los incentivos a incursionar en actividades económicas se desvanecen y se producen menor cantidad de bienes y servicios; se genera escasez que resulta en necesidades humanas insatisfechas.

El desempleo de factores de producción implica menores salarios, alquileres e ingresos para diversos segmentos de la sociedad; tal como lo señala el informe levantado por Competitividad Global (2016), Venezuela ha obtenido 3,30 puntos en el Índice de Competitividad publicado por el Foro económico Mundial, por lo que ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2015 en el que obtuvo 3,32 puntos.

Ese valor, sitúa Venezuela en un nivel de competitividad deficiente ocupando el puesto número 132 del ranking de 142 países, agravando más su situación ya que en 2015 estaba en el puesto 131, lo que implica una variación negativa del 0.47%. En este marco de los indicadores, en el informe realizado por Haciendo Negocios refleja:

²³ <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/venezuela>

²⁴El Índice Global Competitiveness (GCI), mide cómo utiliza un país los recursos de que dispone y su capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Para clasificar los países según su competitividad analiza través de 12 variables su prosperidad económica, entre las que se encuentran el entorno macroeconómico, eficiencia del mercado de bienes, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, tamaño del mercado, Sofisticación en materia de negocios, Innovación.

CUADRO N° 3: Informe Haciendo Negocios 2016

Cuadro No. 4: Informe Haciendo Negocios 2016 (189 países)	
<i>Indicador</i>	<i>Posición</i>
Protección de los inversionistas	178
Trámites para comenzar un negocio	157
Pago de impuestos	188
Intercambio comercial	173
Obtención de créditos	109

Fuente: Informe de Competitividad Global 2015

Como puede observarse con respecto al ambiente de negocios, Venezuela se encuentra en desventaja a la gran mayoría de países en el planeta. La competitividad económica con la introducción de aún mayores controles, impuestos y trabas para el sector privado, mantiene vigente la frase publicada en el informe del Banco Mundial (2013) “*Venezuela es uno de los lugares más inhóspitos del mundo para hacer negocios*”.

En el listado mundial de 189 países analizados, Venezuela ocupó el puesto 188, en el pago de impuestos, donde se refleja en cifras la repercusión de la introducción de nuevos impuestos, con la aprobación de un tributo para financiar programas deportivos equivalente al uno por ciento de la utilidad neta de las empresas. El impuesto fue introducido pese a las advertencias de que la medida propinaría un duro golpe a las pequeñas empresas en un país donde el sector privado ya se ve obligado a operar bajo difíciles condiciones.

Por otro lado, Venezuela también aumentó los costos para registrar nuevas compañías e incorporó nuevas normas laborales que prohíbe los recortes de personal. El deterioro del clima empresarial venezolano va en contra de la tendencia

registrada en el resto del mundo, donde la mayoría de los países ha redoblado los esfuerzos para mejorar la competitividad de sus economías.

Venezuela está inmersa en una crisis económica, social y política, dados los altos déficit fiscales financiados por el BCV, las restricciones cambiarias y los controles de precios, de ahí que si no funciona el sistema de precios, la coordinación de las actividades económicas se hace imposible; se sustituye el intercambio voluntario y pacífico por relaciones económicas conflictivas.

1.3 El Financiamiento para el Emprendimiento

El emprendimiento como proceso va desde la ejecución de acciones orientadas a la identificación de oportunidades para la creación de una nueva organización, hasta la conducción del crecimiento de una existente. En América Latina ha sido la válvula de escape a las contingencias, económicas ayudando a reducir los índices de desempleo y creando riquezas en sociedades en constantes ciclos caracterizados por auges y caídas. Existen varios tipos de emprendimientos:

-Emprendimiento social: que es motivado por generar cambios y mejoras en la sociedad, está dividido hasta su mejor entendimiento de la siguiente manera.

-Organización No Gubernamental (ONG): Con altos componentes de metas sociales o ambientales, sin fines de lucro o con elevada innovación en su entrega de productos o servicios.

-Emprendimiento social híbrido: Organización con altos componentes de metas sociales o ambientales, con una estrategia de componentes de metas sociales o ambientales, con una estrategia de ganancia integrada o complementaria con la misión.

-Emprendimiento social con fines de lucro: Organización con alto nivel, pero no excluido, de metas ambientales o sociales con fine de lucro.

Los emprendedores son promotores del cambio para la sociedad, porque abren caminos y sus seguidores se benefician de ellos. Independientemente de que las aptitudes existan al nacer os e desarrollen conforme madura la persona, ciertas cualidades suelen ser evidentes en los empresarios de éxito.

Para Berger (1990), se pueden crear los modelos de capitalismo maravillosos, pero si no existen empresarios que lo hagan efectivos, esto se convierte en un cascaron vacío. Las políticas oficiales hacen poco por promover positivamente la capacidad empresarial, un fenómeno socio-sociológico y cultural que es fácilmente influido por políticas. La principal ayuda que la política oficial puede prestar a la capacidad empresarial es eliminar los obstáculos.

Si bien en muchos países, los derechos de propiedad afecta el desarrollo de las pequeñas empresas, donde usan como garantía los bienes muebles, en Latinoamérica existe restricciones para la utilización de éstos como garantía; de allí surge la necesidad de una buena definición de los derechos de propiedad, que permita capitalizar los bienes que poseen potenciales emprendedores, y sirvan de garantía para la obtención de préstamos e condiciones que no afecten las tasas de interés, de esta manera se eleva oportunidades de emprendimiento.

1.3.1 El Estado venezolano y el apoyo a los emprendedores

Venezuela cuenta con una extensa lista de organizaciones, que desarrollan su labor en pro de distintas áreas del quehacer del país con necesidades no satisfechas. Gracias a la tecnología, existen portales y documentos que incluyen enlaces con algunas de las organizaciones²⁵ con presencia en la web, divididas según el área

²⁵ <http://cityvega.com/directorioongs>; <http://www.stopvih.org>; <http://www.venezuelasite.com/portal/34/1443/>; <http://www.derechos.org.ve/pw/wp-content/uploads/DIRECTORIO-ONGs.pdf>; <http://www.guia.com.ve/ong/#top>; etc.

que atienden, donde se incluyen también las organizaciones multilaterales que operan en el país. Es difícil, distinguir las instituciones de promoción sin fines de lucro, ya que muchas de ellas trabajan en forma articulada en los últimos años.

Es uno de los países del continente americano donde nacen más emprendimientos, en campos tan variados como la tecnología, la formación, los servicios y la manufactura. El venezolano no emprende por necesidad, sino que ve en las crisis una ocasión para innovar y generar progreso, es decir, como lo señala Laborde y Vega (2010, P. 84), “busca explotar una brecha no satisfecha en el mercado de bienes y servicios”. Sin embargo en las fuentes de financiamiento y en las estadísticas de este tipo de negocios en el país, así como en las oportunidades y obstáculos, se detecta que el emprendimiento en Venezuela nueve de cada diez negocios emergentes en el no superan el primer año, a lo que los especialistas aseguran faltan políticas públicas²⁶

Para Dunia de Barnola, directora de Venezuela Competitiva, una organización privada que promueve iniciativas de negocios, el problema central radica en que no hay unas políticas públicas estructuradas diseñadas para la promoción y fortalecimiento del emprendimiento, como sí hay en otros países que tienen desempeños competitivos más altos que el de Venezuela.

Es innegable la presencia y el apoyo que el Gobierno Nacional presta a los nuevos empresarios emprendedores. Existe a nivel nacional un número de instituciones que han sido constituidas para fomentar el desarrollo de nuevas empresas, entre ellas se destaca la presencia del Instituto Nacional de la Pequeña y Mediana Industria (Inapymi), Banco del Pueblo, Banco de la Mujer, Bangente, Fundapymi, Fundes, Corpindustria, Foncrei, Fonocofin, entre otras.

²⁶ <http://www.elmundo.com.ve/firmas/daniel-velasquez/emprendimientos-versus-entorno.aspx>. Monitor General de Emprendimiento 2011-2012 (GEM, por sus siglas en inglés).

Todas estas instituciones exigen como requisito indispensable la presentación de proyectos para el otorgamiento de los recursos y en muchos casos se omiten aspectos relativos a la capacidad emprendedora del ser humano, aspectos relevantes para el otorgamiento del crédito, debido a que las aspiraciones del solicitante es salir adelante, de allí se garantiza el retorno de la inversión, para que la misma sea productiva.

Las instituciones juegan un papel determinante en este proceso ya que de la celeridad en la aprobación de estos créditos recae muchas veces, del desarrollo pleno de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Por esta razón, las características que asuman las instituciones y la forma como evolucionen pasa a ser aspectos determinantes en la formación de empresarios y el potencial empresarial en una sociedad. En Venezuela, las entidades bancarias presentan información relacionada con los beneficios de sus créditos para la gente emprendedora, Por ejemplo:

- Banco de Venezuela, ofreciendo charlas en la que se destacan las bondades con el Préstamo Socio-productivo BDV: un financiamiento con condiciones preferenciales que atiende a personas naturales y jurídicas que tengan una actividad productiva, de comercialización o servicios con al menos un año de actividad. Para las personas naturales, el monto del crédito puede ser de 5 a 200 mil bolívares con una tasa preferencial del 14% anual y plazos de 6 a 36 meses para pagar.

En el caso de los clientes jurídicos se mantienen las mismas condiciones a excepción de la tasa de interés que se ubica en 24% cuando el monto del préstamo supera los 200 mil bolívares. Los asesores de negocios del BDV ofrecen este producto mediante visitas a los emprendedores que realizan su actividad comercial en zonas del país tradicionalmente excluidas por la banca comercial, como los mercados, barriadas populares y las poblaciones más remotas del país.

Además de sus opciones crediticias, el Banco de Venezuela genera cultura financiera a través de talleres teórico-prácticos donde se brindan herramientas para que la actividad económica de los emprendedores se realice de manera sustentable.

-Banco Exterior: Apoya el financiamiento a emprendedores que tengan proyectos con potencial de crecimiento y vengán avalados por las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y Asociaciones establecida en sus alianzas, por un monto hasta Bs. 5000.000 en período de gracia de 6 meses.

Banco Mercantil: Iniciativas individuales o mancomunadas, para microempresas desde su casa, compañía o local comercial.

- Instituto de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria Venezuela (Inapymi). Programa destinado al financiamiento de identificación de necesidades de inversión, expansión, recuperación, ampliación, reconversión industrial, adquisición de activos fijos y capital de trabajo dirigido a la Pequeña y Mediana Industria, bajo la figura de Personas Naturales o Jurídicas que efectúen actividades de transformación de materia prima en insumos, bienes industriales elaborados o semielaborados. Igualmente se considerarán las empresas que presten servicios conexos a la industria.

CAPITULO II

LA UTILIDAD DEL *CROWDFUNDING* COMO ALTERNATIVA PARA NUEVOS EMPRENDIMIENTOS

Crowdfunding, es una palabra inglesa usada para expresar el micromecenazgo, financiación masiva, financiación por suscripción, financiación colectiva y microfinanciación colectiva que ha surgido en los últimos años como espacios en los cuales los emprendedores pueden lograr que sus proyectos de negocio sean financiados no por entidades, sino por personas. Uno de los tantos conceptos de *Crowdfunding*, lo difunde Inhiesta²⁷, “Cooperación colectiva llevada a cargo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se emplea el Internet para apoyar las ideas y empeño de personas o entidades”

Estos son procedimientos de subsidio general de atraer bienes financieros o de capital de un número no cuantificable de personas que utiliza el internet y las redes sociales a través de la modalidad de donativos, préstamos, recompensas para la ejecución de nuevas ideas plasmadas en proyectos innovadores de cualquier índole y así llegar a culminar con éxito esa idea o proyecto. Igualmente define Ruíz (2010, P.13):

El *Crowdfunding* es un método que se basa en compartir la financiación de un proyecto entre todas las personas que deseen apoyarlo. Es decir, en dejar en manos de un colectivo las labores que habitualmente realiza una persona o una entidad. *Crowdfunding* es un llamamiento abierto para

²⁷ Inhiesta, R. (1991). <http://elrincondelvideo.com/extremoduro-entrevista-y-actuacion-en-directo-en-1991/> Rescatado el 15 de enero de 2016.

ayudar a recaudar fondos para poner en marcha un proyecto, artículo, película, iniciativa, etc...

En este sentido, como sistema de empréstito es una nueva forma de financiación para emprendedores, que tiene como objetivo compartir la financiación de un proyecto entre aquellas personas que deseen apoyarlo, constituyéndose como alternativa a la banca tradicional en el acceso de los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto de negocio.

2.1 Antecedentes del *Crowdfunding*

Históricamente, han existido diferentes tipos de mecenazgo o patrocinio como la protección que se daba a varias personas con cualidades sobresalientes como en la literatura, la pintura, la escultura, la música, la arquitectura o el teatro. Durante la edad media la aristocracia de las poderosas familias de la edad media entre los cuales había banqueros, contribuyeron al desarrollo de obras artísticas como al desarrollo de edificios religiosos.

En épocas modernas, el periodista Joseph Pulitzer del diario New York World, pedía en 1884 donaciones de 1 dólar a los ciudadanos que desearan, para financiar la base de la estatua de la Libertad de New York, logró reunir contribuciones de alrededor de 125.000 dólares.

Ya para 1997, el término *Crowdfunding* comenzó a usarse para referirse a la cooperación colectiva como alternativa para la obtención de recursos para un proyecto, una especie de financiación en masa o colectiva. Para ese mismo año la banda de rock británica, Marillion financió su gira por Estados Unidos a través de donaciones online, lograron reunir donaciones por alrededor de 60.000 dólares.

Inspirados en este método de financiación, en el año 2000 se funda la empresa Artistshare, la cual implementa en internet la primera plataforma dedicada exclusivamente al *Crowdfunding*, luego amplía sus operaciones a los sellos

discográficos con lo que permite desarrollar un modelo de negocios para los diferentes artistas, que ven la oportunidad de que el público en general pueda financiar directamente sus proyectos.

Davies (2014), ofrece una ilustración denominada *Civic Crowdfunding*, concerniente a una red de financiación colectiva para proyectos de finalidad social, medio ambiental o de protección animal. El citado autor, define estos proyectos de los que se espera produzcan bienes que no son rivales ni excluyentes entre sí.

En otras palabras, el *Crowdfunding* debe su desarrollo a la seguridad en los pagos a través de Internet gracias a herramientas como *PayPal*, y el crecimiento explosivo de las redes sociales. Un concepto sencillo es el explicado por Kreiss, citado por Davies (op.cit. P. 40) “las tecnologías son formas de organización y prácticas sociales cuyos contextos proporcionan fondos de acción”.

2.2 Características del *Crowdfunding*

Entre algunas características comunes, se encuentran las señaladas por Vela (2013, web)²⁸

- Son plataformas web 2.0.
- Se postulan proyectos diversos, que van desde la innovación de bienes de consumo hasta financiamiento de artistas, películas, aplicaciones móviles, video juegos, etc.
- Utilizan las redes sociales como mecanismo de difusión de los proyectos.
- Los montos de inversión son pequeños en comparación al monto a financiar, para asegurar que la inversión no esté concentrada en pocas personas. Por ejemplo,

²⁸ <http://ticsyformacion.com/2013/07/28/caracteristicas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>. Recuperado en fecha 15 de octubre de 2015.

un artista podría estar recibiendo colaboraciones de 5 a 10 dólares para financiar un disco de US\$1.000, pero un productor de cerveza artesanal que quiere aumentar su producción pudiera estar solicitando montos más grandes para abrir una fábrica.

- La recaudación de los fondos se hace a través de medios electrónicos como pagos con tarjeta de crédito en carrito de compra de la página web y PayPal.
- El capital se mantiene resguardado en una cuenta de resguardo mientras se completa en su totalidad para ser adjudicado. Tal como se encontró en la fuente de internet.
- Las campañas para recaudar fondos son por tiempo limitado, es decir hay una fecha tope para conseguirlos.
- Para que el proyecto reciba el capital, debe completar el 100% del monto solicitado, en caso contrario, se devuelve la inversión.

La manera esquemática en que operan los *Crowdfunding*, puede apreciarse en la figura N° 1.

FIGURA 1: Esquema de la Operatoria de *Crowdfunding*

Fuente: Elaboración propia

2.3 Tipos de *Crowdfunding*

Existen varias modalidades donde los inversionistas reciben a cambio la retribución o *Crowdfunding*, pero las más comunes son:

- a) **Reward (Recompensas).** Regalo que recibe el inversor que puede ser disfrute del producto o descuentos en el mismo.



En 1997 la banda de rock “Marillions” recaudó US\$60.000 para su gira de en Estados Unidos.²⁹ Ellos fueron pioneros en esta modalidad de recaudación y hoy día muchos artistas utilizan este método recompensando con entradas, discos y mercancía

En abril de 2012 fue fundada la fábrica de relojes inteligentes “PEBBLE” y logró recaudar US\$ 4,7 millones a través del *Crowdfunding* “Kickstarter” en 30 días.



Los inversionistas recibieron a cambio desde descuentos hasta productos gratis³⁰.

Esta variante de *Crowdfunding* de inversiones es utilizada cuando se requiere de financiamiento para un proyecto, este a la vez ofrece como opción una acción de la empresa, una especie de participación accionaria, el creador del proyecto propone

el valor de las acciones y su volumen.

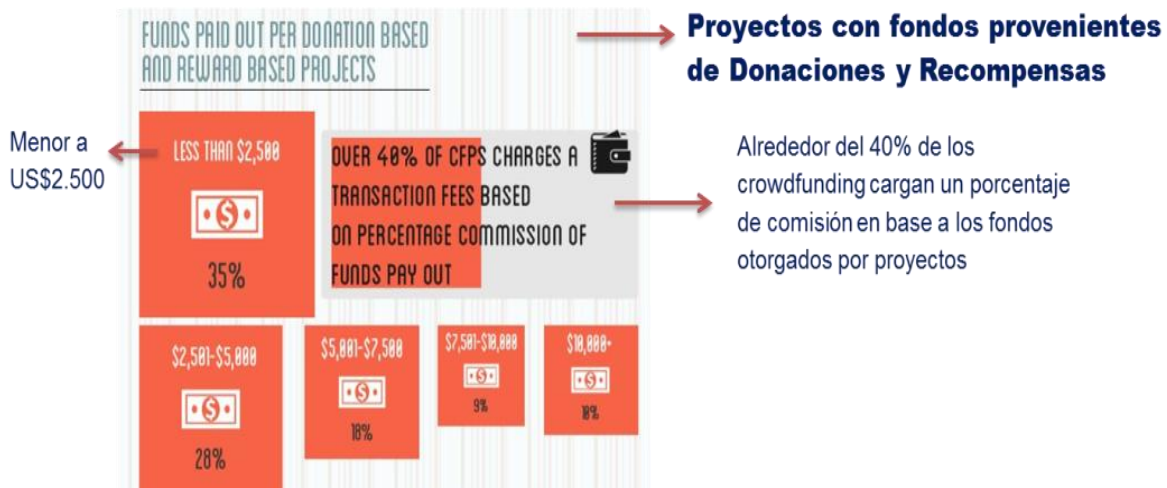
b) Donation (Donación): Se trata de simple mecenazgo o filantropía en donde se dona para alguna causa social, política, cultural, deportiva. En las elecciones presidenciales de Estados Unidos de América 2012 pudimos apreciar el fenómeno del *Crowdfunding*.

²⁹ <http://www.crowdsourcing.org/article/crowd-rocking-the-fund-from-marillion-band-to-the-ukCrowdfundingday/29345>. Consulta 12 de noviembre de 2015.

³⁰ [http://en.wikipedia.org/wiki/Pebble_\(watch\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Pebble_(watch)) . Consulta 12 de noviembre de 2015.



“Barack Obama: Utilizado una estrategia basada en la donación de *Crowdfunding* para apuntar los pequeños donantes. Presidente Obama recaudó \$ 631 millones en donaciones individuales, \$ 214.000.000 de los cuales eran de pequeños donantes, lo cual es aproximadamente tres veces la cantidad de MittRomney planteó a través de pequeños donantes.”³¹



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas- sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>

³¹ <http://crowdsourcingweek.com/a-framework-for-political-Crowdfunding-lessons-from-president-obama/>

c) Equity (Acciones): Los inversores obtienen participación accionaria en el proyecto



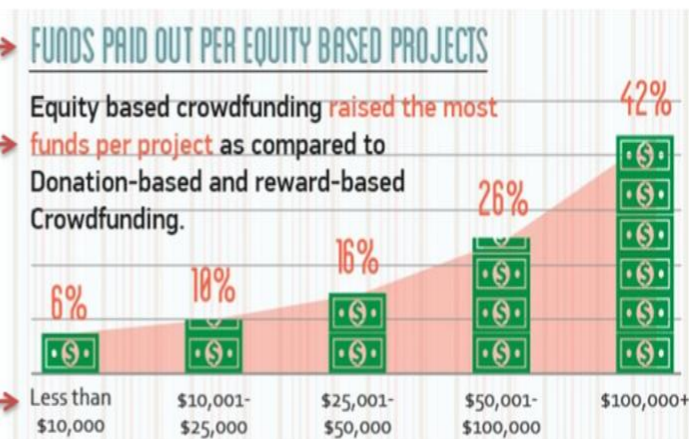
“Uno de los últimos casos de éxito del equity *Crowdfunding* que ha tenido gran repercusión, es RockThePost, que durante el 2013 gestionó 23 millones de dólares en modalidad equity.

Esta plataforma tiene su base en Nueva York y fue fundada por el español Alejandro Cremades. Durante su tiempo de funcionamiento, ha demostrado que esta modalidad de financiación de empresas tiene mucho recorrido todavía. Algunas de las startups que han realizado equity *Crowdfunding* a través de RockThePost son CoFoundersLab, Co-Ed Supply y 1World”³².

Proyectos con fondos provenientes de Equity (con participación)

Los proyectos financiados con “participación” levantaron más fondos en comparación con los de “donaciones” y “recompensas”

Menor a US\$10.000



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>

³² <http://www.gremyo.com/blogs/blog-gremyo/11901481-equity-Crowdfunding-una-nueva-forma-de-financiacion#.UwIYumJ5Prw>. Consulta 12 de noviembre de 2015.

d) Lending (Préstamo-Interés): Es un préstamo tradicional y el inversionista obtiene una tasa interés ya pactada.

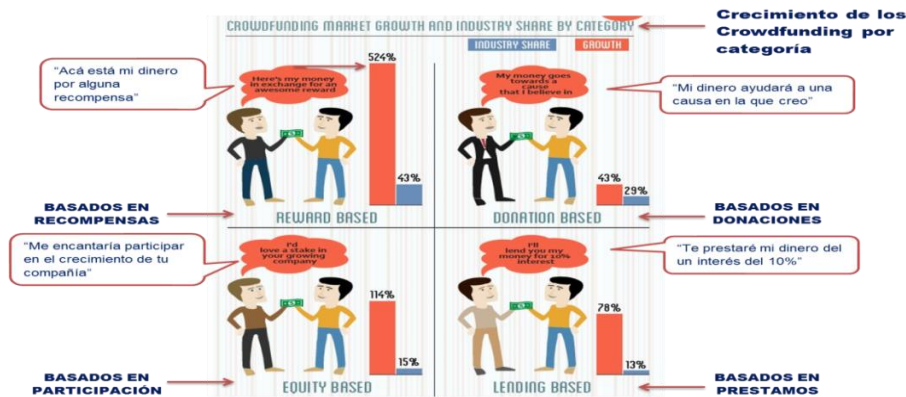


“En España puede verse ejemplos de plataformas de crowdlending, como el caso de Arboribus que el pasado mes de julio de 2013 formalizó su primera operación en España involucrando a 50 inversores para aportar 35.000 euros a la empresa **EstudisElectromecanics** a 6 meses con un tipo de interés del 6,54%.”³³

En esta línea de modalidades de los *Crowdfunding*, se observa que los que más han desarrollado el crecimiento de la industria con la financiación *Crowdfunding* son aquellos relacionados a las recompensas (53%) y las acciones (43%), y en menor medida, los *Crowdfunding* tocantes con participación y préstamo. Por otro lado, los *Crowdfunding* con mayor crecimiento son los de Reward y Equity, como se muestra a continuación.

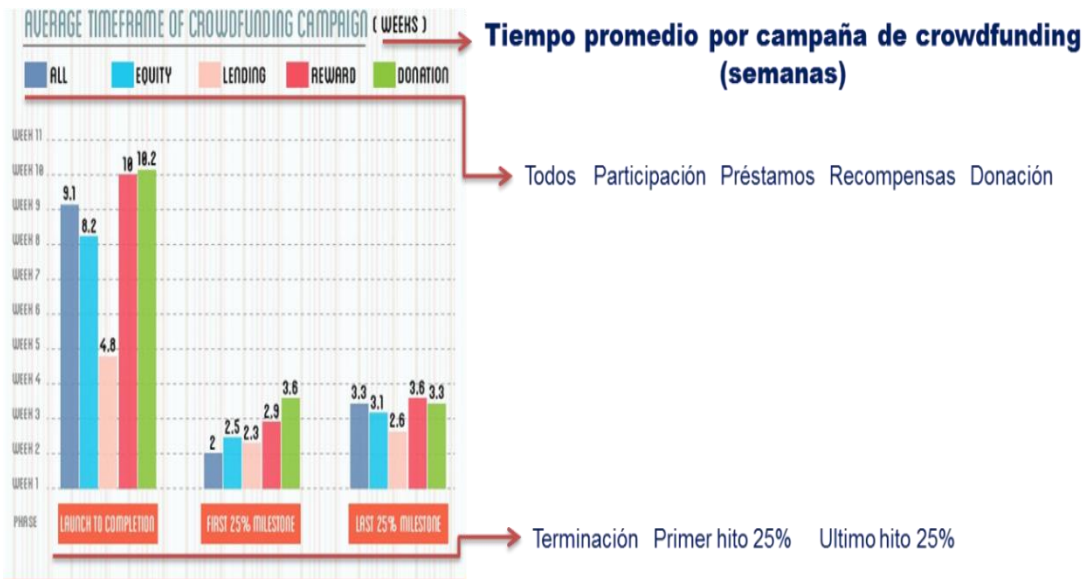
³³ <http://comunidad.iebschool.com/iebs/general/que-es-el-crowdlending/>. Consulta en fecha 12 de noviembre de 2015

FIGURA N° 2: Crecimiento de los Crowdfunding por categoría



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>. Consulta en fecha 12 de noviembre de 2015

FIGURA N° 3: Tiempo promedio por Campaña de Crowdfunding



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>. Consulta en fecha 12 de noviembre de 2015

Puede inferirse, que en cuanto a los lapsos de recaudación, los Equity y los Lending son los que recaudan más fondos de manera más rápida. Analizando las figuras N° 2 y 3, se observa que los Crowdfunding de acciones son los que más han crecido y al mismo tiempo los que más dinero recaudan en menor tiempo. Asimismo, los Crowdfunding de préstamo no han crecido al mismo ritmo que la recaudación y

velocidad con que se hacen del dinero. Por último, el *Crowdfunding* de recompensa ha crecido de manera sustancial pero no tiene el mismo ritmo de recaudación ni cantidad.

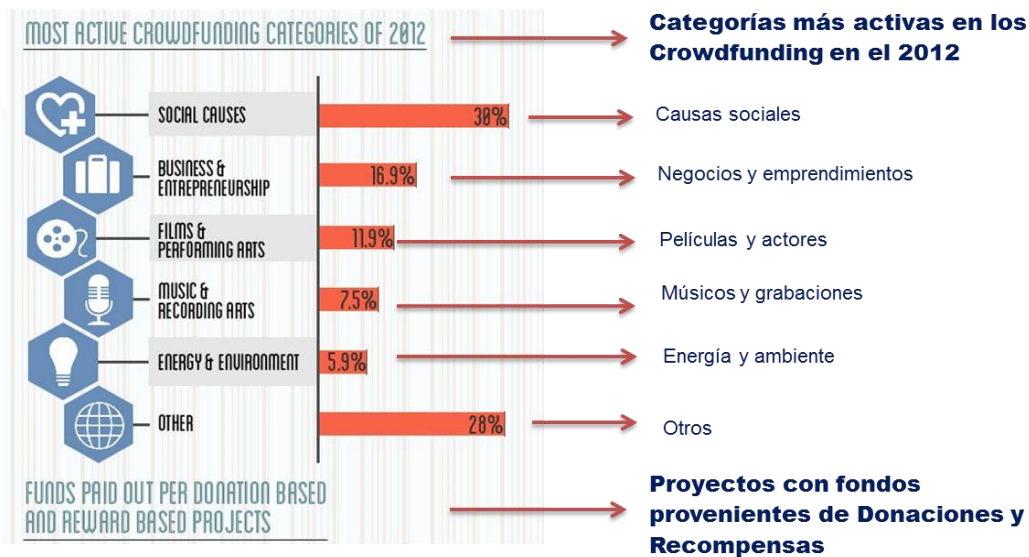
Esto podría deberse a que a las personas les gusta más involucrarse en el negocio, ya que ofrece como opción una acción de la empresa, una especie de participación accionaria, el creador del proyecto propone el valor de las acciones y su volumen. El inversor no sólo puede apoyar el proyecto que sea de su interés sino obtener ganancias en el futuro si el proyecto tiene éxito, es decir los inversores en este tipo de *Crowdfunding* pasan a formar parte de la compañía. Esta opción de financiación de empresas significa la democratización de la propiedad en donde los ciudadanos pueden acceder a ellas.

2.4 Proyectos de mayor financiación bajo la modalidad de *Crowdfunding*.

Los registros arrojan que el 30% de los proyectos orientados a causas sociales son los de mayor financiación bajo la modalidad del *Crowdfunding*. Siguiéndole con un 17% los negocios y entretenimientos, luego con un 12% los negocios de películas y música, y en menor medida energía y ambiente (Ver figura N°4).

FIGURA N° 4: Distribución de los negocios financiados bajo la forma *Crowdfunding*.

Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>

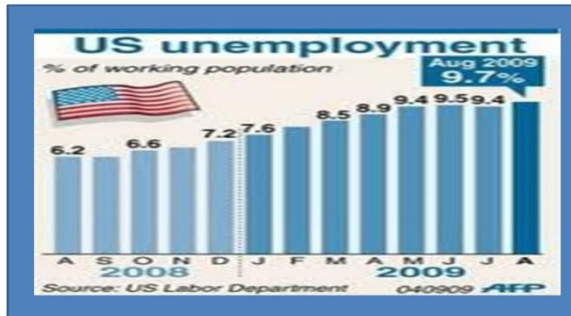


Teniendo un análisis del estado de situación y conceptualización de los *Crowdfunding*, se percibe cuáles son las causas que los han hecho proliferar a lo largo del mundo. Para Rivera (op.cit) "...lo más relevante es que las razones de éxito de un proyecto no son exclusivamente financieras, es decir no están basadas únicamente en su solvencia financiera sino en el interés que genera el producto que se ofrece..." Todo esto es posible en base a la mezcla de una serie de factores como lo fueron:

- a) **Crisis financiera de 2008:** Durante la misma se restringió el acceso al crédito debido a la quiebra de bancos alrededor de todo el mundo. Sólo en Estados Unidos cerraron más de 400 bancos³⁴

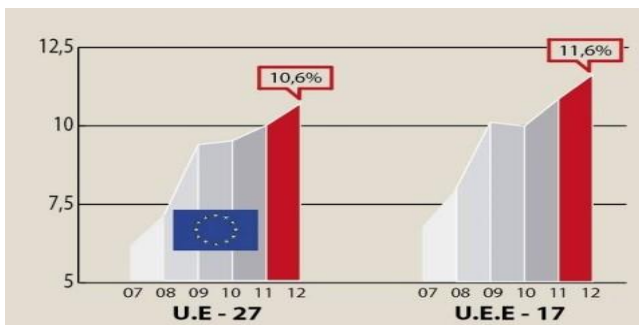
³⁴ (http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/instituciones-economicas-internacionales/reestructuracion-a-la-americana-400-bancos-han-quebrado-desde-otono-de-2008_Mjf0cxHJKBKeuQSnbnTnK5/).

Otro aspecto importante es que con la crisis aumentó el desempleo, sobre todo en Estados Unidos y Europa, lo cual hizo que muchas personas buscaran durante este período decidieran emprender sus propios negocios utilizando los *Crowdfunding* como vía de financiamiento.



En Agosto de 2009 el desempleo en USA alcanzó un 9,7%. Un año antes esta cifra se ubicaba en 6,2%.

Fuente: <http://spanish.safedemocracy.org/2009/10/14/desocupacion-el-tema-clave-para-esta-dos-unidos/>

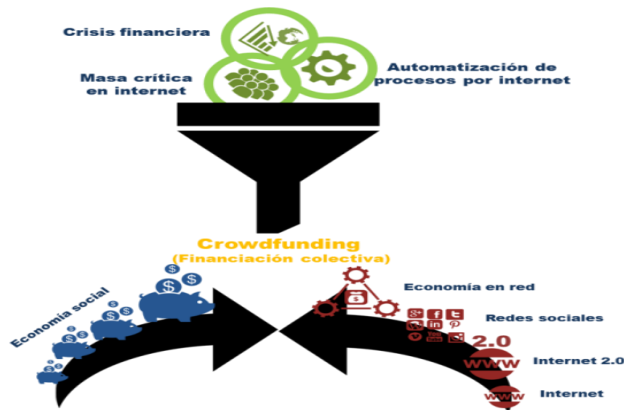


En Europa el desempleo por encima del 9% en el 2009, destacando España en donde superaba el 20% en este período.

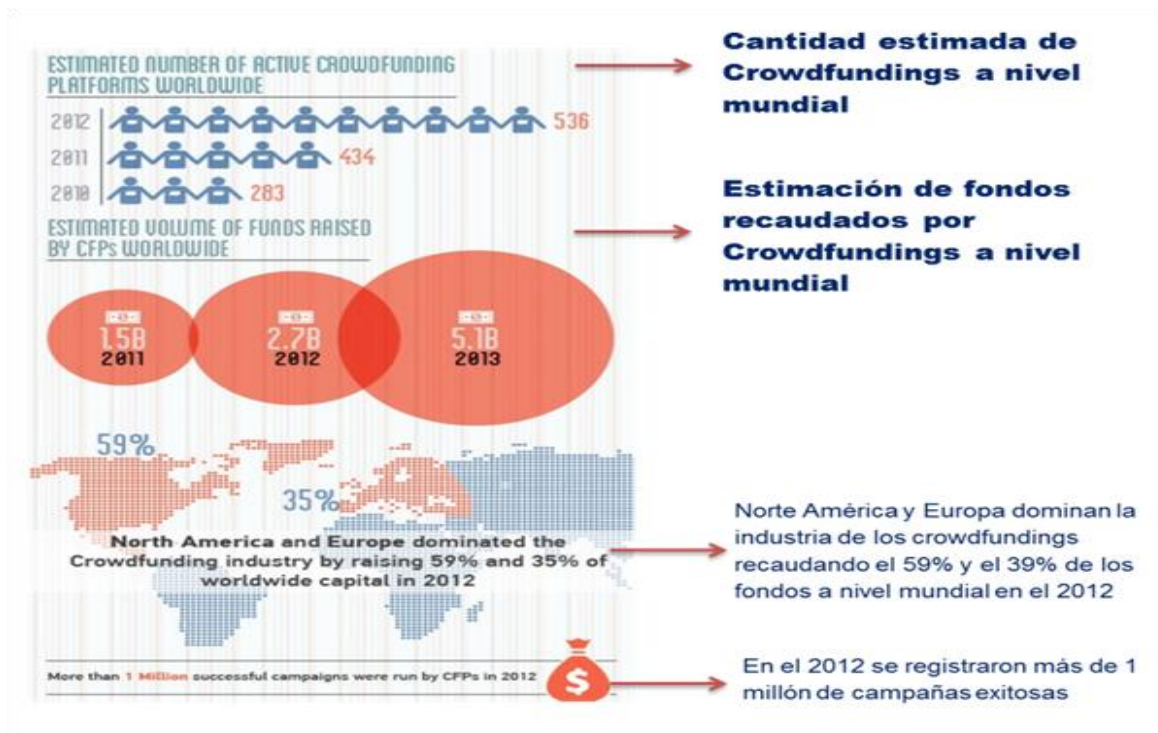
Fuente: <http://www.laeconomia.com.mx/tag/tasa-de-desempleo/>

- b) **Automatización de los procesos por internet:** Son cada vez más los procesos que se pueden hacer a través de internet como pagos automáticos, conformación de redes de contactos, entre otros, lo cual hizo posible que técnicamente se crearan las plataformas de *Crowdfunding*.

- c) **Masa crítica:** Dada la gran penetración que tienen el internet actualmente, hace posible y sostenible que cada día se generen nuevas oportunidades de negocios en línea.



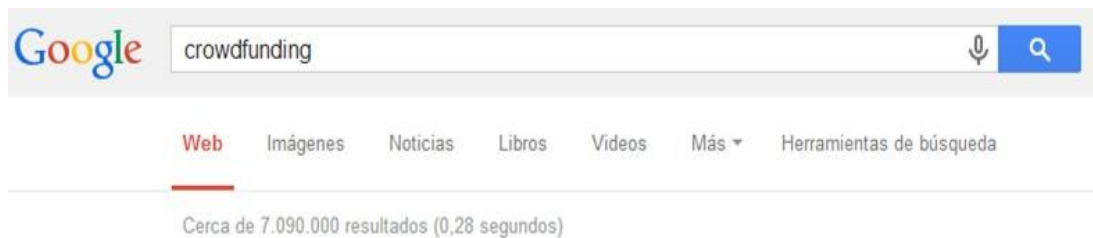
La conjunción de todos estos factores en un entorno de web 2.0, explosión de las redes sociales y los negocios por internet crearon el “caldo de cultivo” para que se generara el fenómeno de los *Crowdfunding*



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/05/04/estadisticas-sobre-Crowdfunding-infografia-infographic/>

En esta imagen se puede apreciar el crecimiento que han tenido desde el 2010 hasta el 2012, así como certifica que su máxima penetración es USA y Europa, los cuales son los mercados alta penetración de internet y que más han sufrido la crisis financiera que se desató en el 2008.

En el mismo sentido, cuando se busca en Google la palabra *Crowdfunding* se encuentra



Fuente: https://www.google.co.ve/search?q=Crowdfunding&rlz=1C1SKPC_enVE515VE515&oq=cro&aqs=hrome.5.69i60l3j69i57j69i65j69i59.4802j0i8&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=122&ie=UTF-8

Adicionalmente, Google posee una herramienta que se llama Google Trends la cual pondera cuales son los tópicos más buscados en un período determinado o como es la tendencia de búsqueda que un tópico específico. Al consultar la palabra "*Crowdfunding*" en esta aplicación, puede observarse que la tendencia se intensifica de gran manera desde el 2010 hasta la fecha (2016), esto debido a los factores antes mencionados.



Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#q=Crowdfunding>

Por último los países que más consultan son Europeos.



2.5 Crowdfunding como alternativa de financiación para Nuevos emprendimientos en Caracas-Venezuela

Venezuela, como el resto de países del área centroamericana, está apuntando gran parte de sus esfuerzos en mejorar las condiciones para que los nuevos emprendimientos florezcan. Sin embargo, la mayoría de los casos las ideas innovadoras no pueden cristalizarse, motivadas a la existencia de obstáculos que impiden en la práctica tome el impulso necesario.

Es innegable la presencia y el apoyo que el Gobierno Nacional presta a los nuevos empresarios emprendedores. Existe a nivel nacional un número de instituciones que han sido constituidas para fomentar el desarrollo de nuevas empresas, entre ellas se destaca la presencia del Instituto Nacional de la Pequeña y Mediana Industria (Inapymi), Banco del Pueblo, Banco de la Mujer, Bangente, Fundapymi, Fundes, Corpindustria, Foncrei, Fonocofin, entre otras.

Todas estas instituciones exigen como requisito indispensable la presentación de proyectos para el otorgamiento de los recursos y en muchos casos se omiten aspectos relativos a la capacidad emprendedora del ser humano, aspectos relevantes para el otorgamiento del crédito, debido a que las aspiraciones del

solicitante es salir adelante, de allí se garantiza el retorno de la inversión, para que la misma sea productiva.

Las instituciones juegan un papel determinante en este proceso ya que de la celeridad en la aprobación de estos créditos recae muchas veces, del desarrollo pleno de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Por esta razón, las características que asuman las instituciones y la forma como evolucionen pasa a ser aspectos determinantes en la formación de empresarios y el potencial empresarial en una sociedad. Uno de los obstáculos más recurrentes es el tema del financiamiento.

En la totalidad de los casos se solicitan requisitos que imposibilitan a un nuevo emprendedor obtener el crédito. Temas como la falta de garantías y experiencia, y el riesgo que significa para el banco otorgar el dinero, dificultan este acceso. Buscar inversionistas es un tema también complicado ya que el emprendedor teme que “le roben la idea los inversionistas potenciales”.

Una rápida ojeada a la gran cantidad de proyectos que pueden ser posteados, en una amplia gama de categorías, desde animales y arte, pasando por comida, comunidad y educación, hasta medioambiente, pequeña empresa y tecnología. Definitivamente el *Crowdfunding*, es una herramienta muy útil en el tema de los emprendimiento y Venezuela está llamada a explorar profundamente esta oportunidad. Por ello, una forma eficaz es a través de las redes sociales y plataformas

A menudo las empresas son conservadoras a la hora de diseñar estrategias de ingresos en su modelo de negocio. Ciertamente hay un factor de inercia y de aversión al riesgo de buscar otras formas de ganar dinero que no son habituales en su mercado, pero en otros casos es sólo desconocimiento a una extensa variedad de formas de ganar dinero.

2.5.1. Acciones para la Implementación del *Crowdfunding* en Caracas, Venezuela

La historia como persona emprendedora y con iniciativa, interesa. El público de la campaña de *Crowdfunding* busca conocer, cómo se ha llegado hasta ahí, de qué manera se le ocurrió la idea y por qué decidió que era importante llevarla a cabo. Normalmente en las campañas se expone un problema y el proyecto se constituye como una herramienta capaz de solucionarlo. Esto está relacionado, con el emprendimiento, ya que una empresa de nueva creación debe presentar unas grandes posibilidades de crecimiento y un modelo de negocio escalable.

Al respecto, Velásquez (2005), señala como trascendental y primordial crear el público objetivo, es decir a los probables clientes a quienes se les informará del proyecto, interesarlos y venderles la idea para que sean los aportantes.

Hecho esto, se tomarán acciones paralelas para continuar con la campaña. Hay que instaurar los mecanismos por los cuales se va a conectar con el público objetivo, éste debe sentirse parte del proyecto y conocer cómo se va a beneficiar o sacar algún provecho, lo mismo hacer con los futuros consumidores del bien o servicio aun no realizable, con esto se logrará vincularlos y establecer un compromiso.

Es de suma importancia, generar una base de datos de correos electrónicos, números de teléfonos a quienes les pueda interesar la idea del proyecto. Acto seguido se debe desarrollar una maniobra a través de las redes sociales en donde se podrán insertar fotos, biografías, logos, videos. Crear un perfil corporativo en Facebook para el proyecto de campaña de *Crowdfunding* (generalmente de tres a cuatro meses antes con la finalidad de maximizar las posibilidades de éxito de una campaña) adicionalmente crear un twitter del proyecto y una etiqueta (hashtag) de la campaña de *Crowdfunding*.

Seguidamente debe ponerse en contacto con las páginas de bloggers, quienes escribían sobre tu proyecto y con eso tendrás respuestas de las páginas de bloggers y a una cantidad de gente interesada en la idea o proyecto. Con toda esa

información la misión es contactarse con las personas que muestran interés a través de correo electrónico, llamadas telefónicas o red social. También puede optarse como otra estrategia de campaña recurrir algún servicio de comunicado de prensa.

Sobre el particular, Marketwired.com recomienda en su portal web no publicar nada hasta que se inicie el lanzamiento oficial, una vez hecho se puede solicitar a los bloggers insertar un enlace de la campaña para que los interesados puedan ver el proyecto en ejecución, como las recompensas, tiempo de recaudación, etcétera. Con la propagación de información por parte de la plataforma elegida, es de elevada relevancia, tener informado al grupo objetivo, mediante comunicados electrónicos, como ponerse en contacto con los desarrolladores del proyecto.

Los usuarios aportantes deberán registrarse en la o las plataformas previamente elegidas para este fin , en la que obtendrán la información del proyecto y la forma de contribución, ya sea esta mediante PayPal, Tarjetas de crédito, u otro mecanismo. Por lo general una campaña de *Crowdfunding* dura cuarenta días, en este lapso debe desarrollarse actividades dentro de un círculo social cercano, círculo familiar.

El público tiene que tener claro qué es necesario y hay que transmitírselo de la mejor forma posible, explicar en qué consiste el proyecto, cuáles son las ventajas de apoyarlo y cómo de imprescindible es la financiación para lograr el objetivo final. En la campaña de *Crowdfunding* el proyecto tiene que aparecer lo suficientemente atractivo como para que el público quiera formar parte de él.

Ofrecer recompensas da valor a la aportación que se está pidiendo. Los usuarios de Kickstarter, Indiegogo, Goteo y otros no son altruistas sin más, como recuerda Eric Corl, cofundador del portal de *Crowdfunding* Fundable. Una cosa es que se entusiasmen con el proyecto y otra que vayan a invertir dinero a expuestas sin recibir nada a cambio. En la mayoría de los sitios las recompensas en las campañas de *Crowdfunding* se puede categorizar. De esta forma los premios más golosos (y más caros) deben ser escasos, para que los interesados se muevan por miedo a quedarse sin ellos.

Además, hay que tener en cuenta la logística. Si se ofrece el producto a cambio de financiación debe asegurarse de que puede producir y distribuir las unidades que se está prometiendo. Una vez que la gente ya ha realizado su aporte económico no hay que descuidarla. Una campaña de *Crowdfunding* tiene que actualizarse constantemente para hacer ver que está viva. Al público que ha colaborado le interesa saber si hay novedades y, después de todo, el primer objetivo es convertir a los usuarios en patrocinadores económicos, pero el segundo es transformar a estos en difusores del proyecto.

Es importante, hacer un vídeo, porque va a ser el símbolo de la campaña de *Crowdfunding*. Es el contenido que más probabilidades tiene de hacerse viral así que hay que hacerlo. Es vital planificar la grabación desde cero, incluyendo la idea, el storyboard y la grabación. En unos pocos minutos hay que mostrar en qué consiste el proyecto y lograr interesar al público.

Adicionalmente, no se debe escatimar con la ilustración del desarrollo del proyecto con fotos, mostrando prototipos, las diferentes fases de la construcción o el diseño permite dar una idea del esfuerzo que hay detrás del proyecto. Las imágenes de las personas que componen el equipo de trabajo también ayudan a humanizar la campaña.

En esta línea de argumentos trascendentales, utilizar las redes sociales, hacer mailing y otras técnicas de marketing pueden ayudar a impulsar la campaña. Si es posible hay que intentar un trabajo de relaciones públicas para lograr aparecer en los medios de comunicación; pero una de las partes más delicadas de una campaña de *Crowdfunding* es la difusión. Contar con una página web del producto o de la empresa ofrece seriedad, pero en todo caso la página a la que se quiere que acudan los usuarios es la del sitio de *Crowdfunding*. Este es el sitio que deberá concentrar todos los esfuerzos de difusión.

CAPÍTULO III

MARCO LEGAL PARA LA FINANCIACIÓN

3.1 Algunos Antecedentes de regulación del *Crowdfunding*

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. Su fundamento está en la Constitución como reglamentación suprema, que se complementa con las legislaciones promulgadas por el Congreso o Asamblea y la Presidencia de la República, donde se incluyen los fundamentos legales, dados a conocer por distintas instancias gubernamentales, que guardan estrechos vínculos con la financiación colectiva, facultando a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas competencias.

En Europa y América en materia de emprendimiento, ha evolucionado en una compleja combinación de leyes y decretos, en regulaciones legales, reglas judiciales y la práctica real. Por tanto, ciertas legislaciones pueden ser de nueva creación o estar actualizadas, otras pueden basar su funcionamiento en leyes obsoletas que están desactualizadas, pero que sin embargo aún están vigentes, lo que conlleva a que puedan existir diferentes interpretaciones, conflictos e inconsistencias entre las diferentes partes que dan forma a un marco legal y en consecuencia al proceso en sí.

En línea con este contexto, la legislación de Estados Unidos que regula esta materia es, probablemente, una de las mayores referencias normativas que existen en el ámbito internacional. Se estableció en el Título III de la Jumpstart Our Business Startups Act, en las secciones 301 a 305³⁵; una disposición, a la que se conoce por el popular nombre de JOBS Act, la cual entró en vigor en 2012 enmendando

³⁵ “Capital Raising Online While Deterring Fraud and Unethical Non-Disclosure Act of 2012” o sencillamente *Crowdfunding Act*.

diversas leyes anteriores para dar cabida a esta nueva clase de financiación en el ordenamiento jurídico estadounidense.

La primera regulación legislativa del *Crowdfunding* es la contenida en el Título III de la Jumpstart Our Business Startups Act, adoptada en abril de 2012. El objetivo de la norma es esencialmente aligerar la carga regulatoria de las plataformas de *Crowdfunding*, denominadas *funding portals*, sin descuidar la protección de los intereses generales y de los derechos de los inversores, asegurando, por tanto, el registro de los gestores de la plataforma como intermediarios y el cumplimiento de obligaciones de información, prohibiciones, límites en la cuantía del ofrecimiento al público y de la aportación, protección de datos.

Sin embargo, estas condiciones, dependen de que la Securities Exchange Commission (SEC) lleve a cabo en el plazo legalmente establecido el 31 de diciembre de 2012. Los recientes cambios institucionales y la propia complejidad de la regulación esperada apuntan hacia un retraso inevitable en la adopción de estas normas que ya tendría lugar en el último trimestre del año 2013.

Por otro lado, han ideado fórmulas estructurales y operativas para satisfacer las directrices de la nueva regulación, aun sin contar con el detalle reglamentario de la SEC, debido a que han recurrido a la celebración de acuerdos de cooperación con entidades de servicios de inversión acreditadas que permiten que la plataforma actúe como un simple intermediario y la prestación de servicios de inversión para el ofrecimiento al público de instrumentos financieros sea asumida por el intermediario financiero asociado.

Asimismo, el 28 de febrero de 2014, el Consejo de Ministros de España divulgó un informe del Ministro de Economía sobre el Anteproyecto de Ley para el Fomento de la Financiación Empresarial donde, entre otros objetivos, el ejecutivo español se ha propuesto regular el *Crowdfunding*, donde además se incluye en el Anteproyecto de Ley una propuesta preliminar de regulación en la que se fijan las condiciones para el funcionamiento de este nuevo sistema, basado en plataformas electrónicas que contactan directamente inversores y proyectos.

Este anteproyecto, ahora Ley 5/2015, publicada en el BOE ^o 101, de fecha 28 de abril de 2015, entró en vigencia el 29 de abril de 2015, excepto lo dispuesto en el

título I, que entró en vigor a los tres meses de la publicación por el Banco de España del modelo-plantilla de la Información Financiera-PYME y del informe estandarizado de evaluación de la calidad crediticia de la Pyme a los que se refiere el artículo 2.3 y el apartado 2 de la disposición final duodécima), aspira a dar un giro estratégico a la normativa en materia de financiación empresarial.

El objetivo es impulsar una nueva herramienta de financiación directa de proyectos empresariales en sus fases iniciales de desarrollo, al tiempo que se protege a los inversores. Para ello, se fijan las obligaciones de estas plataformas garantizando que sean transparentes y que los inversores dispongan de información suficiente. Se fijan límites por inversor tanto por proyecto (€ 3.000) como por plataforma (€ 6.000 por año).

Este precepto autonómico estableció los objetivos básicos que deben orientar los programas y actuaciones de los poderes públicos destinados al fomento y apoyo a la actividad emprendedora, entre los que se encuentra, procurar canalizar la financiación de inversoras e inversores privados a través de diferentes figuras.³⁶

Siguiendo estos argumentos, México para facilitar la entrada de emprendedores al país, las leyes continúan en un desarrollo constante para permitir a cada vez más empresas poner en marcha sus proyectos. En este sentido Coparmex³⁷ presentó un proyecto de legislación para conseguir como objetivo la Ley del Impulso Emprendedor, que es uno de los primeros esfuerzos para proteger e impulsar los proyectos.

La ley del impulso emprendedor ha sido aprobada ya por el congreso regional de Coahuila, al norte del país. Contempla la creación de un fondo especial para los emprendedores y una oficina de asesoría y apoyo para continuar los proyectos. Legislaciones similares están siendo impulsadas en al menos otros 10 estados. El

³⁶ Business Angels, Venture Capital, *Crowdfunding*...

³⁷ Confederación Patronal de la República Mexicana. Sindicato patronal de afiliación voluntaria que aglutina empresarios de todos los sectores que buscan representación en el ámbito laboral y social, con más de 36 mil empresas socias en todo el territorio, responsables del 30% del PIB y de 4,8 millones de empleos formales.

Gobierno federal también ha puesto en marcha un proyecto similar en apoyo, con el que espera financiar 2,5 millones de proyectos.

Como normativa, el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) pide tomar un curso de cuatro módulos, presentar un comprobante de domicilio en México, identificación y aprobar una prueba con al menos 65 puntos sobre 100 para recibir la financiación con el aval del Gobierno mexicano. Uno de los planes más ambiciosos se ha gestado en Guadalajara, una de las tres principales más importantes del país. La Ciudad Creativa Digital (CCD) establecida en esta urbe, a unos 600 kilómetros al occidente de la capital de México, quiere emular un clima similar al de Silicon Valley con la cooperación de los Gobiernos locales para facilitar al emprendedor la realización de su proyecto.

3.2 Estructura Legal del *Crowdfunding* en Venezuela

En Venezuela, no se ha implementado una ley en materia de regulación del *Crowdfunding*, no obstante quien se proponga utilizar la plataforma para el financiamiento de un proyecto, encontrará leyes vinculantes al respecto.

En este sentido la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, publicada en la Gaceta Oficial N° 36.860, de fecha 30 de diciembre de 1999³⁸, en su preámbulo enuncia formalmente que se busca consolidar una forma de vida que no sólo le corresponda a las instituciones políticas, sino también a las instituciones sociales.

La sociedad que se busca consolidar a través del establecimiento de esta democracia, es participativa; de manera que la participación de la sociedad y del individuo en todo lo que le compete debe ineludiblemente conllevar a una mejor calidad de vida, y al logro de conducir su propio destino. Este derecho que tienen todos los ciudadanos y ciudadanas en la formación, ejecución y control de la gestión y de las políticas públicas, directamente o a través de sus representantes legales.

³⁸ Reimpresión Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453, de fecha 24 de marzo de 2000. Enmienda N° 1. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.908, de fecha 19 de febrero de 2009.

Igualmente, esta Carta Magna establece en sus artículos 98 y 99 la protección de la iniciativa privada, donde se fomenta la producción, y regular la circulación, distribución y consumo de la riqueza, a fin de impulsar el desarrollo económico del país y garantizar el derecho de la propiedad, la cual estará sometida a las contribuciones, restricciones y obligaciones que establezca la ley con fines de utilidad pública o de interés general.

Tomando en consideración que el *Crowdfunding*, tiene como objetivo la publicación del emprendimiento en la plataforma indicando la cantidad de dinero que se necesita para poner en marcha el proyecto. Junto con la idea se presenta un plan de recompensas que se quiere ofrecer a cada persona que aporte dinero según la cantidad que esta decide aportar, por analogía el instrumento normativo se vincula con:

-Decreto con Fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas. Gaceta Oficial N° 37.148 de fecha 28 de febrero de 2000: Tiene por objeto otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico a la información creada o utilizada por el Signatario, asociada al Mensaje de Datos, que permite atribuirle su autoría bajo el contexto en el cual ha sido empleado, al Mensaje de Datos y a toda información inteligible en formato electrónico, independientemente de su soporte material, atribuible a personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, así como regular todo lo relativo a los Proveedores de Servicios de Certificación y los Certificados Electrónicos. A tal efecto, sus normas serán desarrolladas e interpretadas progresivamente, orientadas a reconocer la validez y eficacia probatoria de los Mensajes de datos y Firmas Electrónicas.

La certificación a que se refiere el presente Decreto-Ley no excluye el cumplimiento de las formalidades de registro público o autenticación que, de conformidad con la ley, requieran determinados actos o negocios jurídicos.

-Ley Especial contra Delitos Informáticos. Gaceta Oficial N° 37.313, de fecha 30 de octubre de 2001: Mediante la cual se tiene la protección integral de los sistemas que utilicen tecnologías de información, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos contra tales sistemas o cualquiera de sus componentes o los

cometidos mediante el uso de dichas tecnologías, en los términos previstos en esta ley.

-Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Publicada en Gaceta Oficial N° 39.610, de fecha 7 de febrero de 2011. Tiene por objeto garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo, sin más limitaciones que las derivadas de la Constitución y las leyes.

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley de Reforma de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación: Publicada en la Gaceta Oficial N° 6.151 Extraordinario, de fecha 18 de noviembre de 2014: Tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia, tecnología e innovación y sus aplicaciones, establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, definir los lineamientos que orientarán las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica, de innovación y sus aplicaciones, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científica, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento y de impulsar el desarrollo nacional.

Decreto N° 825 de fecha 10 de mayo de 2000: Gaceta Oficial N° 36.955 de fecha 10 de mayo de 2000. Mediante el cual se declara el acceso y el uso de internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En líneas generales, se enmarcó dentro de la investigación descriptiva-explicativa, por cuanto midió de forma independiente las variables y se encargó de buscar el por qué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. El diseño de la investigación se ubica en una investigación no experimental en dos fases donde se recopila la información sin manipular o controlar variables.

La primera fase, corresponde a la técnica cualitativa por medio de entrevistas online, a través del chat, para conocer la percepción del *Crowdfunding* desde el punto de vista de usuarios o personas conocedoras de este tipo de financiación, así como las motivaciones que conducen a los usuarios o mecenas a participar en la inversión colectiva para obtener fondos a través de internet.

En este sentido, para la recolección de la información se utiliza como instrumento un guion conformado de 11 preguntas (ver Formato Guion de la Entrevista, en anexo N° 1), de carácter orientativo relativo a dos aspectos: 1) conocimiento y percepción del *Crowdfunding*; 2) motivaciones en cuanto a la participación en proyectos de esta índole.

Se opta además, por entrevistas de carácter semi-estructurada; es decir, con el apoyo del guion anteriormente descrito, son las respuestas del propio entrevistado las que delimitan la orientación de la entrevista. Para la difusión de la entrevista y consecución de los voluntarios (por e-mail y redes sociales), adicionalmente, se cuenta con el apoyo de la organización de *Crowdfunding* en Venezuela *Dar y Recibir* compartiendo el enlace en su cuenta de Twitter.

En la segunda fase, tras obtener las conclusiones oportunas del estudio exploratorio previo mediante las entrevistas en profundidad online, se diseña el instrumento de recogida de datos para la segunda fase concluyente, las encuestas, se decide realizar las encuestas vía Online. El cuestionario se publica en un sitio web en formato HTML que permite el avance de ítems de acuerdo a la respuesta, y se anima

a la población objeto de estudio, por correo electrónico o por vínculos en páginas y redes sociales, a participar en la encuesta. Si los datos del encuestado no concuerdan con la población de estudio las respuestas no se cuantifica.

Para la elaboración del cuestionario se toma en cuenta los variables objetos de estudio, así como la especificación de los indicadores de los que se necesitan recoger datos y la elaboración de las escalas de medida. En este proceso, para la difusión de la encuesta (por e-mail y redes sociales), se contacta además con la agrupación de *Crowdfunding* venezolano “Dar y Recibir” que colaboran en la distribución del cuestionario a su base de datos. De esta manera la estructura y secuencia del cuestionario. (Ver modelo del cuestionario, en anexo N° 2).

El formulario se compone de una pregunta 8 ítems que recogen las variables socio-demográficas. En el cuestionario se toma en consideración las variables objeto de estudio así como la especificación de los indicadores de los que se necesitan recoger datos y la elaboración de las escalas de medida. Para la difusión de la encuesta (por e-mail y redes sociales), se contacta además con la agrupación de *Crowdfunding* venezolano “Dar y Recibir” que colaboran en la distribución del cuestionario a su base de datos.

En este sentido, la estructura y secuencia del formulario para el cuestionario se compone de: a) 1 pregunta de 8 ítems que recogen las variables socio-demográficas; b) 9 preguntas para evaluar la participación y la satisfacción hacia el mismo; c) dentro de las preguntas se encuentran 2 ítems que corresponde al filtro de las cuales dependerán las posteriores preguntas en función de la respuesta del entrevistado. (Ver modelo del cuestionario, en anexo N° 2)

4.1 Población y Muestra

La población objeto de estudio son los habitantes de la Gran Caracas que se encuentran en los municipios Libertador del Distrito Capital; y Chacao, Baruta, El

Hatillo, Sucre, Guaicaipuro, Carrizal, Los Salias, Plaza y Zamora del estado Miranda. Este universo según el Instituto Nacional de Estadística (INE) alcanza la cantidad de 3.265.096 personas. (Ver anexo 3, Población Total Gran Caracas).

Sin embargo, a fin de segmentar aún más el estudio se toma de los municipios aquellas parroquias de estratos socioeconómicos A, B y C para obtener un resultado más óptimo, ya que en teoría supone que estos estratos cuentan con las herramientas tecnológicas para invertir en campañas de *Crowdfunding*, lo que reduce el universo a 1.653.635 personas, según el censo nacional 2011 y estratificando de esa población las edades comprendidas entre los 20 y 49 años, según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística basadas en el Censo Nacional 2011 (Ver anexo 4, población de 20 a 49 años área de estudio); el universo de estudio se estipula en 1.079.121 personas, motivo por el cual se utiliza la fórmula de la población infinita ($1.079.121 > 100.000$):

Se consideró la población objeto de estudio los venezolanos de 21 a 50 años. La exclusión de los individuos con una edad superior a los 50 años, se debe a que por encima de esa edad la población con participación activa en actividades de *Crowdfunding* y conocimientos de internet es muy pequeña. A continuación se presenta el cuadro N° 4

CUADRO N° 4: Ficha Plan Poblacional

Definición de la población objeto de estudio:	Población de Caracas de los sectores socioeconómicos A, B y C
Definición del marco poblacional:	Población de Caracas de los sectores socioeconómicos A, B y C con edad comprendida entre 20 y 49 años.
Técnica de investigación:	Encuesta online
Ámbito geográfico de estudio:	Parroquias: Candelaria, El Recreo, Paraíso, San Bernardino y San Pedro del Municipio Libertador del Distrito Capital Municipios Baruta, Carrizal, Chacao, El Hatillo, Guaicaipuro, Los Salias, Plaza, Sucre y Zamora del Estado Miranda.
Universo:	1.079.121 individuos
Muestra:	68 individuos a encuestar distribuidos proporcionalmente con cumplimentación de cuotas por edad.
Error de muestreo:	10% con un nivel de confianza del 90% y $p-p - 1 = 50\%$
Trabajo de campo:	23 de abril al 5 de mayo de 2016

Fuente: Elaboración propia con datos de población

Para la selección de la muestra, se opta por un muestreo no probabilístico por criterio, teniéndose en cuenta la edad y el sexo de los encuestados. Además, es indispensable que los participantes posean conocimientos previos sobre el concepto *Crowdfunding*, seleccionándose la muestra también dependiendo de la participación activa, o no, en algún proyecto financiado mediante el sistema de financiación tratado. Los participantes de las 14 entrevistas en profundidad y sus perfiles son:

CUADRO N° 5. Perfiles de los participantes en las entrevistas

PARTICIPACIÓN EN CROWDFUNDING	EDAD	SEXO	Nº DE INDIVIDUOS EN LA MUESTRA	PARTICIPANTES EN LA ENTREVISTA
SI	21-29	Masculino	1	Individuo 1
		Femenino	2	Individuos 2 y 3
	30-39	Masculino	1	Individuo 4
		Femenino	2	Individuos 5 y 6
	40-50	Masculino	1	Individuo 7
		Femenino	1	Individuo 8
NO	21-29	Masculino	1	Individuo 9
		Femenino	1	Individuo 10
	30-39	Masculino	1	Individuo 11
		Femenino	1	Individuo 12
	40-50	Masculino	1	Individuo 13
		Femenino	1	Individuo 14

Fuente: Elaboración propia con datos de la muestra

Se ha optado por utilizar un método probabilístico estratificado, mediante afijación proporcional cumplimentado por cuotas, al considerarse que, para que el estudio del conocimiento y participación en actividades de *Crowdfunding* en Venezuela, se debe tener en cuenta la variable socio demográfica edad, que dote de representatividad a cada estrato de la población.

Por su parte, la variable socio demográfica “Sexo” no se ha utilizado en la elección de la muestra al no encontrarse en el estudio exploratorio previo diferencias relevantes en función del sexo de los entrevistados.

Para la investigación del conocimiento y participación en actividades de *Crowdfunding* en Venezuela, se considera relevante la variable edad. Es por ello que se hace una estratificación basada en las edades comprendidas entre los 20 y 49 años.

Para el cálculo de la varianza, se consideran condiciones desfavorables que otorguen máxima heterogeneidad, en donde $P=0,5$ y $(1-P)=0,5$. Se asume un error de muestreo del 5% y un nivel de confianza del 95%.

La afijación es proporcional; para ello se utilizan los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) "Población residente y edad" en Caracas. Estos datos se resumen en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

n = El tamaño de la muestra que queremos calcular

N = Tamaño del universo (1.079.121 de residentes de la Gran Caracas entre 20 y 49 años de edad)

Z = Es la desviación del valor medio que se acepta para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza se usa el valor determinado 90% que viene dado por la forma que tiene la distribución de Gauss.

Nivel de confianza 90% -> $Z=$

e = Es el margen de error máximo admitido (10%)

p = Es la proporción que se espera encontrar. Como se desconoce completamente qué puede esperarse, la opción más prudente sería considerar que la población se distribuye a partes iguales, por lo que $p=50\%$. La fórmula simplificada $1.079.121 > 100.000$, y se utiliza $p=50\%$

Así el cálculo de personas a encuestar para mantener el estudio dentro de los niveles de error definidos es 68 encuestados.

4.1.2 Procedimiento Muestra de Estudio

En primer lugar se procede a describir la muestra, comprobando, a través de un análisis univariante de una variable no métrica, que de los 68 encuestados, el 45,6% tiene una edad entre 20 y 29 años; el 36,8 % está entre 30 y 39 años de edad; Y el 17,6 % entre los 40 y 49 años. Datos que coinciden con el plan de muestreo planeado.

Las entrevistas realizadas a los 14 individuos se han llevado a cabo mediante chat, con una duración aproximada de entre 10 y 15 minutos por entrevista, usando las plataformas whatsapp y telegram ya que permiten el envío de notas de voz desde un dispositivo electrónico (smarphone, tabla o computador).

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

5.1. Análisis de las Entrevistas

Del análisis surge que en primer lugar los entrevistados asocian el *Crowdfunding* con los términos aportaciones, financiación, fondos, proyectos, internet y colaboración. En segundo lugar, la vía de contacto con esta forma de financiación es, en la mayoría de los casos mediante amigos y conocidos a través de las redes sociales, seguido por los medios de comunicación e internet y los propios promotores de proyectos; estas variables coinciden a su vez con la manera por la que dan con los proyectos los 8 individuos seleccionados que han colaborado en una campaña *Crowdfunding*.

En cuanto a la imagen del *Crowdfunding*, la sensación generalizada es positiva. La respuesta de que apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables es generalizada. Otras de las intervenciones son:

“Me permite formar parte de un proyecto en el que creo y con el que me siento identificado” (Individuo 1)

“La capacidad de difusión es mayor” (Individuo 2)

“Es una alternativa de financiación que da mayor independencia a la banca financiera convencional” (Individuo 8)

“Permite la evaluación de un proyecto en función del éxito de la campaña” (Individuo 10)

Como puntos en contra, se destaca la desconfianza por la incertidumbre de la legalidad del proyecto financiado. Este aspecto aparece especialmente destacado

entre el grupo de individuos que no han tomado nunca parte en una iniciativa de *Crowdfunding*.

Por otro lado, la mitad de los encuestados manifiesta que el control cambiario venezolano impide poder financiar causas de interés, ya que no disponen de divisas para invertir o patrocinar a muchos proyectos. Otros puntos en contra aportados son:

“El peligro que existe en las posibles estafas a personas que de buena voluntad deseen disponer de una parte de sus ahorros a causas que consideren justas (Individuo 7)

“Por ahora funciona bien porque es algo nuevo, pero si se generaliza, es bastante inviable que las personas participen en todos los proyectos de emprendedores” (Individuo 9)

“¿Quién está realmente detrás del proyecto? ¿Qué hará con los fondos recolectados o con el excedente? ¿Recibiré lo que me corresponde? Todas estas preguntas hacen dudar de que el Crowdfunding sea del todo confiable.” (Individuo 14)

Respecto a los individuos con participación activa en actividades de *Crowdfunding*, la colaboración fue en proyectos variados, tales como campañas de ayudas a niños de bajos recursos, protección de animales callejeros y fauna silvestre, obras sociales y aportes a deportistas.

De los 8 proyectos en los que participaron, 4 de ellos recibieron una recompensa simbólica como reconocimiento en los créditos **(Individuo 1)**, Diploma de agradecimiento, artículos patrocinados como cuadernos o tazas; seguidos por 2 proyectos recompensado con la precompra de algún producto y asistencia a evento **(Individuo 2; Individuo 6)** y un único proyecto, de inversión, a cambio de acciones **(Individuo 3)**. Quedando todos ellos muy satisfechos, afirmando que volverían a participar en este tipo de actividades.

Algunas de las intervenciones destacadas son:

“Fascinada con toda la gente que participó en el proyecto”
(Individuo 2)

“Mucha felicidad, el buen hacer, y la colaboración de la gente.”
(Individuo3)

“Me siento orgullosa de haber participado con mi granito de arena en un proyecto de Crowdfunding” **(Individuo 5)**

“Sientes la misma sensación que recibes cuando realizas un voluntariado” **(Individuo 6)**

El deseo de ayudar en el proyecto es un factor decisivo para aquellos entrevistados que han tomado parte en una campaña *Crowdfunding*. Otra de las variables más relevantes es que sean proyectos que susciten interés. También cobra importancia esta variable para el grupo de entrevistados que no han colaborado nunca, así como que sea un proyecto diferente o novedoso.

Por otro lado, casi la mitad de los entrevistados valoran que el proyecto provenga de una fuente conocida. Proyectos serios, viables y claramente explicados, así como cuantías pequeñas de aportación también son características destacables para los entrevistados. Otras variables que surgen son las recompensas, que sean proyectos de apoyo cultural, deportivo o social, o que se trate de pequeños proyectos.

Por último, analizando a los entrevistados que nunca han colaborado en un proyecto *Crowdfunding*, 4 de los 6 afirman no haberlo hecho por no sentirse del todo confiados con este método de financiación. El desconocimiento de proyectos interesantes también parece ser un factor decisivo. Adicionalmente se destaca que no se hay diferencias en función del sexo de los entrevistados.

5.2. Análisis de las Encuestas

Al preguntársele por el conocimiento acerca del término *Crowdfunding*, surge que el 90% no lo están, y sólo el 10% manifestaron tener conocimiento acerca del mismo (Gráfico N° 1)

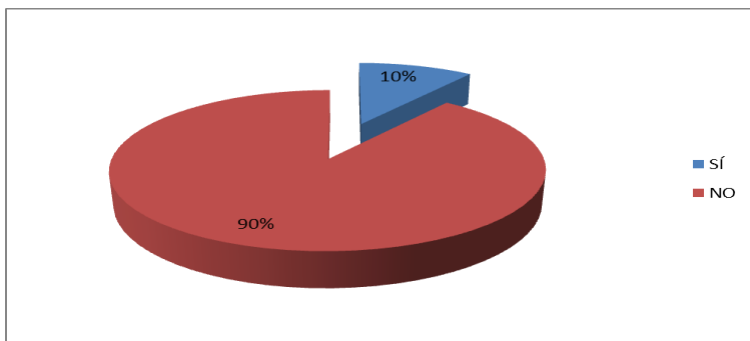


Gráfico N° 1: Porcentaje del ítem 2.

¿Está usted familiarizado/a con el término *Crowdfunding*?

Elaboración propia datos de la encuesta

En cuanto a si han recibido propuestas para financiar proyectos a través del *Crowdfunding* surge que del total de los 68 encuestados, responde el 76% si contra un 24% que no, lo que llama la atención dado que la mayoría desconoce el término, pero se condice con la participación en los mismos donde el 75% manifestó no haber participado en los mismos. Si bien, hay penetración acerca de la forma de financiación pareciera ser no haber gran adopción de la misma aún. (Gráfico N° 2)

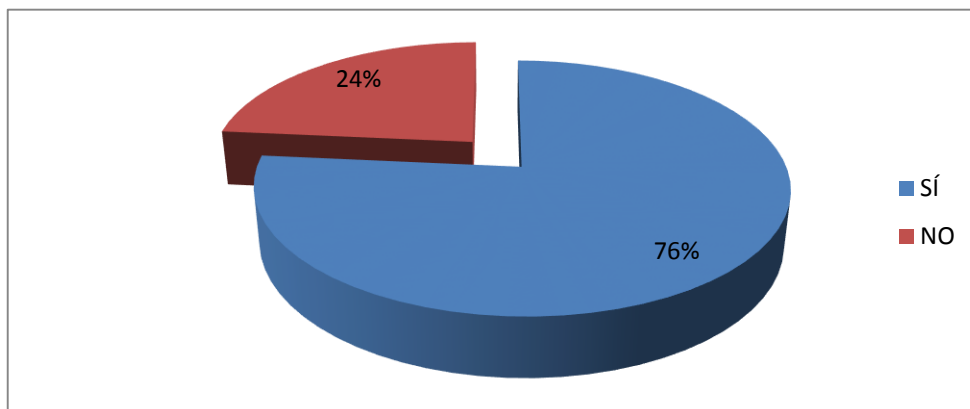


Gráfico N° 2: Porcentaje del ítem 3. ¿Ha recibido alguna vez propuestas para apoyar proyectos de *Crowdfunding*? Elaboración propia datos de la encuesta

Ante la pregunta ¿Ha participado en algún proyecto de *Crowdfunding*?, se destaca que el 75% de la muestra participativa manifiesta la no participación, en tanto que el 25% respondió no haber recibido propuestas para apoyar el *Crowdfunding*. Este

resultado infiere la penetración de diferentes proyectos de *Crowdfunding* alcanza las 3/4 partes de la muestra, lo que supone el acondicionamiento progresivo del público a este modelo (Gráfico N° 3).

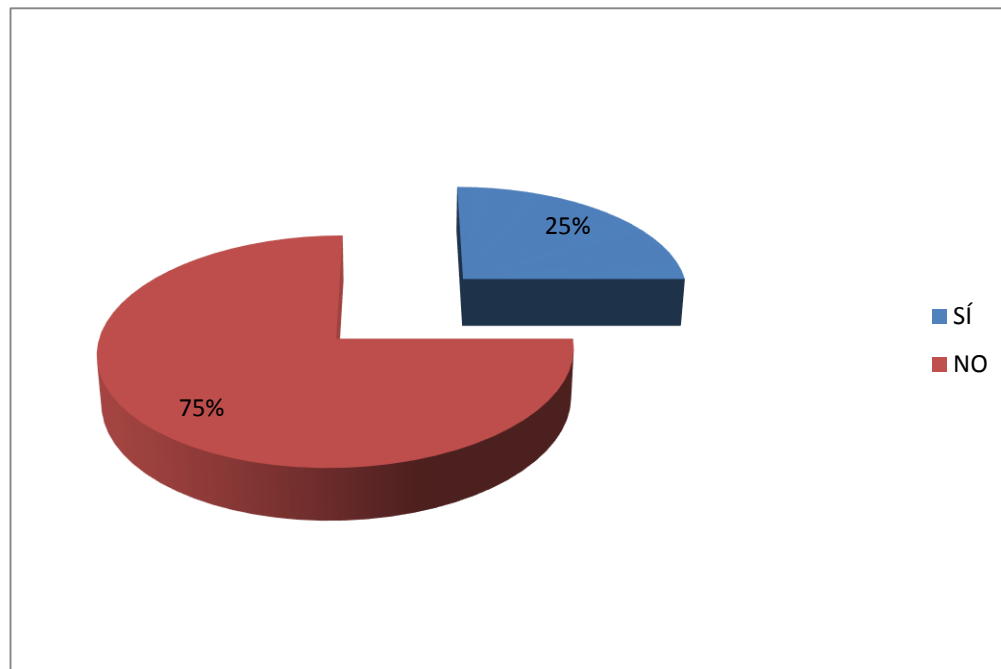


Gráfico N° 3: Porcentaje del ítem 4. ¿Ha participado en algún proyecto de *Crowdfunding*? Elaboración propia datos de la encuesta

Al analizar la pregunta ¿Volvería a invertir en otro proyecto de *Crowdfunding*?, Puede observarse que los 17 individuos que respondieron afirmativamente el ítem 3, arrojó como resultado que el 88% volvería a invertir en otro proyecto *Crowdfunding* contra un 12% que manifiesta que no volvería a hacerlo. Se infiere que los proyectos en que la población encuestada ha participado tienen un alto grado de satisfacción, lo que en teoría representa una fortaleza estadística para estos proyectos. (Gráfico N° 4).

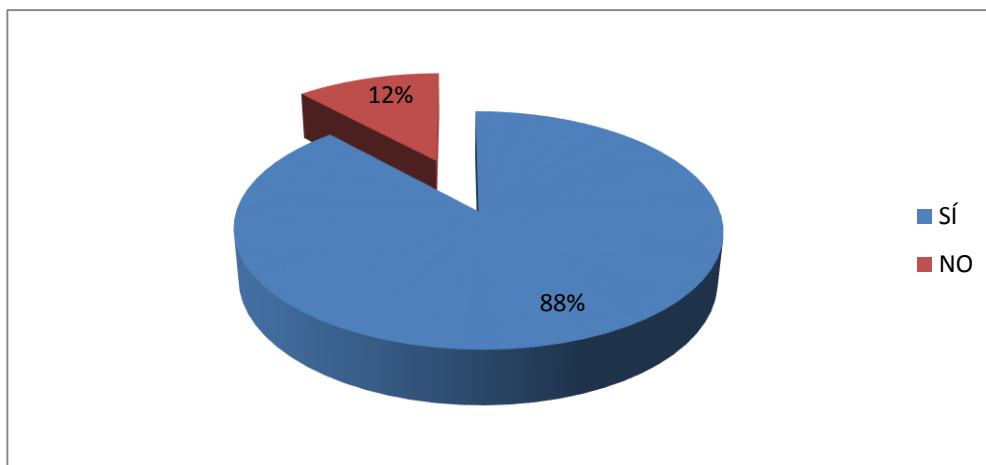


Gráfico N°4: Porcentaje ítem 5. ¿Volvería a invertir en otro proyecto de *Crowdfunding*? Elaboración propia datos de la encuesta

Ante la pregunta ¿Invertiría en un proyecto de *Crowdfunding*?, surge que los 51 individuos que respondieron negativamente el ítem 3 del cuestionario, el 63% señala que sí y el 37% no. Al respecto se destaca que un grupo cercano a las 2/5 partes de la población que no ha participado en proyectos de *Crowdfunding* manifiesta que no lo haría, lo que da a entender que los mensajes recibidos hasta ahora por este sector no les son suficientemente atractivos, al menos para considerarlo. (Gráfico N° 5).

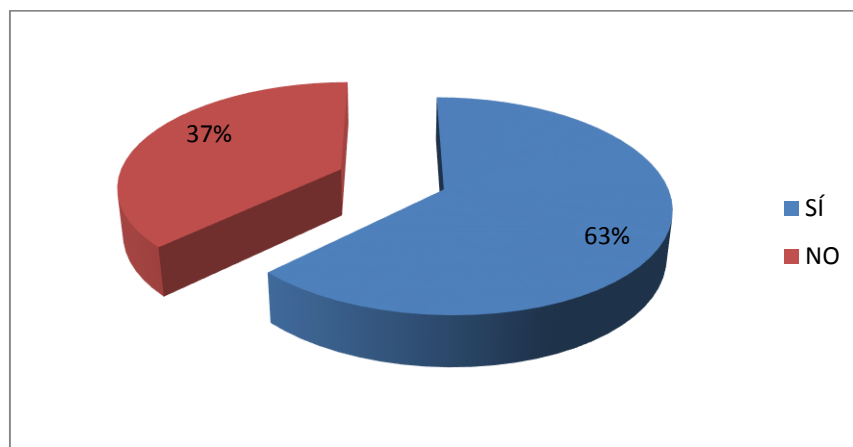


Gráfico N° 5: Porcentaje ítem 6 ¿Invertiría en un proyecto de *Crowdfunding*? Elaboración propia datos de la encuesta

Ante la respuesta “En cuanto la duración de un proyecto de Crowdfunding en particular: - Prefiere que sean de tiempo limitado - Prefiere aportar en campañas permanentes”. Se detectó que los 51 encuestados que no han participado en algún proyecto de *Crowdfunding*, el 77% prefiere participar en un proyecto limitado y el 23% prefiere aportar en campañas permanentes. Se destaca, entonces que los proyectos de tiempo limitado son los de mayor preferencia, cerca de las 4/5 partes de la población los considera por encima de las campañas permanentes. (Gráfico N° 6).

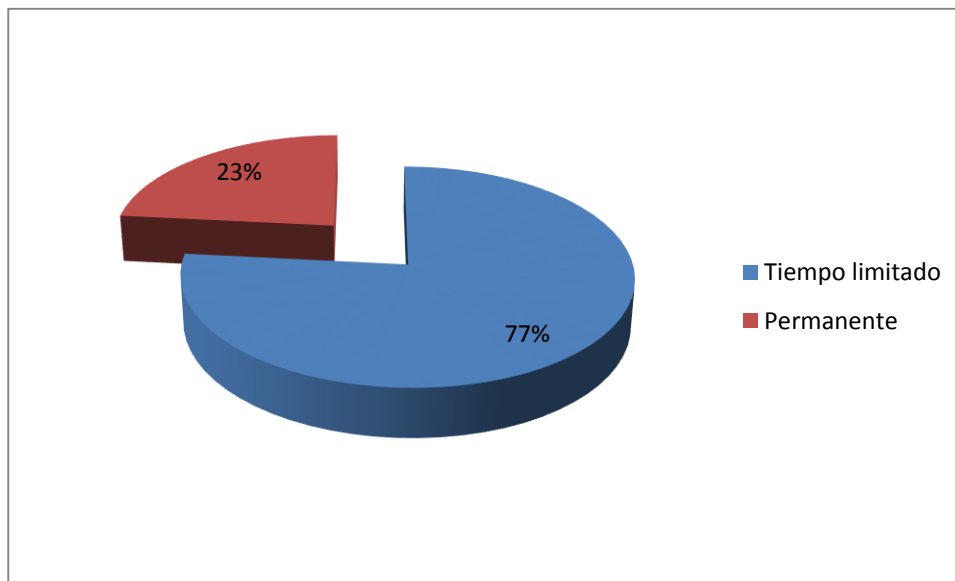


Gráfico N° 6: Porcentaje ítem 7. En cuanto la duración de un proyecto de *Crowdfunding* en particular. Elaboración propia datos de la encuesta

En cuanto a la cantidad del aporte a las campañas de Crowdfunding, puede observarse que de la muestra representativa del ítem anterior equivalente al 70% prefiere dar grandes aportes si esto les genera recompensa (más de Bs. 10.000,00), y un 30%, pequeños aportes aunque no tengan recompensa (menos de Bs. 10.000,00). Se evidencia, que los proyectos que generan alguna recompensa por

la inversión son los de mayor aceptación, aunque esto implique aportar una suma mayor. (Gráfico N° 7).

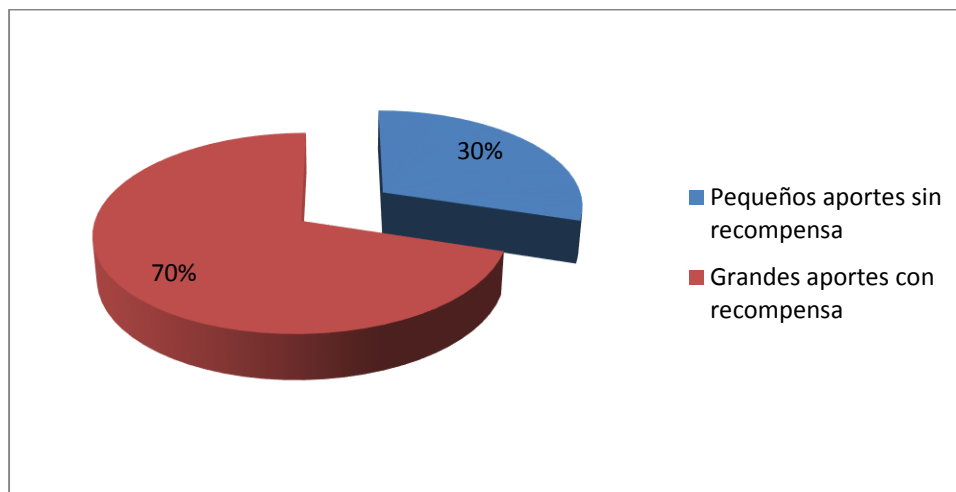


Gráfico N° 7: Porcentaje ítem 8. En cuanto a la cantidad del aporte a las campañas de *Crowdfunding*. Elaboración propia datos de la encuesta

Desglosando el contenido sobre en qué tipo de proyectos le gustaría participar, se evidencia que 11 encuestados prefieren de finalidad social, 7 medio ambientales, 9 de protección animal, 7 de apoyo a las universidades, 5 tecnologías, 4 culturales, 3 en investigación científica, y 1 de inversión turística. Queda en este particular que el mayor porcentaje (23%) lo poseen los proyectos solidarios o de causas son los más atractivos para la población. Apoyo social, medioambiente y animales son los de mayor preferencia por encima a aquellos de apoyo a profesionales. (Gráfico N° 8).

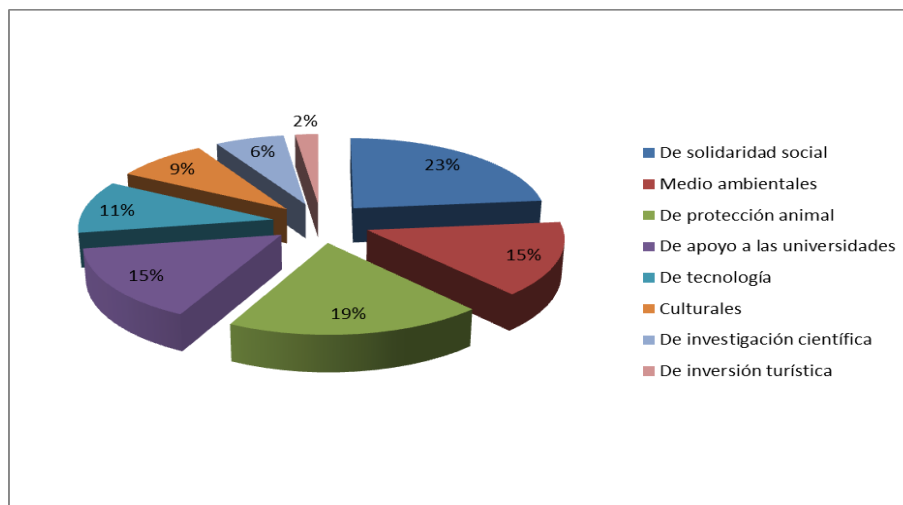


Gráfico N° 8: Porcentaje ítem 9. En qué tipo de proyectos le gustaría participar (señale sólo uno). Elaboración propia datos de la encuesta

Ante la pregunta si además del seleccionado anterior pudiera participar en otro tipo de proyectos ¿En cuál sería?, se destaca dentro de las 8 opciones que las tres primeras que mayor porcentaje tienes está que el 26% elige de protección animal, el 17% de apoyo a las universidades, el 15% medioambientales, lo que se infiere que se mantiene la tendencia hacia las causas, aún como proyecto alternativo. (Gráfico N° 9).

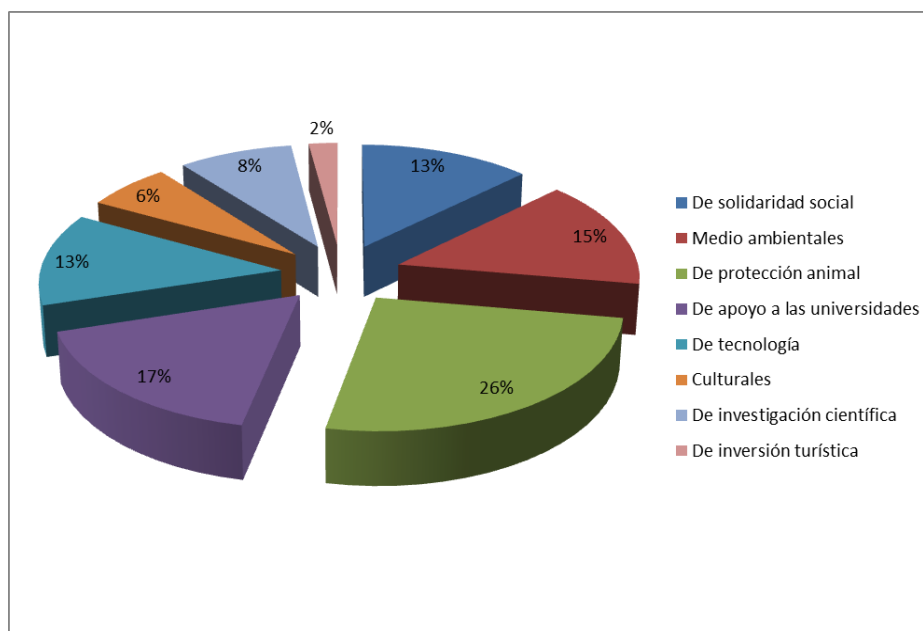


Gráfico N° 9: Porcentaje ítem 10 Si además del seleccionado anterior pudiera participar en otro tipo de proyectos ¿En cuál sería? Elaboración propia datos de la encuesta.

Ante el filtro de avance, que realiza la encuesta a quienes respondieron negativamente la pregunta si volvería a invertir en otro proyecto de *Crowdfunding*, se les enuncia la interrogante ¿Por qué no invertiría? Se obtuvo que el 50% señala que no recibió respuesta del éxito o fracaso del proyecto y el otro 50% que no puede hacerle seguimiento al proyecto. Queda expreso que la falta de información y retroalimentación por parte de los promotores afecta directamente en la intención del público en continuar apoyando los proyectos de *Crowdfunding*. (Gráfico N° 10).

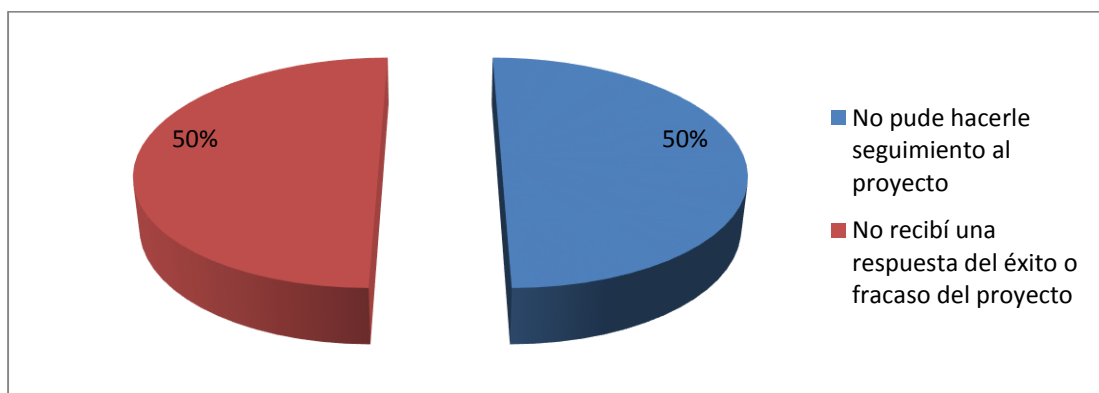


Gráfico N° 10: Porcentaje ítem 11. ¿Por qué no invertiría? Elaboración propia datos de la encuesta

Ante la búsqueda de información de las razones de la negatividad de 19 encuestados en la pregunta ¿Invertiría en un proyecto de *Crowdfunding*?, formulada en el ítem 6, se le invita a la pregunta abierta ¿por qué no invertirían en un proyecto *Crowdfunding*? Los resultados obtenidos fueron que el 32% asegura que no le interesa, el 21% no le otorga ningún beneficio, el 16% no confía e este tipo de proyectos, 16% no dispone de presupuesto para ello, 5% no cree que sirva de algo, otro 5% prefiere hacerlo con proyectos más tangibles y un 5% más señala que hay otras cosas más tangibles. Los argumentos más recurrentes para no invertir en proyectos de *Crowdfunding* son de carácter individualista. El público no se identifica

con el proyecto y por ende desconfía a priori para apoyar los programas. (Gráfico N° 11).

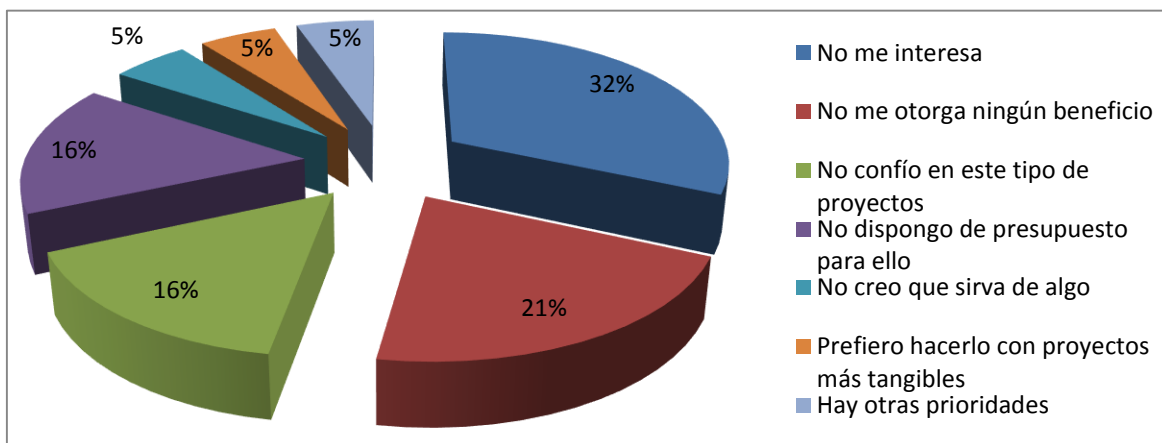


Gráfico N° 11: Porcentaje ítem 12 ¿Por qué no invertiría? Elaboración propia datos de la encuesta

5.3. Análisis de los Aspectos Legales

En Venezuela, el *Crowdfunding* no se ha desarrollado plenamente. Las escasas plataformas que funcionan en este ambiente en su mayoría se han convertido más en ayuda de tipo social que de impulso a los emprendimientos. Muy pocas personas han logrado consolidar una empresa a través de cualquiera de los tipos de financiamientos colectivos existentes.

De hecho, en la muestra aplicada para la encuesta realizada en este trabajo, se puede observar que el 90% no se encuentra familiarizado con el término. De ahí puede inferirse porque exiguo interés de los legisladores o del poder ejecutivo mediante las leyes habilitantes, en haber presentado por lo menos un anteproyecto para regular un régimen jurídico propio para las plataformas *Crowdfunding* como una vía de financiación complementaria a la bancaria, tan necesaria en estos momentos de crisis económica-financiera que vive el país.

No obstante, esta situación no es impedimento para la puesta en marcha de cualquier emprendimiento a través de este medio, debido a la aplicación de un considerable número de leyes, decretos y normativas que son vinculantes para avalar los proyectos o en caso contrario para la protección y el castigo, si se llegase a cometer cualquier falta grave, delito o fraude.

Algunas leyes análogas al *Crowdfunding*, están contempladas en los fondos de *financiamiento*, creación de emprendimientos como las pymes, cooperativas, desarrollo productivo, consejos comunales, comunas, de tecnología, ciencia, informática, de normas crediticias, entre otras.

5.4. Análisis global de los instrumentos

Tras crear el cuestionario y elaborar el plan de muestreo, se procede a activar la encuesta online, cuantificar los resultados y cualificar las conclusiones obtenidas tras analizar los datos obtenidos del estudio concluyente para el estudio del conocimiento y participación de los habitantes de Caracas en actividades de *Crowdfunding*; así como recomendaciones basadas en las conclusiones observadas para lograr un mejor desempeño.

Seguidamente se procede a un análisis univariante de una variable que ofrezca datos sobre el conocimiento del término *Crowdfunding*. En tal sentido se observa que sólo el 7% de la muestra asegura conocer el término *Crowdfunding*, sin embargo esto no ha sido una limitante a la investigación, porque si bien las personas no están familiarizadas con la palabra, lo importante es medir cómo reaccionan ante modelo.

Por ello, a las personas que reconocen no conocer la palabra se les despliega en la encuesta Online una ventana de texto que les explica el término. Una vez expuesto el concepto se obtiene que el 76,5% ha recibido alguna vez una propuesta de invertir en proyectos de *Crowdfunding* contra un 24,5% que asegura que nunca lo ha recibido. Es decir, que más de las tres cuartas partes de los mensajes sobre estos proyectos han sido percibidos conscientemente por la muestra, lo que es un dato

muy favorable para los emprendedores propongan este modelo.

De forma análoga a la anterior se realiza un análisis univariante que otorgue datos, a nivel muestral, de una serie de variables no métricas sobre la intención a participar en proyectos de *Crowdfunding*, dando como resultado que el 25% de los encuestados ha participado alguna vez en estos proyectos y de ellos, el 88% lo haría de nuevo. Así como también, se tiene que el 75% afirma que nunca ha participado y registra un 62.7% de intención en de hacerlo en algún momento.

Por otro lado se tienen las variables negativas, los motivos para no participar, el que principalmente podría influir el desconocimiento de proyectos concretos. La desconfianza en el buen desarrollo del proyecto también es relevante También es destacable, que a las personas que han participado en algún proyecto *Crowdfunding* a penas les influye la desconfianza y el desinterés en esta forma de financiación como motivos para no participar.

Se registra un 11,8% que invirtió en proyectos de *Crowdfunding* y no piensa hacerlo de nuevo, alegando que su experiencia no fue satisfactoria debido a la falta de interacción con los organizadores del programa. Aunado a esto, el 37,3% del total de personas que nunca han participado en campañas de *Crowdfunding* no pretenden hacerlo, debido al desinterés (31,6%), no representarle algún beneficio (21,1%), desconfianza (15,8%), y falta de presupuesto (15,8%) como respuestas más recurrentes. En tal medida, se recomienda para alcanzar a estos prospectos resaltar una campaña de recompensa muy bien detallada en su exposición y lo suficientemente atractiva y de baja inversión para los mecenas.

Es muy importante para estimular la participación en proyectos de *Crowdfunding* cuidar la satisfacción de los mecenas, no sólo por la publicidad gratuita y positiva que generaría, sino porque a medida que aumenta la satisfacción aumenta la intención de volver a participar. Entre los aspectos a mejorar la información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación, y en especial, del desarrollo final del proyecto.

Sobre la durabilidad de los proyectos, los encuestados mostraron mayor preferencia

por campañas de tiempo limitado (76,6%) sobre las campañas permanentes (23,4%), la opción de colaborar esporádicamente les es más atractiva que servir de benefactores de determinados proyectos. Por tanto, se recomienda a quienes propongan proyectos para conseguir socios permanentes exaltar los beneficios de ser benefactores de la campaña.

En cuanto a los montos para la inversión, se establecen como parámetros la cantidad de Bs. 10.000 como referencia de inversión y la recompensa como referencia de incentivo, dando como resultado que el 70,2% de los encuestados estarían en disposición de invertir mayor cantidad de dinero si hay un premio para sí. Pero se resalta el espíritu altruista del 29,8% que aportaría aunque sea en una suma menor sin el beneficio de la recompensa.

Se concluye que la imagen que tiene la sociedad del *Crowdfunding* es positiva. Valoran muy positivamente que apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables y que te permite formar parte de un proyecto; seguido de que permite a los promotores tantear su idea, aporta independencia de los bancos, y la capacidad de difusión. Sin embargo valoran negativamente la incertidumbre sobre la lícita realización del proyecto financiado. Además, a nivel de la muestra se puede decir que las personas que conocen el *Crowdfunding* tienen un interés importante en esta forma de financiación.

Los proyectos más atractivos para el público son en definitiva los de solidaridad social (23,4% en primera opción y 12,8% en segunda opción), medioambientales (14,9% en ambos casos), protección animal (19,1% y 25,5%), de apoyo a universidades (14,9% y 17%) y de tecnología (10,6% y 12,8%). Lo que deja relegados a los proyectos culturales (8,5% en primera opción y 6,4 como alternativa), de investigación científica (6,4% en ambos casos) y de inversión turística (2,1% en ambos casos). Sin embargo, estos últimos pueden presentarse de forma mixta para generar mayor interés, por ejemplo un proyecto de inversión turística que se exponga con objetivos medioambientales.

Por último, debe hacerse hincapié en las motivaciones de la población de Caracas para colaborar en un proyecto, siendo los que más influyen que sea un proyecto

interesante, que sea un proyecto viable, y que sea un proyecto claro y bien explicado, ya que una buena presentación que refleje correctamente el proyecto influirá mucho en la decisión de los mecenas a participar. Esto a su vez serviría para tratar de aumentar la confianza de las personas en el buen desarrollo de los proyectos, aspecto que influye negativamente a la hora de tomar una decisión sobre si participar o no.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Basando en el estudio realizado para determinar lineamientos de factibilidad del *Crowdfunding* como alternativa de financiamiento en nuevos emprendimientos en Caracas - Venezuela para que sea potencialmente una herramienta de inversión, puede afirmarse que la hipótesis se cumple, considerando que la banca tradicional no impulsa o financia nuevos emprendimientos o start up en Venezuela, ni genera rendimiento en inversiones que puedan ser equiparables al alto nivel de inflación que existe allí. Por lo tanto, los *Crowdfunding* pueden llenar una necesidad en el mercado de inversión y financiamiento en Caracas- Venezuela.

Una vez expuesto el estado de situación para la financiación y la inversión en Venezuela, las fuentes de financiación y el *Crowdfunding* y el marco legal para la financiación e inversión en el país hay que tomar consideraciones importantes. Venezuela posee, al momento de la elaboración de este trabajo, la inflación más alta del mundo. En los índices que elaboran el Banco Mundial, la Organización de Cooperación Económica y Desarrollo, Trading Economics y otras firmas internacionales, el alza de precios en el país puntea por encima de economías devastadas por la guerra como las de Sudán del Sur, Ucrania y Siria.

Asimismo, desde una mirada al estado de la situación para la financiación y la inversión en Venezuela, se identificó que uno de los efectos más visibles y de consecuencias más profundas de la negativa coyuntura económica de los últimos años ha sido la retracción del crédito disponible y un dramático recorte de las fuentes de financiación, tras la precaria situación de los sueldos y salarios de los trabajadores y la inflación al cierre del año 2015 que rebasó el 270%, cifra que marca un hito en la historia de la economía del país, se convierte una limitante extrema para el logro de cualquier tipo de financiamiento para nuevos proyectos en el país.

Este estrechamiento de los canales privados de acceso al crédito, la caída en paralelo de la inversión pública ha hecho especialmente vulnerables en términos de financiación, los proyectos culturales y artísticos, los proyectos de investigación científica y, en general, aquellas iniciativas empresariales de pequeña y mediana dimensión. Este entorno económico, particularmente negativo, acelera la implantación y el desarrollo de formas alternativas de financiación para salvar la brecha creada por la congelación del crédito.

Desde esta situación, y analizado el panorama que presenta la utilidad del *Crowdfunding* como alternativa para nuevos emprendimientos en Caracas, Venezuela, permite dar respuestas positivas para abrir nuevos horizontes a esta población de 3.265.096 hombres y mujeres aptos para el desarrollo productivo del país, y que según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2015), la tasa de desempleo en la Gran Caracas, está por el orden del 12,5% y el país de acuerdo al Informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal, 2014), Venezuela pasó a ser con el 10% a ocupar la segunda nación del continente con la más alta.

Este trabajo contribuye, por tanto, dar a conocer mejor a las plataformas que operan en el campo de los proyectos solidarios, aportando una guía de ayuda los emprendedores que deseen poner en marcha una campaña de *Crowdfunding*, recogiendo un cuerpo teórico existente hasta la fecha sobre el tema e identifica las áreas de mejora en Venezuela, especialmente, en lo relativo al control desempeñado por las plataformas sobre los proyectos presentables a financiación.

Debido a esta actualidad y con el desarrollo de nuevas tecnologías, y el avance vertiginoso de las telecomunicaciones, el *Crowdfunding* se perfila como una alternativa altamente recomendable para los emprendedores con una infinidad de ideas que pueden financiarse con este sistema con muy pocas limitaciones, y aunque no existe una ley especializada para este tipo de iniciativas los emprendedores pueden apoyarse en la legislación referenciada en este estudio.

En esta nueva época y con el desarrollo de nuevas tecnologías, y el avance vertiginoso de las telecomunicaciones, la idea de apoyar, ayudar a otros ya no es solo de cierta aristocracia, ahora son millones de personas que han apoyado, una causa, idea, proyecto, etc.

El *Crowdfunding* es un modelo relativamente nuevo de apalancamiento, en Venezuela ya comienzan a surgir proyectos locales que trabajan con él, como *Dar y Recibir*, quien gentilmente orientó este trabajo narrando al autor sus experiencias, por lo que al igual que en los otros países el *Crowdfunding* va a ser una herramienta importante en los próximos años, ya que los venezolanos son emprendedores y creativos en todo momento; sin embargo, hay que tener mucho cuidado en la implementación de esta herramienta, pues mal administrada puede llevar a estafas y malentendidos

A pesar de ello, la investigación a través de entrevistas ha arrojado que la imagen del *Crowdfunding* es altamente positiva, ya que apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían imposibles. Pero si bien atrae por lo utilitario del modelo, destaca también la desconfianza por la incertidumbre hacia el aspecto legal, sobre todo en quienes aún no han experimentado con él, y es por ello que se recomiendan las alianzas con organizaciones que gocen de credibilidad al momento de iniciar un emprendimiento innovador.

El estudio toma en cuenta la gran contribución de las redes sociales y las tecnologías de la información debido a su capacidad de aglutinar a gran cantidad de personas geográficamente distantes y en la mayoría de los casos desconocidas entre sí, pero conectadas por inquietudes comunes que de otra manera no hubieran podido ponerse en contacto.

Por otro lado, uno de los objetivos que esta investigación se propuso considerar fue las bases legales, donde se constata que en Venezuela no existe una ley para este tipo de iniciativas, pero existen leyes de apoyo en este caso, como se denota en el análisis de las bases legales de este trabajo. Se toma conciencia que no todo

Crowdfunding es ventajoso, también existe la desventaja de posibles fraudes. Pero las experiencias en el mundo y con compañía dedicadas a esta actividad manejando miles de millones de dólares y apoyando a miles de proyectos que si ha sido desarrollado contrasta con los posibles fraudes.

La falta de un marco jurídico específico para el *Crowdfunding*. Este vacío regulatorio pudiera ser compensado con normativas vinculantes a cada uno de los emprendimientos, pero que no escapa de que en un proyecto determinado llegue a existir cierta incoherencia respecto a determinada práctica, especialmente en tema de micro inversión

6.2 Recomendaciones

Una vez concluida esta investigación, se sugiere lo siguiente:

- La difusión de la literatura contentiva del *Crowdfunding* de este proyecto ya que alberga esta tipología de programas, el análisis de estas plataformas y la selección. Las nuevas tecnologías y, sobre todo, aquellas de fácil acceso como las basadas en código abierto son un pilar fundamental en el desarrollo de las organizaciones, con o sin ánimo de lucro, puesto que están revolucionando los procesos internos de muchas de ellas, que no podrían acceder de otra forma a diversas herramientas debido a su pequeño tamaño y recursos limitados.
- Estimular la participación en proyectos de *Crowdfunding* para cuidar la satisfacción de los mecenas, no solo por la publicidad gratuita y positiva que harán, sino porque a medida que aumenta la satisfacción aumenta la intención de volver a participar.
- Mejorar la forma de pago por mecanismos más seguros e inmediatos.
- Constituir en el portal de los *Crowdfunding*, la iniciativa para presentar un anteproyecto de ley para el *Crowdfunding*.

- Utilizar el internet con preferencia en las redes sociales como medio de difusión la importancia del *Crowdfunding* y las páginas disponibles para la presentación de los proyectos.
- Sugerir la creación de la superintendencia para que la presentación de los proyectos *Crowdfunding*, puedan presentarse ante los medios legales.
- Si se desea ejecutar el proyecto, se recomienda ampliar este estudio y de ser posible, llevarlo a conocimiento gubernamental como un proyecto social de impulsar el desarrollo de los nuevos emprendedores venezolanos.
- Realizar campañas de sociabilización, con el objeto de que sea de conocimiento público la utilidad y beneficios del *Crowdfunding*, que los nuevos emprendedores o empresarios utilicen este método como medio y financiamiento interno y a su vez, sea un canal para la captación de inversión extranjera directa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Auckland, H.; Murillo, D (2014). *La Innovación Social en América Latina: Marco conceptual y agentes*. Barcelona, España: Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo y ESADE Business.

Banco Mundial. *Facilidad para hacer negocios*. Disponible en <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/venezuela>. Consulta realizada el 18 de enero de 2016.

Bevilaqua, M. *Caracterizaciones generales de las ONG's venezolanas*. (2010). Disponible en <http://www.derechos.org/ve/pw/wp-content/uploads/DIRECTO RIO - ONGs.pdf>. Consulta realizada el 15 de enero de 2016.

City vega. Disponible en <http://cityvega.com/directorioongs>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Clendenin, J.C. (1998). *Introducción a las inversiones*, 6ª edición. Buenos Aires: Editorial McGraw-Hill.

Consejo Europeo (2010). *Convenio Europeo de Derechos Humanos. Estrasburgo*: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SPA.pdf. Consulta el 8 de enero de 2016.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.(1999). Gaceta Oficial N° 36.860, de fecha 30 de diciembre de 1999. Reimpresión Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453, de fecha 24 de marzo de 2000. Enmienda N° 1. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.908, de fecha 19 de febrero de 2009

Cromo. *El proyecto uruguayo de mayor éxito en Kickstarter*. Disponible en <http://www.cromo.com.uy/el-proyecto-uruguayo-mayor-exito-kickstarter-n577422>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Davies, R. (2014). *Civic Crowdfunding: Participatory Communities, Entrepreneurs and the Political Economy of Place*. U.S.A: Massachusetts Institute of Technology.

Decreto Con Fuerza de Ley de Creación, Estimulo, Promoción y Desarrollo Del Sistema Microfinanciero. (2001). Gaceta Oficial N° 37.164 del 22 de marzo de 2001.

Decreto con Fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas. Gaceta Oficial N° 37.148 de fecha 28 de febrero de 2000

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley de Reforma de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación: Publicada en la Gaceta Oficial N° 6.151 Extraordinario, de fecha 18 de noviembre de 2014:

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Inversiones Extranjeras. Decreto N° 1.438. Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.152 de fecha 18 de noviembre de 2014

Decreto N° 825 de fecha 10 de mayo de 2000. Gaceta Oficial N° 36.955 de fecha 10 de mayo de 2000.

Diario El Mundo (2009). *El financiamiento en Venezuela.* Economía. Editado el 15 de mayo de 2009.

Doing Business (2016). *El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.* Disponible en <http://www.worldbank.org/en/about/what-we-do/brief/ibrd>. Consulta realizada el 16 de febrero de 2016.

FMI (2016). *Informe de Perspectivas Económicas Regionales. Publicado por agencia EFE, enero 23 de 2016.* Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/internacional/fmi-preve-720--de-inflacion-en-venezuela-para-2016.aspx#ixzz44BD974rE>

Fundable. Disponible en <https://www.fundable.com/>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Gitman, L. (1996). *Administración financiera básica.* 3ra. Edición. México: Editorial Karla

Giugni, L., Etedgui, C., et al. (2001). *Evaluación de Proyectos de Inversión.* Segunda Edición. Clemente Editores C.A. Universidad de Carabobo. Valencia Venezuela.

Giugni, L., Etedguit, C., González, I., Guerra, V. (2001). *Evaluación de Proyectos de Inversión.* Segunda Edición. Valencia, Venezuela: Clemente Editores. C.A.

Índice de Competitividad Global (GCI). Disponible en <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global>. Primera consulta realizada el 15 de noviembre de 2015.

- Inhiesta, R. (1991). *Extremo duro. Entrevista y Actuación en Directo*. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=h2CSIZ8FgSw>. Consulta realizada el 10 de enero de 2016.
- Iturrioz del C., J. (2015). *Inversión*. Disponible en <http://www.expansion.com/diccionario-economico/inversion.html>. Consulta el 12 de enero de 2016.
- Kiva. Disponible en <https://www.kiva.org/>. Consulta realizada el 10 de enero de 2016.
- Lahera P., Eugenio (2004) *Introducción a las Políticas Públicas*. Caracas: Fondo de Cultura Económica.
- Lanzanos. Disponible en <http://www.lanzanos.com/proyectos/>. Consulta realizada el 10 de enero de 2016.
- Legaspi, M. (2001). *Los Sistemas de Inteligencia Comercial. En el Manual Integral de Marketing*. Buenos Aires: Clarin-Mercado
- León, L.V. (2009). *¿Quién invierte aquí?* Diario El Universal. Caracas, Venezuela. Octubre, 11 de 2009.
- Ley de Creación, Estimulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero*. (2001). Gaceta Oficial, N° 37.164 del 22 de marzo de 2000.
- Ley de Instituciones del Sector Bancario* (2014). Gaceta Extraordinaria N° 6.154, de fecha martes 19 de noviembre de 2014.
- Ley de Instituciones del Sector Bancario* (2014). Gaceta Oficial N° 40.557, de fecha 08 de diciembre de 2014.
- Ley de Mercado de Capitales de fecha 16 de mayo de 1973*, modificada en 1975 y 1998. El 17 de agosto de 2010, se firma el ejecútase a la nueva Ley del Mercado de Valores (LMV),
- Ley de Mercado de Valores* (2010). Gaceta Oficial N° 39.546 de fecha 05 de noviembre de 2010
- Ley Especial contra Delitos Informáticos*. Gaceta Oficial N° 37.313, de fecha 30 de octubre de 2001
- Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras* (2001). Caracas. Gaceta Oficial N° 5.555 Extraordinario de fecha 13 de noviembre de 2001.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Publicada en Gaceta Oficial N° 39.610, de fecha 7 de febrero de 2011

Ley Orgánica del Sistema Financiero Nacional (2010). Gaceta Oficial N° 39.447, de fecha 16 de Junio de 2010.

Ley para el Fomento de la Financiación Empresarial (2015). Ley 5/2015 publicada en el BOE ° 101, de fecha 28 de abril de 2015.

Megías, J (2012). *Algunos negocios innovadores*. Disponible en <http://javiermegias.com/blog/tag/disenio-de-servicios/> Consulta 10 de enero de 2016.

Megías, J. (2012). *¿Cómo funciona un modelo de negocio de varios lados?* Disponible en <http://javiermegias.com/blog/2012/01/como-funciona-un-modelo-de-negocio-de-2-o-varios-lados/>. Consulta 10 de enero de 2016.

Ministerio de Minas e Hidrocarburos (1970). *Léxico Estratigráfico de Venezuela*. Disponible en <http://www.pdvsa.com/lexico/venezuela/situacion.htm>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Mishkin, F.S (2014). *Moneda, banca y mercados financieros* - 8va Edición. México: Pearson Educación de México. S A.

Mishkin, F.S. (2007). *La globalización desempeño macroeconómico y la política monetaria. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial*. Disponible en <http://www.palgrave-journals.com/imfsp/journal/v56/n1/full/imfsp200830a.html>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Neiss, S., Best, J.W., Cassady, Z. (2013). *Invertir Crowdfunding para los maniqués*. New York: Editorial John Wiley y Hermanos, Inc.

Organización de las Naciones Unidas (1945). *Carta de las Naciones Unidas. San Francisco:ONU*. Disponible en <http://www.uy.undp.org/content/dam/uruguay/docs/marco-legal-uy/undp-uy-carta-nnuu.pdf>. Consulta realizada el 8 de enero de 2016.

Ortiz, R. (2005). *Caracterización de las organizaciones no gubernamentales*. Maracaibo: Revista Venezolana de Gerencia. Año 10. N° 32, pp. 652 – 674 Universidad del Zulia (LUZ)

Resolución 79-2005, de fecha 28 de junio de 2005. Comisión Nacional de Valores del Ministerio de Finanzas.

Rivera B., E. (2012). *Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico*. 1ª edición.

Rocketuhb. Disponible en <https://www.rokethub.com/>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016

Rodríguez, T. (2014). *El Crowdfunding como mecanismo alternativo de financiación de proyectos*. Revista de Derecho Empresarial No.1. San José, Costa Rica: febrero 2014. Págs. 121-140

Samuelson, P. A. (2006). *Economía*. Colombia: McGraw Hill.

Stiglitz, J.E. (2006). *El malestar en la globalización*. México: Taurus.

Stopvih. Disponible en <http://www.stopvih.org>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Superintendencia Nacional de Cooperativas Ley Orgánica del Poder Popular (2009). Gaceta Oficial N° 39.335, de fecha 28 de diciembre de 2009.

Ulue. Disponible en <https://es.ulule.com/>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016.

Velásquez, S.G. (2015). *Modelo Crowdfunding y su factibilidad en el Ecuador para el desarrollo de nuevos emprendimientos*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas

Venezuela. Disponible en <http://www.venezuelasite.com/portal/34/1443/>. Consulta realizada el 14 de diciembre de 2015.

Verkami. Disponible en <https://www.verkami.com/>. Consulta realizada el 12 de enero de 2016

Vernis A., Iglesias M., Sanz B., Solernos Maria, Urgell J., Vidal P. (2004) *La Gestión de las Organizaciones no Lucrativas*. Barcelona, España: Ediciones Deusto.

ANEXOS

ANEXO 1
FORMATO GUIÓN DE LA ENTREVISTA

Hola, ante todo, muchas gracias por su tiempo. Mi nombre es Wilmer Lugo, y estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y uso del *Crowdfunding* en Venezuela como trabajo de fin de grado. La idea es conocer sus opiniones, experiencias, motivaciones...en cuanto al *Crowdfunding*. Aclaro que la información es sólo para mi trabajo y es anónima,

¡Sienta total libertad para compartir lo que quiera!

1. Si escucha la palabra *Crowdfunding* o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que le viene a la mente? ¿A qué le remite este concepto?

2. ¿Cómo lo conoció?

3. Hoy en día, ¿Cree que aporta algo a la sociedad? ¿Algún aspecto positivo? ¿Y negativo?

4. A nivel personal, ¿Ha participado en algún proyecto de *Crowdfunding* apadrinándolo o aportante de fondos? ¿Cuáles? ¿De qué tipo?

5. ¿Cómo lo conoció?

6. ¿Qué le llevó a querer participar en el proyecto?

7. ¿Cuál fue su satisfacción final al haber participado en el proyecto? ¿Qué le ha aportado? ¿Volvería a participar?

8. Si no ha participado, o si tenía pensado en participar en algún proyecto pero finalmente no lo hizo ¿Por qué? ¿Qué razones le llevó a ello?

9. En su opinión, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisiese participar en él?

10. ¿Qué cree que es lo mejor y lo peor del *Crowdfunding*?

11. Finalmente, ¿quiere aportar algo más?

¡Muchas gracias!

ANEXO 2
INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO**1. DATOS PERSONALES**

- Nombre:
- Correo Electrónico:
- Sexo: (Desplegable de selección)
- Año de nacimiento: (Desplegable de selección múltiple)
- País: (Desplegable de selección múltiple)
- Estado: (Desplegable de selección múltiple)
- Municipio: (Desplegable de selección múltiple)
- Parroquia: (Desplegable de selección múltiple)

2. ¿Está usted familiarizado/a con el término *Crowdfunding*?

- Sí
- No

*Si la respuesta es Sí avanza al ítem 3, si la respuesta es No avanza a la página explicativa del término *Crowdfunding*.

3. ¿ha recibido alguna vez propuestas para apoyar proyectos de *Crowdfunding*?

- Sí
- No

4. ¿Ha participado en algún proyecto de *Crowdfunding*?

- Sí
- No

*Si la respuesta es Sí avanza al ítem 5, si la respuesta es No avanza a ítem 6

5. ¿Volvería a invertir en otro proyecto de *Crowdfunding*?

- Sí
- No

*Si la respuesta es Sí avanza a al ítem 7, si la respuesta es No avanza al ítem 11

6. ¿Invertiría en un proyecto de *Crowdfunding*?

- Sí
- No

*Si la respuesta es Sí avanza a al ítem 7, si la respuesta es No avanza al ítem 12

7. En cuanto la duración de un proyecto de *Crowdfunding* en particular

- Prefiere que sean de tiempo limitado
- Prefiere aportar en campañas permanentes

8. En cuanto a la cantidad del aporte a las campañas de *Crowdfunding*

- Prefieren dar pequeños aportes aunque no tengan recompensa (menos de Bs. 10.000,00)
- Prefieren dar grandes aportes si esto les genera recompensa (más de Bs. 10.000,00)

9. En qué tipo de proyectos le gustaría participar (señale sólo uno)

- De finalidad social
- Medio ambientales
- De protección animal
- De apoyo a las universidades
- De tecnología
- Culturales
- De investigación científica
- De inversión turística

10. Si además del seleccionado anterior pudiera participar en otro tipo de proyectos ¿En cuál sería? (señale sólo uno)

- De finalidad social
- Medio ambientales
- De protección animal
- De apoyo a las universidades
- De tecnología
- Culturales
- De investigación científica
- De inversión turística

11. ¿Por qué no invertiría?

12. ¿Por qué no invertiría?

Texto explicativo (viene del ítem 2). Sólo lectura,

***Crowdfunding:** es la cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar **Internet** para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Crowdfunding puede ser usado para muchos propósitos, desde artistas buscando apoyo de sus seguidores, campañas políticas, financiación del nacimiento de compañías o pequeños negocios. Es una vía más para financiar proyectos, sueños e ideas.

ANEXO 3 POBLACIÓN TOTAL GRAN CARACAS

POBLACIÓN TOTAL GRAN CARACAS

Departamento	Municipio	Parroquia	Total	Hombre	Mujer
Distrito Capital	Libertador	Altagracia	47.922	22.436	25.486
Distrito Capital	Libertador	Antimano	131.963	64.839	67.124
Distrito Capital	Libertador	Candelaria	66.486	31.346	35.140
Distrito Capital	Libertador	Caricuao	138.659	66.375	72.284
Distrito Capital	Libertador	Catedral	12.777	6.171	6.606
Distrito Capital	Libertador	Coche	59.889	28.975	30.914
Distrito Capital	Libertador	El Junquito	50.470	24.998	25.472
Distrito Capital	Libertador	El Paraíso	109.622	52.655	56.967
Distrito Capital	Libertador	El Recreo	112.809	52.853	59.956
Distrito Capital	Libertador	El Valle	142.893	68.554	74.339
Distrito Capital	Libertador	La Pastora	80.397	38.616	41.781
Distrito Capital	Libertador	La Vega	123.863	59.790	64.073
Distrito Capital	Libertador	Macarao	47.851	23.624	24.227
Distrito Capital	Libertador	San Agustín	38.476	18.489	19.987
Distrito Capital	Libertador	San Bernardino	27.353	12.752	14.601
Distrito Capital	Libertador	San José	39.604	18.658	20.946
Distrito Capital	Libertador	San Juan	106.507	52.352	54.155
Distrito Capital	Libertador	San Pedro	58.254	26.759	31.495
Distrito Capital	Libertador	Santa Rosalía	101.103	49.047	52.056
Distrito Capital	Libertador	Santa Teresa	23.715	11.344	12.371
Distrito Capital	Libertador	Sucre	345.944	167.966	177.978
Distrito Capital	Libertador	23 de Enero	77.344	36.858	40.486
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Baruta	Baruta	159.142	75.361	83.781
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Baruta	El Cafetal	41.543	19.323	22.220
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Baruta	Las Minas de Baruta	40.070	18.882	21.188
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Carrizal	Carrizal	51.712	25.581	26.131
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Chacao	Chacao	61.213	29.448	31.765
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, El Hatillo	El Hatillo	58.156	28.280	29.876
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	Los Teques	194.725	94.442	100.283
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	Altagracia de La Montaña	3.874	1.989	1.885
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	Cecilio Acosta	19.350	9.838	9.512
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	El Jarillo	2.415	1.295	1.120
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	Paracotos	14.449	7.315	7.134
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	San Pedro	12.916	6.628	6.288
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Guaicaipuro	Tácata	4.513	2.292	2.221
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Los Salias	San Antonio de Los Altos	68.255	32.855	35.400
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Plaza	Guarenas	209.987	101.410	108.577
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Sucre	Caucagüita	67.013	32.703	34.310
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Sucre	Fila de Mariches	32.303	16.169	16.134
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Sucre	La Dolorita	65.159	31.579	33.580
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Sucre	Leoncio Martínez	63.260	29.953	33.307
Estado Bolivariano de Miranda	Miranda, Zamora	Guatire	151.140	73.516	77.624
TOTALES			3.265.096	1.574.316	1.690.780

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Censo 2011

ANEXO 4
POBLACIÓN DE 20 A 49 AÑOS ÁREA DE ESTUDIO

POBLACIÓN DE 20 A 49 AÑOS DEL ÁREA DE ESTUDIO

Estado, Municipio	Parroquia	Población 20/49 años*
Distrito Capital, Libertador	Candelaria	17.507
Distrito Capital, Libertador	El Paraíso	26.913
Distrito Capital, Libertador	El Recreo	29.547
Distrito Capital, Libertador	San Bernardino	6.968
Distrito Capital, Libertador	San Pedro	18.113
Miranda, Baruta	Baruta	167.124
Miranda, Baruta	El Cafetal	
Miranda, Baruta	Las Minas de Baruta	
Miranda, Carrizal	Carrizal	26.597
Miranda, Chacao	Chacao	34.746
Miranda, El Hatillo	El Hatillo	40.917
Miranda, Guaicaipuro	Los Teques	135.961
Miranda, Guaicaipuro	Altagracia de La Montaña	
Miranda, Guaicaipuro	Cecilio Acosta	
Miranda, Guaicaipuro	El Jarillo	
Miranda, Guaicaipuro	Paracotos	
Miranda, Guaicaipuro	San Pedro	
Miranda, Guaicaipuro	Tácata	
Miranda, Los Salias	San Antonio de Los Altos	35.189
Miranda, Plaza	Guarenas	112.317
Miranda, Sucre	Caucagüita	324.579
Miranda, Sucre	Fila de Mariches	
Miranda, Sucre	La Dolorita	
Miranda, Sucre	Leoncio Martínez	
Miranda, Zamora	Guatire	102.643
		1.079.121

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Proyección 2016

ANEXO 5
LISTA DE CUADROS

CUADRO N°

1	Bancos Comerciales y Universales. Tasas Pasivas	8
2	Tasas Máximas para Financiar Proyectos.....	9
3	Informe Haciendo Negocios 2016 (189 países)	23
4	Ficha Plan Poblacional	55
5	Perfiles de los participantes en las entrevistas	56

ANEXO 6
LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°

1	¿Está usted familiarizado/a con el término <i>Crowdfunding</i> ?.....	62
2	¿Ha recibido alguna vez propuestas para apoyar proyectos de <i>Crowdfunding</i> ?	62
3	¿Ha participado en algún proyecto de <i>Crowdfunding</i> ?.....	63
4	¿Volvería a invertir en otro proyecto de <i>Crowdfunding</i> ?	64
5	¿Invertiría en un proyecto de <i>Crowdfunding</i> ?.....	64
6	En cuanto la duración de un proyecto de <i>Crowdfunding</i> en particular	65
7	En cuanto a la cantidad del aporte a las campañas de <i>Crowdfunding</i>	66
8	En qué tipo de proyectos le gustaría participar (Señale sólo uno)	66
9	Si además del seleccionado anterior pudiera participar en otro tipo de proyectos ¿En cuál sería?	67
10	¿Por qué no invertiría?	68
11	¿Por qué no invertiría?	68

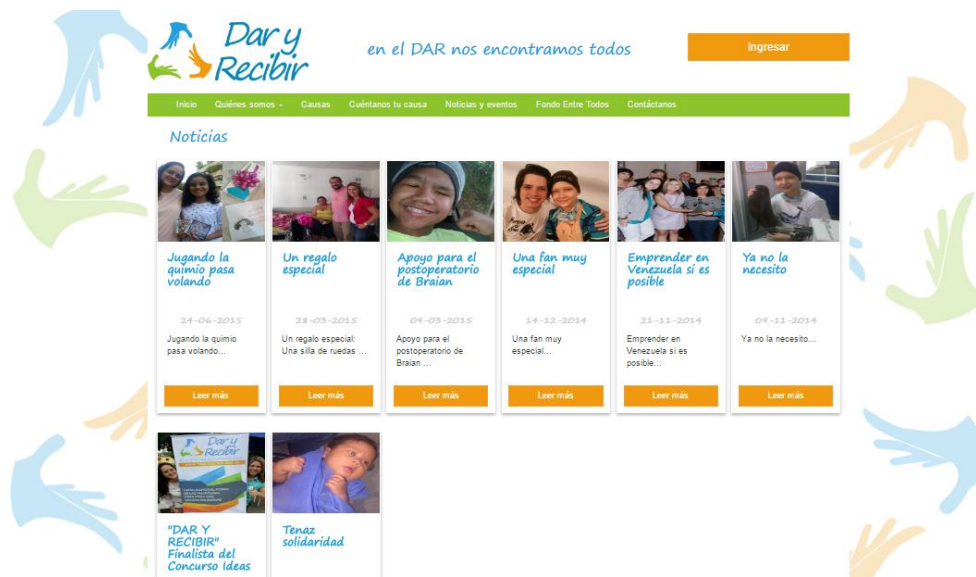
ANEXO 7

LISTA DE FIGURAS

GRÁFICO N°

1	Esquema de la Operatoria de <i>Crowdfunding</i>	32
2	Crecimiento del <i>Crowdfunding</i> por categoría.....	36
3	<i>Tiempo promedio por Campaña Crowdfunding</i>	37
4	Distribución de los negocios financiados bajo la forma <i>Crowdfunding</i>	38

ANEXO 8 BOLETÍN INFORMATIVO "DAR Y RECIBIR"



WWW.DARYRECIBIR.ORG.VE

"EN EL DAR NOS ENCONTRAMOS TODOS"

Ya sabemos que podemos comprar por internet, donde podemos informarnos, en cuales portales web o medios recibimos noticias, como saber de nuestros amigos, por donde compartir fotos, en qué

lugar jugamos, en donde nos enteramos si hay tráfico en la calle, pero... ¿qué otra cosa podemos hacer usando la web y las redes sociales?

DAR, SER SOLIDARIOS y TAMBIÉN RECIBIR.

Si y así se llama esta página web: DaryRecibir.org.ve un sitio que recauda aportes en línea para impulsar proyectos sociales o causas solidarias y humanitarias

IMPULSADOR O CREADOR. ¿DÓNDE TE ANOTAS?

En este portal encontrarás un menú de causas solidarias para que escojas con cual te identificas y puedas apoyarla con tan solo unos cuantos "click's". En ese caso te conviertes en un impulsador de estos proyectos o propuestas. La página te da la opción de que puedas elegir el monto del aporte que desean DAR, desde 50bs. Porque la idea es lograr el apoyo de multitudes, a fin de alcanzar metas de recaudación para ejecutar el proyecto.

TODOS PODEMOS SER CREADORES

Si tu cuerpo te pide hacer algo por otros: ayudar, entonces lo tienes todo para comenzar a diseñar tu proyecto social. Debes definir muy bien a quienes beneficiaría y cuanto presupuesto necesitas. Inscríbes tu proyecto en la página daryrecibir.org.ve y un equipo lo analizará y si tiene potencial será publicado en la página y lo promoveremos juntos para captar ángeles de la guarda que decidan dar su granito de arena.

PASA LA VOZ

Para Dar y Recibir, el medio principal para llevar el mensaje son redes sociales, algo muy importante es que todos podamos promover la buena acción del día con un simple RT, publicando en el muro o blog o a través de correos, grupos de WhatsApp etc. Mientras más conozcan una causa social, más personas pueden enamorarse del proyecto y aportar

PUEDES APORTAR HASTA CON EL CORAZON

Sí, es que en @DaryRecibir_VE no solo se trata de recaudar bolívares, a veces los proyectos pueden hacerse realidad con aportes de materiales o voluntariado. O entregando un producto que tu

fabriques o elaboros y que parte de su venta o todo, esté destinada a un determinado proyecto social.

QUIENES CREARON A DAR Y RECIBIR

Alejandra García, coordinadora de Superatec tuvo una idea y se encontró en el camino a otros voluntarios, quienes también comparten las ganas de "Dar" como lo más maravilloso del mundo, como también lo es "Recibir" y todos creen que cuando ambos verbos se conjugan en plural sucede la magia: "Nosotros Recibimos" "nosotros Damos".

De forma vertical y repartiéndonos cada uno las tareas, fundamos también esta asociación civil el abogado Ricardo Gamboa y Beatriz Adrián, periodista de profesión quien asegura estar muy feliz de encontrar personas nobles y humanas con quien echar a andar este bello emprendimiento social, dijo.

EL MENU:

Actualmente y desde que comenzamos en 2013, tenemos más de 1200 personas registradas en Dar y Recibir, Se han impulsado 42 causas de las cuales han completado 15 en 2014 y 27 en 2015. Hemos recaudado 62 artículos que han beneficiado a igual número de personas y queremos seguir haciendo más.

Todo aporte es importante, para alcanzar las metas que van desde operar a un niño, pagar la quimioterapia de otro, o simplemente lograr que se ejecute un hermoso proyecto social como la biblioteca comunitaria de La Vega.

Algunas familias reciben llamadas de entes gubernamentales y personas particulares que quieren dar su aporte de forma directa. Nosotros colocamos los teléfonos de ellos y de sus médicos para que puedan confirmar o apoyar los casos, cara a cara. Lo que más emociona a estas familias que necesitan apoyo, relatan, es ver que otros seres humanos, sin conocerlos, le brindan una mano amiga.

El twitter ha sido una bendición porque muchos usuarios se conectan con la solidaridad y hacen su aporte desde 50 bs., hasta incluso dar todo lo que se necesita

LAS CAUSAS ACTIVAS

El Galán Camilo, un bebe de 5 meses, está esperando esos venezolanos solidarios que de granito en granito le permitan alcanzar el monto de su cirugía. Es de Guasdualito, Apure y nació con una complicación, su ano no está perforado y requiere especialistas. La fundación Laparokids de Clínicas Caracas, hará la operación y requerimos 1 millón 2 mil bs. Hasta ahora llevamos unos 20 mil bolívares para este bebe, aportados por 14 personas. Pero siempre se consigue la meta, con fe en Dios y con la acción de quienes deciden dar el paso al frente

Otra causa es recolectar juguetes para los niños de la escolita El Semillero en los llanos de Apure. La meta son 100 juegos mixtos de niños y niñas para llevarles alegría en Navidad. Esta escuela es

un proyecto sustentable que existe desde el 2000 y es apoyado por la Asociación Civil El Semillero, del Colegio Francia

UNA SILLA DE RUEDA Y COLCHÓN PARA UN AGRICULTOR DE LA VICTORIA

Benicio de 82 años, procedente del Edo. Aragua le ha dedicado toda su vida al campo y a su familia. Vive con su hija Santiago y su esposa Nieves en una vivienda muy humilde en el barrio Jesús, sector Challauta del Municipio José Félix Ribas en La Victoria. Dicha familia se dedica a sembrar remolacha, zanahoria, cebollín, entre otros vegetales en una pequeña parcela que es de otro dueño y ellos cuidan.

El 22 de septiembre sufrió un ACV que le causó la parálisis del lado derecho de su cuerpo y ahora se encuentra en cama. Para llegar a su casa, él y su familia deben de subir unos escalones, pero si se le consigue una silla de ruedas, será más fácil que pueda movilizarse. También requiere un colchón.

DIA MUNDIAL PARA DAR

El 01 de diciembre es un día especial, se celebra el día mundial de DAR, un movimiento que busca promover muchas acciones solidarias en un mismo día y que se espíritu se mantenga todo el año. Este movimiento que se celebra el primer martes de diciembre, también se conoce como GivingTuesday. Nosotros en Dar y Recibir lo queremos celebrar dando y ofreciendo oportunidades para que todos demos algo.

En Caracas lo estaremos celebrando con varias actividades en un mismo lugar: el Centro Comercial Millennium, en el cual se congregarán organizaciones sin fines de lucro, empresas y en general personas que se contagien con la solidaridad.

Una de las actividades que tendremos será un centro de acopio de ropa. Con la ayuda de voluntarios la clasificaremos para luego entregarla a organizaciones, tales como:

Dispensario San Martín de Porres en Las Mayas (hacen reciclaje de ropa) y la Casa de Acogida y Rehabilitación Padre Machado que atiende a personas en situación de calle.

Anímate a revisar tu clóset, seguro tienes prendas de vestir en buen estado. Para tener una idea de lo que recaudemos ese día por favor **haz clic** en **Aporte en Especie** y escoge una cantidad aproximada de prendas de vestir que puedes donar.

CAUSAS RESUELTAS RECIENTES

Estamos muy contentos, [Fundación Andrea, el brillo de un Ángel](#) completó esta causa y ahora Eliana va a poder realizarse su examen médico. Mil gracias a la Fundación Andrea, en el DAR nos encontramos TODOS. 27 de octubre de 2015

Eliana Guzmán Torres es una adolescente de 15 años de edad que sufre de un rabdomiosarcoma Alveolar Sólido en región pectoral izquierda. En otras palabras es paciente oncológica y actualmente está siendo sometida a un tratamiento de quimio y radioterapia. Ella y su familia residen en el Edo. Aragua y actualmente Eliana y su mamá se encuentran alojadas en la Casa Ronald MacDonald, ubicada en la Urb. Valle Arriba en Caracas.

Luego que Eliana completa un ciclo de radio y quimioterapia debe realizarse un examen llamado CT-PET, el cual consiste en un escaneo completo de su cuerpo y así determinar cómo ha evolucionado su tratamiento. La familia de Eliana no tiene los recursos económicos para costear este examen el cual tiene un valor total de 371.025Bs.

NIXON UN NIÑO MUY ESPECIAL

Nixon Junior Moreno Duran tiene 13 años y vive en San Félix, Estado Bolívar. Vive en la casa de su abuela junto a su hermana menor de 11 años, su abuela, su tía y su mamá que se llama Yamiles Briceida Duran Salazar. Son una familia muy unida y amorosa. Nixon es el hombre de la casa y siempre hace su mejor esfuerzo por ayudar y colaborar con su familia.

Nixon tiene discapacidad motora, pero esto no le ha impedido gracias a su esfuerzo, constancia y espíritu de superación llegar a caminar con gran dificultad y ayuda de muletas. Nixon estudia 5to grado, le gusta ir al colegio y aprender cosas nuevas todos los días. Nixon es un adolescente alegre y amigable, además le encantan los perros. Quiere ser bachiller y trabajar para ayudar a su familia.

Nixon necesita realizarse una operación para estirar sus tendones en el Hospital San Juan de Dios en Caracas. Esa intervención le ayudará a caminar mucho mejor. Luego de la operación, realizará sesiones de fisioterapia con la finalidad que pueda dejar de utilizar las muletas.

NIXON LOGRO SUS RECURSOS CON EL APORTE DE 15 PERSONAS. SU OPERACION FUE EXITOSA Y AHORA HACE SU REHABILITACION.

NUESTRO LEMA

En el DAR nos encontramos TODOS

REDES

Web: daryrecibir.org.ve

Twitter: @daryrecibirve

Facebook: Dar y Recibir Ve

Instagram: Dar y Recibir Ve

Correo: Info@daryrecibir.org.ve