



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

La financiación colectiva (*crowdfunding*) como innovación para impulsar a los emprendedores mexicanos.

Sinuhé Antonio Cuevas Escobar¹

J. Jesús Ceja Pizano*

Resumen

El propósito de esta investigación es discutir algunas de las oportunidades que el *crowdfunding* ofrece a la sociedad mexicana como estrategia de financiamiento frente a métodos convencionales para la obtención de fondos.

El *crowdfunding* ha significado un cambio de paradigma en la interacción de los actores económicos, pues a partir del uso de las tecnologías digitales, entrelaza la inteligencia colectiva con la implementación de plataformas para compartir áreas de interés y dar soluciones a problemas en colectivo, amortiguando el riesgo financiero que trae consigo cualquier proyecto.

En primer lugar, se establece un marco teórico para contextualizar al lector, seguido de un análisis del impacto que ha tenido en México y concluye invitando a la reflexión sobre el estado actual, alcances y limitaciones.

Palabras clave: *crowdfunding*, financiación colectiva, plataformas de fondeo colectivo.

Abstract

The purpose of this study is to discuss some of the opportunities that crowdfunding offers to Mexican society as a financing strategy as an alternative to conventional methods for obtaining funds.

Since the rise of digital technologies, crowdfunding has meant a paradigm shift in the interaction of economic actors. It intertwines collective intelligence with the implementation of platforms to share areas of interest and provide solutions to collective problems, cushioning financial risk that any project brings.

To begin, I present a theoretical framework to contextualize the reader, followed by an analysis of the impact it has had in Mexico and conclude by inviting reflection on the status, scope and limitations of this strategy.

Keywords: crowdfunding, collective financing, collective funding platforms.

¹ ** Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior del Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás.

Introducción

La presente ponencia es parte de una investigación que busca dar a conocer la existencia de una alternativa de financiamiento que se ha estado popularizando a nivel mundial y que en México puede funcionar a favor del desarrollo de nuestros emprendedores. Conocida como *crowdfunding* o *financiación colectiva*, que básicamente se enfoca en la búsqueda de capital externo, indispensable para la ejecución de proyectos con fines lucrativos y no lucrativos, anteponiéndose de una forma más accesible y versátil a los sistemas tradicionales de obtención de capitales como son: las instituciones financieras de crédito comercial o desarrollo que existen.

Después del *crash* bursátil del 2008, la situación económica y financiera de los países más industrializados del mundo y en desarrollo como es el caso de México, vivieron una drástica contracción del mercado financiero trayendo como consecuencia un deterioro súbito en los canales tradicionales de crédito.

Cuando disminuyó la operación de los mercados de crédito, se desencadenó una recesión en las economías globales que afectó en gran escala a los bancos, empresas y particulares, acelerando la pérdida de empleos masiva, la quiebra de varias compañías y un aumento considerable en el costo de la vida de cada país. Sin duda esta situación económica fue para muchas empresas una limitante para el acceso a créditos, necesarios para un desarrollo estable y de apoyo para su operación diaria.

Sin embargo, a pesar de la recesión económica, los emprendedores han estado trabajando arduamente en la búsqueda de alternativas innovadoras que solucionen su problema de acceso al crédito, contra poniéndose a las formas bancarias tradicionales.

Esta tendencia de buscar una desintermediación financiera por parte de los emprendedores se debe entre otros tantos factores a que las instituciones financieras demandan a cambio garantías e historiales considerables que conllevan tasas de interés extraordinariamente altas que comercialmente no suelen ser viables y que son un factor limitante para diversos proyectos e iniciativas empresariales por no poder cubrir los requerimientos necesarios que les demandan las instituciones de crédito comercial.

En México, el Consejo Nacional de Inclusión financiera (CONAIF) menciona que una de las causales por que los jóvenes no emprenden sus proyectos es la falta de inclusión financiera:

“En la mayoría de las ocasiones, los jóvenes no tienen acceso a recursos financieros para emprender, debido a que no cuentan con historial crediticio, ni bienes que garanticen a la institución financiera la posibilidad de recuperar el préstamo en caso de incumplimiento; a su vez, no cumplen con los estándares financieros para ser sujetos de crédito”. ((CONAIF), 2016)

Aun cuando existen numerosas instituciones que podrían apoyar a este sector, es bien sabido que pocas veces el pequeño empresario es sujeto de crédito.

Dadas estas limitantes externas, es clara la necesidad de avanzar hacia un sistema de financiación empresarial más reciente, rico y diverso con más alternativas complementarias al crédito bancario a disposición de las empresas en función de sus características y tamaño (García Coto & Alonso, 2014).

La búsqueda de fuentes alternativas de financiación se ha convertido en una necesidad prioritaria para las iniciativas empresariales, en aras de estimular su crecimiento o supervivencia. Derivado de esta situación, el *crowdfunding* emerge como una esperanzadora alternativa para promover, impulsar y apoyar proyectos de diversa naturaleza. (Rodríguez de las Heras Ballell, 2014)

Hoy en día con el uso de las tecnologías de la información a través del internet se ha dado un cambio radical en la dinámica de comunicación en las sociedades de consumo revolucionando las formas de interactuar entre sí. Se han creado grupos que usan la inteligencia colectiva desarrollando una cultura de participación, para la resolución de problemas dentro de la web, creando y utilizando plataformas especializadas como son: “las plataformas *crowdfunding*”, en la obtención de financiamiento en pro de estimular la creación de iniciativas de negocio o campañas altruistas; a través de grupos de personas dispuestas a colaborar con los demás.

Para algunos autores la cultura de la participación es una de las características de las primeras décadas del siglo XXI y la aparición de esta resulta sumamente atractiva pues permite un uso más democrático y participativo dentro del Internet. Mostrando cómo poder explotar el gran potencial de las multitudes que utilizan diariamente la web.

Para poder comprender como el *crowdfunding* ayuda a estimular el desarrollo empresarial, es crucial entender que este fenómeno nació por la coyuntura económica, el gran avance de las tecnologías digitales y la significación que tiene para la sociedad contemporánea.

El crowdfunding, contexto, y factores

Anteriormente se mencionó que para poder comprender como el *crowdfunding* ayuda a estimular el desarrollo empresarial, era crucial observar los tres factores externos que convergen en torno a él que son: 1. El mercado de crédito en el desempeño económico, 2. El uso de las tecnologías digitales y 3. El rol que juega el *crowdfunding* dentro de la sociedad.

Por ser los principales factores que reflejan los cambios experimentados por las economías contemporáneas para tratar de responder a los estímulos de un mercado financiero y una sociedad cansada de buscar apoyo en lo tradicional, por lo cual paso a desarrollarlos:

El mercado de crédito en el desempeño económico

Se ha mencionado que las economías modernas basan principalmente su crecimiento y de hecho la viabilidad de su funcionamiento en el acceso al crédito en condiciones favorables, debido a que el sistema financiero favorece el crecimiento de la productividad y el cambio tecnológico –mediante la movilización de ahorros a proyectos productivos– lo que lleva a una mayor acumulación de capital físico y humano y por consiguiente, a un mayor crecimiento económico. (Villagómez Amezcua & Saucedo Rincón, 2014)

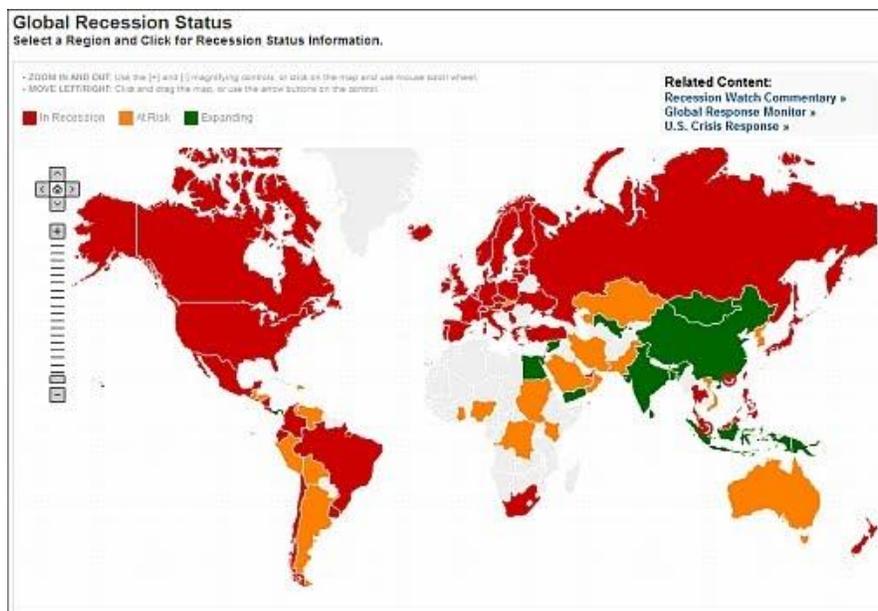
No obstante, en años anteriores la literatura especializada ha documentado frecuentemente la existencia de un estancamiento en la asignación de crédito por parte del sistema financiero a partir de la crisis del 2008, una de las crisis más graves y de alcance mundial desde la Gran Depresión de 1929 que condujo al deterioro súbito de las expectativas económicas de los países más industrializados del mundo y de los países emergentes como el nuestro.

La crisis de 2008 hizo que los canales tradicionales de crédito se contrajeran drásticamente debido a diferentes factores de oferta (disminución en la provisión de crédito por parte de los bancos) o demanda (situaciones económicas adversas que generan que la gente no pida financiamiento) originando ineficiencias en el mercado.

Esta situación desencadenó una recesión en las economías globales que afectó en gran escala a los bancos, empresas y particulares, acelerando la pérdida de empleos masiva, la quiebra de varias compañías y un aumento considerable en el costo de la vida de cada país.

En la figura 1 se muestra un mapa del estatus global de la recesión de los años 2008-2015 donde el color rojo se refiere a los países que se encuentran inmersos en una recesión más severa a diferencia de los que se encuentran en color naranja y verde que son países que escaparon de la crisis económica, porque su sistema financiero y crediticio aún no estaba lo suficientemente desarrollado como para otorgar préstamos a familias y empresas.

Figura 1 Mapa del estatus global de la recesión de los años 2008-2015



Fuente: <https://www.economy.com/dismal/tools/global-business-cycle-map>

En este contexto nuestro país formo parte de ser de las naciones más afectadas por qué:

“En México, el principal actor del sistema financiero es la banca múltiple y, por lo tanto, el crédito bancario es el principal mecanismo de financiamiento. A pesar de que en años recientes se han realizado políticas focalizadas para incrementar la participación de otras alternativas de financiamiento –como el mercado de capitales– estas aún se encuentran en periodo de maduración. La importancia de conocer los factores que influyen en el sistema financiero –y en particular en el mercado de crédito– es porque si este no cumple con sus funciones adecuadamente y no existen mecanismos apropiados para lograr financiar proyectos, se está perdiendo potencial de crecimiento afectando el emprendimiento en el país” (Villagómez Amezcua & Saucedo Rincón, 2014)

En este sentido, el decremento masivo de los principales actores del mercado de la financiación ha sido factor coyuntural determinante de la emergencia de modelos de financiación alternativa, acelerando una tendencia hacia la desintermediación financiera dando forma a algunos esquemas de financiación alternativa de base “colectiva” o “comunitaria” (Rodríguez de las Heras Ballell, 2014) Por tanto, la necesidad de buscar nuevas vías de financiación y el deseo de reducir la dependencia de la intermediación financiera son factores estimulantes que explican el desarrollo y crecimiento exponencial del uso de fórmulas colectivas de financiación.

El uso de las tecnologías digitales

Una de características de la sociedad contemporánea es el uso constante de las tecnologías mediáticas como el internet que acompaña a los individuos las 24 horas de los 365 días del año. Las

formas de interactuar y comunicarse entre sí están caracterizadas por una respuesta inmediata de los usuarios que las utilizan. (Busón Buesa & Osuna Acedo, 2008)

El Internet ha desplegado un amplio abanico de servicios, aplicaciones, recursos formativos y plataformas con las que se puede estar cerca de otros creando comunidades virtuales que se identifican con un mismo fin, gracias a la fácil interacción y la respuesta inmediata.

Por ejemplo, hoy en día es frecuente ver el incremento en el uso de la red para compartir archivos, enviar mensajes, publicar estados u opiniones en blogs; en la vida laboral las videoconferencias permiten tener reuniones colaborativas sin la necesidad de trasladarse al centro de trabajo.

Esta revolución tecnológica fue posible gracias al desarrollo que tuvo la web 1.0, en la que los usuarios tenían un papel pasivo y eran meros espectadores y consumidores de información. Cuando evolucionó a la segunda generación llamada Web 2.0. los cibernautas tomaron un papel activo y se convirtieron en co-productores y co-creadores del contenido (O'Really, 2007), creando comunidades de usuarios y un conjunto de espacios de interacción como: las redes sociales², los blogs³ o los wikis⁴ donde la colaboración y el intercambio ágil de información juega un papel importante (Anderson, February 2007)

Sin duda con el surgimiento de la era digital, las telecomunicaciones han tomado un papel protagónico para responder a los recientes cambios que se han producido en la economía, pues gracias a este componente tecnológico además de actuar como facilitador de las funciones que conocemos de forma natural, ha sido el albergue idóneo del *crowdfunding* por su fácil acceso a un amplio colectivo de usuarios en condiciones de interacción directa y multilateral, de bajo costo y con un alcance territorial masivo. En contraste con las formas tradicionales de financiación que además son insuficientes para captar el ahorro público.

Sobre este aspecto (Rodríguez de las Heras Ballell, 2014) menciona que el *crowdfunding* crea valor porque consigue superar la simple emulación funcional de los modelos de financiación existentes y ofrecer otras funciones y herramientas estratégicas.

² Redes Sociales -una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen.

³ Blog Bitácora en línea herramienta que facilita la lectura y escritura en la web. Promueve la retroalimentación (comentarios). Espacio para intercambiar información y conocimiento entre profesores y alumnos, escribir preguntas, publicar trabajos o registrar enlaces hacia recursos relevantes.

⁴ Wikis Editor de contenidos en línea, similar a un blog, permite publicar en web sin un formato cronológico. Posee una arquitectura abierta que permite que cualquier persona pueda escribir y editar la totalidad de los contenidos. En las wikis, no sólo se escribe para los lectores, sino que se escribe con ellos.

Las tecnologías digitales han actuado como el medio facilitador de desarrollo de proyectos piloto mediante un adecuado diseño tecnológico que hace uso del entorno virtual “comunitario” de interacción para reforzar el ciclo de la innovación, la fidelización y la toma de decisiones, transformando la idiosincrasia de nuestra era.

El rol que juega el *crowdfunding* dentro de la sociedad contemporánea.

La participación de la sociedad se ha vuelto fundamental para la construcción de conocimiento e ideas que van desarrollando un intelecto digital o inteligencia colectiva, cuya cultura básica es la participación de la misma comunidad.

Parafraseando a (Aparici & Osuna Acedo, 2013) La cultura de la participación es aquella que no tiene barreras para la expresión ciudadana, que apoya a la creatividad y la puesta en común de creaciones propias y colectivas, permite compartir, resolver problemas, desarrollar tareas, construir conocimiento y desarrollar canales de comunicación dinámicos en base a una comunicación horizontal que establece una relación colaborativa basada en el consenso y la confianza mutua.

La cultura de participación establece que los usuarios centran su atención en la percepción de unidad cuando los miembros del grupo, comparten objetivos o realizan tareas comunes creando una conciencia colectiva de visiones similares sobre los problemas, por tanto, tienden a percibirse como un todo, toman conciencia de que cada uno de nosotros necesitamos de los demás y viceversa, el colectivo necesita de cada uno, integrando una inteligencia colectiva.

Cuando (Lévy, 2004) define el concepto de inteligencia colectiva, menciona que nadie es capaz de saberlo todo, si no que cada uno sabe algo y si lo combinamos podemos llegar a concebir un intelecto común, a través de un proceso social dinámico de intercambio de conocimientos, convirtiéndose en una herramienta poderosa ya sea dentro del ciberespacio o en cualquier parte fuera de la web social.

Si conjuntamos la idea de la cultura de la participación con el *crowdfunding* observamos que gracias a los modelos que este posee, además de la captación de fondos, también facilita la creación de nuevas ideas, el desarrollo de proyectos piloto, la investigación de mercados para la inserción de nuevos productos y el fomento de mejora a partir de opiniones y recomendaciones de los cibernautas. Es así que el *crowdfunding* promueve un entorno de inteligencia colectiva.

Enseguida veremos cómo los factores que interactúan y determinan el nacimiento del *crowdfunding* en un contexto económico tecnológico y social, se han reflejado en numerosas iniciativas para la creación de manifestaciones artísticas, culturales, políticas y empresariales.

Concepto, características y modalidades del crowdfunding

Como en tantas otras innovaciones, el fenómeno *crowdfunding* se enfrenta en primer lugar al problema de una conceptualización y de su precisión terminológica. En segundo lugar, al ser un término novedoso en constante evolución y de reciente acuñación, la literatura académica existente es escasa para especificar sus orígenes, pero diversos autores están de acuerdo en que el término *crowdfunding* aglutina tres elementos esenciales.

TABLA 1. ELEMENTOS ESENCIALES DEL *CROWDFUNDING*

SOCIALES	La participación de una comunidad en masa que realizan tareas comunes creando una conciencia colectiva de visiones similares sobre los problemas. Propiciando el reunir esfuerzos creativos y recursos e ideas para un mismo fin
ECONÓMICOS	Por ser su objetivo principal pero no el único, de obtener recursos financieros para proyectos lucrativos y no lucrativos, que surgen de la creatividad de otras personas y son retroalimentados por la participación de la comunidad, y que a su vez, distribuye el riesgo financiero entre un elevado número de aportantes al momento que contribuyen con sus recursos económicos.
TECNOLÓGICOS	Por ser el facilitador que permite la interacción de los usuarios en el internet, en un entorno abierto con libertad de participación, involucrando a estos para que compartan sus intereses creando modalidades adecuadas a sus inquietudes financieras.

Fuente: Elaboración propia a partir de “Las Campañas de *Crowdfunding*, su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales” (Mata, 2014)

Por tanto, el término *crowdfunding* que al castellano frecuente mente es traducido como como “financiación colectiva”, “financiación en masa”, “micro financiación colectiva” o “micro mecenazgo”, entre otras. Es un término que describe una conjunción de la participación de la comunidad cibernética que se une para sumar esfuerzos en un entorno tecnológico de forma abierta para que se compartan ideas innovadoras, recursos y fondos, para apoyar conjuntamente proyectos lucrativos y no lucrativos, distribuyendo el riesgo financiero entre un elevado número de aportantes. El *crowdfunding* es una alternativa de financiamiento basada en la cultura de la participación en pro de resolver el problema crediticio de los emprendedores usando las tecnologías digitales.

Una vez superada la cuestión terminológica, es preciso mostrar la categorización de las diversas modalidades o tipologías que el término ofrece a la sociedad pues el *crowdfunding* presenta una

variedad de aspectos particulares que no siempre permiten un tratamiento conjunto, pues estimula motivaciones sociales, modelos empresariales o iniciativas económicas de acuerdo a lo que cada usuario busca para satisfacer sus necesidades de emprendimiento.

El *crowdfunding* en sus tipologías, es una manifestación más de los movimientos socio-tecnológicos de implicación comunitaria, en base a la acción colaborativa e interacción directa y multilateral que estos poseen, pues con su adopción se han creado redes y plataformas P2P (peer to peer o persona a persona) que aprovechan las ventajas de actuar en colectivo, con bajo costo y un amplio alcance territorial.

Todas sus modalidades describen un amplio conjunto de esquemas de financiación para proyectos de muy diversa naturaleza que tienen como objetivos en común, la búsqueda de recursos y la difusión. Debido a que la diversidad de iniciativas existentes y lanzadas dentro de las plataformas van desde proyectos artísticos, culturales, tecnológicos, científicos y hasta proyectos que tienen que ver con la creación de una nueva empresa o incluso iniciativas de índole humanitario como las asociaciones sin ánimo de lucro.

En el panorama expuesto se diferencian cuatro tipos de *crowdfunding* dependiendo de la naturaleza del proyecto e intercambio o contraprestación que reciben los usuarios.

Con cada modelo los emprendedores pueden realizar atractivas campañas de publicidad y se tiene la posibilidad de tener un contacto más cercano con el público, dando pie a una retroalimentación multilateral, por las opiniones de los mismos usuarios quienes a su vez pueden ser los posibles clientes y de los cuales se toman los recursos monetarios, para la ejecución del proyecto. En definitiva, con la existencia de modelos *crowdfunding*, los *founders* (colaboradores) y *fundraiser* (emprendedores) deciden en cuál de todos los modelos, les es más conveniente interactuar ya sea lanzando su campaña de recaudación, o en cuál de todos es mejor invertir, debido a las estructuras tecnológicas de sus plataformas P2P. A continuación se muestran las características de cada modelo.

TABLA 2. MODELOS DE CROWDFUNDING

TIPOS	CARACTERÍSTICAS DEL MODELO
 <p>Donación</p>	<p>Es un modelo muy popular para las organizaciones sin ánimo de lucro debido a su naturaleza. En esta modalidad el "donante" aporta sus recursos a un proyecto en su mayoría humanitarios o con causas sociales determinadas sin esperar recuperar su la inversión o recibir ningún tipo de recompensa, es un modelo meramente voluntario, pues lo único que se espera es sentir la satisfacción de haber participado en la meta del proyecto.</p>
 <p>Recompensas</p>	<p>Es el modelo más usado debido a su popularidad, consiste en solicitar fondos a los financiadores o mecenas, quienes deciden aportar sus recursos a cambio de una recompensa no monetaria o premio específico como contraprestación en función al volumen de aportaciones al proyecto. Este modelo en ocasiones es considerado una preventa debido a que usualmente la recompensa ofrecida por los <i>fundraisers</i>. Está directamente relacionada con el proyecto que se intenta financiar, la contraprestación suele ser el producto o servicio.</p>
 <p>Capital</p>	<p>En este modelo a los individuos que aportan los recursos se les denomina "inversores" debido a que, para poder financiar la meta del proyecto, el colectivo se une aportando pequeñas cantidades monetarias a cambio de recibir una acción, participación o porcentaje de los beneficios que genere el proyecto del emprendedor. Es decir, cuando una persona aporta sus recursos bajo esta modalidad espera poder gozar de los beneficios económicos que genere el proyecto.</p>
 <p>Deuda</p>	<p>En esta modalidad el rol de los usuarios es de prestamistas. El modelo consiste en solicitar al colectivo una aportación económica a modo de préstamo, quienes acuerdan previamente el costo del financiamiento, es decir, el porcentaje de interés a cobrar por el dinero, para que al momento de cumplirse el objetivo el <i>fundraiser</i> retorne cada una de las aportaciones más los intereses pactados a cada usuario por la financiación otorgada. Es el modelo menos usado en países de habla hispana</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el artículo *Crowdfunding in How the UK's businesses, charities, government, and financial system can make the most of crowdfunding* (Baeck, Collins, & Westlake, 2012).

Finalmente, cabe apuntar que, en México, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, también ha hecho su propia clasificación pues ha incluido dentro de su 7º Reporte de Inclusión Financiera del

2016, una nueva tipología que contempla seis tipos de plataformas dedicadas al fondeo colectivo mencionando claramente una división de acuerdo, a sí son de tipo financiero o no financiero.

TABLA 3. TIPOS DE PLATAFORMA DE FONDEO COLECTIVO		
<i>No financiero</i>	Donativos	Las personas donan dinero a través de la plataforma a campañas altruistas (i.e. ecológicas, operaciones de personas sin seguro médico) y no reciben un beneficio tangible a cambio.
	Recompensas	Las personas donan dinero para apoyar campañas cambio de recibir recompensas en especie (i.e. arte, copia preliminar de un disco de música).
<i>Financiero</i>	Préstamos o Peer to peer	Se pone en contacto a inversionistas con personas que buscan la obtención de algún crédito; los inversionistas adquieren un instrumento de deuda a través del cual reciben una tasa de interés fija y el reembolso de su capital en un plazo determinado.
	De capital	Los inversionistas pueden obtener acciones de las empresas, lo que les permite beneficiarse de las futuras ganancias. Los términos de cada instrumento de capital, incluyendo las posibles estrategias de salida, varían en función del negocio o de la plataforma utilizada (Obtienen derechos económicos exclusivamente, no derechos corporativos).
	Bienes Raíces	Las personas invierten en proyectos inmobiliarios a través de fideicomisos de bienes raíces y obtienen retornos a su inversión en instrumentos de capital del fideicomiso.
	Regalías	Este modelo surgió en 2013 y los inversionistas reciben un porcentaje de las ganancias que deriven de una licencia o cuota de uso de los activos que financien. Es decir, obtienen regalías de activos como la propiedad intelectual de las empresas que financian y los ingresos que esta genera.

Fuente: ((CONAIF), 2016, pág. 123).

Alrededor de este fenómeno pueden desarrollarse diversos modelos en función de las condiciones económicas y de las motivaciones de cada participante pues al final el otorgamiento de financiamiento puede celebrarse en condiciones similares a las del mercado financiero pues como lo reconoce la Comisión Nacional Bancaria y de Valores en los modelos financieros se puede fijar un

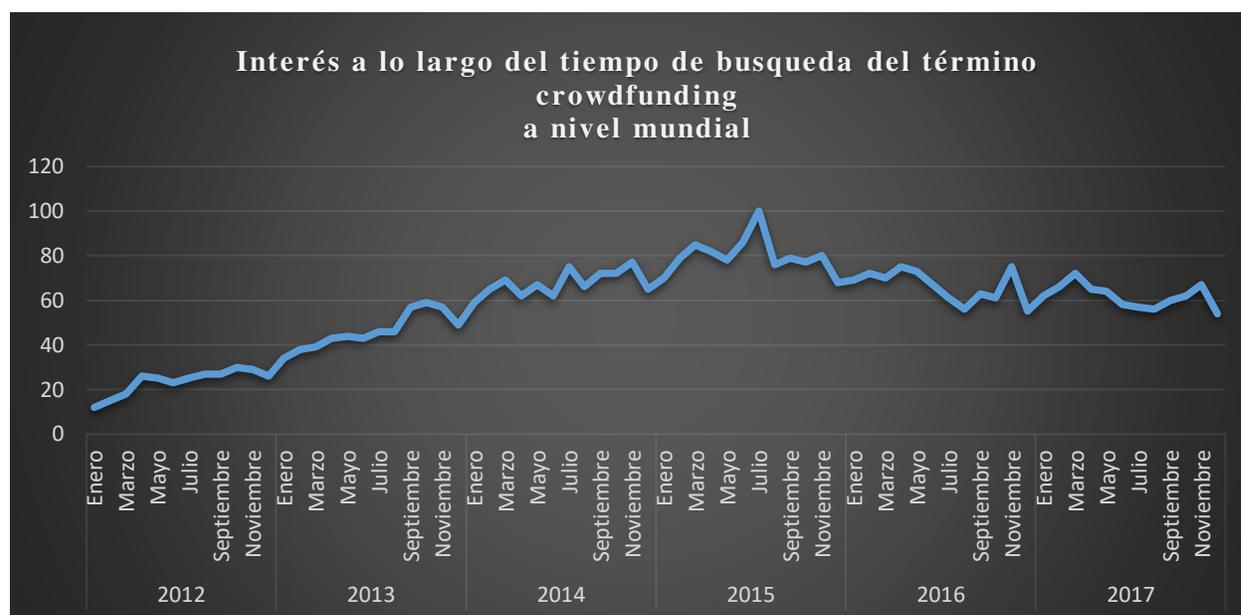
interés en función del análisis de riesgo y viabilidad del proyecto tomando ventaja de una desintermediación bancaria o como es el caso de los modelos no financieros que no implican un retorno de pago de interés donde la motivación de los patrocinadores es apoyar proyectos en países en desarrollo o para causas sociales en pro de estimular la cooperación por el bien a otros.

Panorama mundial del crowdfunding

Para poder mostrar el crecimiento del *crowdfunding* en el ámbito mundial, y finalmente en México la figura 2 muestra el grado de interés creciente que desde enero del 2012 y hasta el 31 de diciembre 2017 evidencia el *Google Trends* (www.google.com/trends), herramienta de *Google Labs* que muestra los términos de búsqueda más populares en el internet.

Los números reflejan el interés de búsqueda en relación al termino *crowdfunding* en el eje horizontal se representa el tiempo y en el eje vertical la frecuencia con la que se ha buscado el termino en escala del 0 al 100.

Figura 2 Gráfica sobre el grado de interés en el término *crowdfunding* de los años 2012-2017



Fuente: [https:// www.google.com/trends/](https://www.google.com/trends/)

Sin embargo, la consultora y firma de investigación Massolution, especializada en *crowdsourcing*, publica anualmente el *Crowdfunding Industry Report* en que describe y analiza el sector a partir de los datos enviados y publicados por las propias plataformas que colaboran en él a través de *Crowdsourcing.org* Este informe desde el 2012 es publicado anualmente y muestra que en ese año se recaudó una financiación total de 2,7 mil millones de dólares mediante las plataformas de crowdfunding, los cuales se distribuyeron a proyectos, negocios y emprendedores de todo el mundo.

La figura 3 muestra la distribución geográfica de la financiación a partir de los datos recibidos de las plataformas. (Desarrollo, 2014)

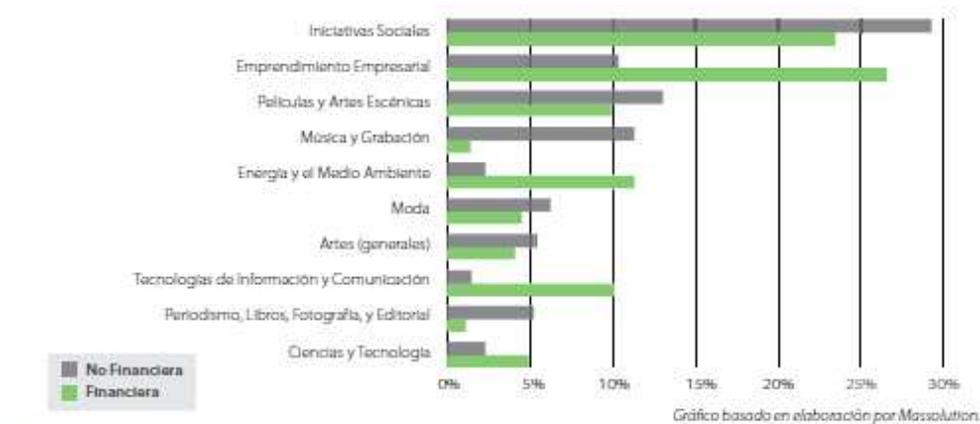
Figura 3 Distribución geográfica de la financiación a partir de los datos recibidos de las plataformas en 2012



Fuente: (Desarrollo, 2014)

Los datos demográficos muestran el crecimiento del *crowdfunding* desde un enfoque global considerando la popularidad del término y aunque al principio *crowdfunding* era usado para actividades filantrópicas y sociales, en los últimos años se ha trasladado a los usos empresariales, pues los emprendedores ahora son la segunda categoría más activa en todos los tipos de modelos de *crowdfunding* con un 16,9 por ciento del volumen total de financiación tal como lo muestra la figura 4.

Figura 4 Uso del Crowdfunding en actividades financieras y no financieras



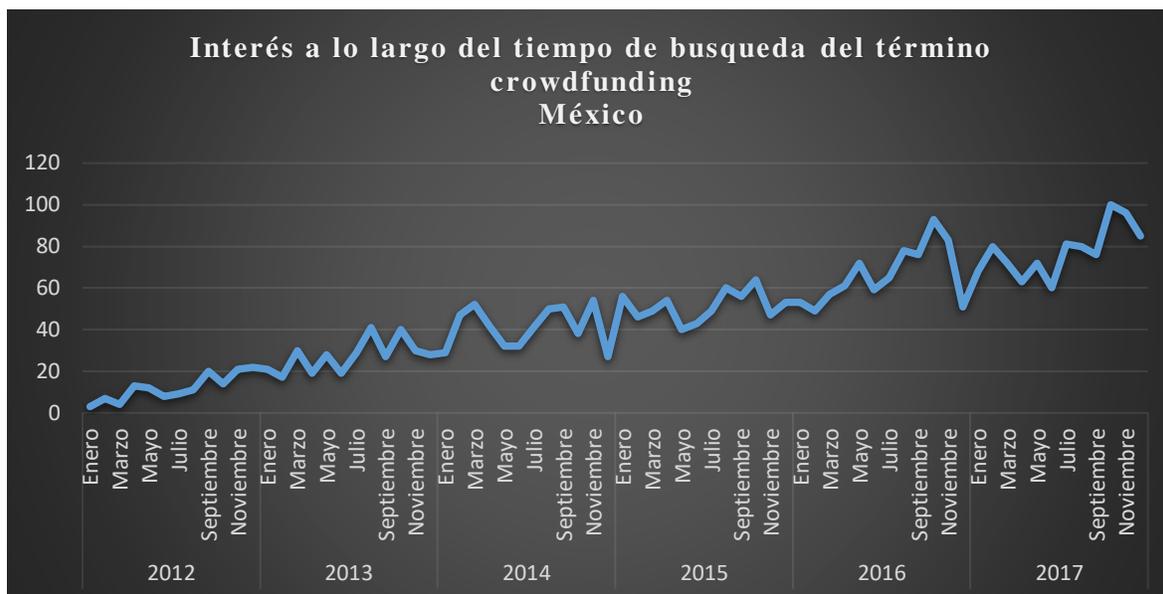
Fuente: (Desarrollo, 2014)

Estos datos reflejan lo que se ha mencionado en líneas anteriores los empresarios los emprendedores están usando el *crowdfunding* como una herramienta para apoyar la expansión operacional, así como para probar la demanda del consumidor por nuevos productos y servicios. (Desarrollo, 2014)

En el caso de México el financiamiento colectivo es un concepto relativamente nuevo el cual está cautivando a los sectores de tecnología financiera y de mercadotecnia por mostrar que es una alternativa innovadora al difundir públicamente un proyecto, causa o negocio pues de acuerdo a la evidencia que se observa en la herramienta del *Google Trends* se muestra el creciente interés de la población mexicana en relación al término *crowdfunding*.

De acuerdo a las figuras 5 y 6 el resultado obtenido fue el siguiente: En la figura 5 se demuestra claramente un incremento en el interés desde el periodo analizado mostrando un repunte en el mes de julio del año 2017. Por otra parte, la figura 8 muestra un ratio de 5 posiciones colocando en primera posición al estado de Querétaro con un 100% en segundo lugar a la Ciudad de México con 94 % y por último sucesivamente a los estados de Yucatán, Quintana roo y Jalisco con un grado de interés del 78% al 72 %, demostrando claramente que la población mexicana está incrementado su interés en utilizar este tipo de plataformas de fondeo colectivo.

Figura 5 Gráfica sobre el grado de interés en el término *crowdfunding* de los años 2012-2017 en México.



Fuente: [https:// www.google.com/trends/](https://www.google.com/trends/)

Figura 6 Ratio sobre el grado de interés en el término *crowdfunding* de los años 2012-2017 en México por región.



Fuente: [https:// www.google.com/trends/](https://www.google.com/trends/)

En México, el potencial para el mercado de crowdfunding es enorme, pues de acuerdo al Reporte Nacional de Inclusión Financiera de 2016, tuvo un crecimiento promedio anual de 495% entre 2011 y junio de 2015, Se estima que a julio de 2015 la industria de fondeo colectivo en México había

fondeado exitosamente 4,081 campañas con un total 256 millones de pesos recabados de 53,276 inversionistas. ((CONAIF), 2016, pág. 126)

Demostrando así que las plataformas de fondeo colectivo impulsan la actividad emprendedora por su accesibilidad al financiamiento sin importar de ser empresas que apenas comienzan o empresas más establecidas y con un historial en el mercado más sólido.

Aunque el sector en México se encuentra en una etapa inicial la industria de *crowdfunding* ya cuenta con 16 plataformas reconocidas que facilitan inversiones por medio de los cuatro modelos que describimos en líneas anteriores, proporcionando el espacio en línea necesario para facilitar las inversiones entre los *founders* (colaboradores) y *fundraiser* (emprendedores).

Conclusiones

La cantidad de documentos y artículos publicados relacionada con las plataformas de fondeo colectivo o el término *crowdfunding* se han incrementado recientemente, lo que facilita la obtención y actualización de datos, esta condición enriquece continuamente el análisis de la información.

El estudio del *crowdfunding* ha traspasado la etapa de observación como fenómeno mediático y digital, a una fase en la que está generando debates y propuestas en la comunidad académica científica, relativas a sus aplicaciones y usos sofisticados de apoyo para los emprendedores de iniciativas lucrativas y no lucrativas.

El *crowdfunding* como tema de investigación, se ha orientado a consensar definiciones que lo consoliden en base a su tipología, uso y viabilidad bajo un enfoque más académico, pues la trayectoria que se observa apunta hacia la creación de iniciativas de regulación del *crowdfunding*.

Las perspectivas generales parecen señalar que el *crowdfunding* tiende a una tendencia de estimular y fomentar la innovación de proyectos y de iniciativas empresariales desarrollando un sistema de emprendedurismo creativo que utiliza la inteligencia colectiva en pro de consolidar una economía fuerte en cada región que se utilice.

Como una perspectiva general de este estudio, podemos observar que el *crowdfunding* no parece ser una simple moda, aun que como ocurre con muchos otros fenómenos que basan su vida en el internet por la velocidad con la que está creciendo y con el factor que poseen las nuevas tecnologías de evolución progresivo podría dictar una rápida transformación o decadencia, lo cual en todo caso puede plantearse para posteriores estudios.

Referencias

- Aparici, R., y Osuna Acedo, S. (2013). La cultura de la Participacion. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 137-148. doi:10.14198/MEDCOM2013.4.2.07
- Baeck, P., Collins, L., y Westlake, S. (2012). *Crowding in How the UK's businesses, charities, government, and financial system can make the most of crowdfunding*. Londres, Inglaterra: Nesta Operating Company. Recuperado el 27 de Mayo de 2017, de http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/crowding_in_report.pdf
- Busón Buesa, C., y Osuna Acedo, S. (2008). *Convergencia de medios: la integración tecnológica en la era digital*. Barcelona, España: ICARIA EDITORIAL, S.A. Rec. 30 de Abril de 2017.
- (CONAIF), C. N. (2016). *Reporte de Inclusion Financiera 7*. Mexico, Mexico: CONSEJO NACIONAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA (CONAIF). Recuperado el 14 de Abril de 2017, de <http://www.cnbf.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%207.pdf>
- Crowdfunding México. (3 de junio de 2017). *Crowdfunding México impulsamos el financiamiento colectivo*. Obtenido de <http://www.crowdfundingmexico.mx/inversionistas.html>
- Desarrollo, B. I. (2014). *Crowdfunding en México: cómo el poder de las tecnologías digitales está transformando la innovación, el emprendimiento y la inclusión económica*. Washington, D. C.: Fondo Multilateral de Inversiones, Acceso a Mercados y Capacidades.
- García Coto, D., y Alonso, A. (2014). Financiación empresarial 2.0: «Crowdfunding» para inversión y otras plataformas. En *Los retos de la financiación del sector empresarial* (págs. 233-245). Fundación de Estudios Financieros y Círculo de Empresarios.
- Lévy, P. (2004). *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. (F. M. Álvarez, Trad.), <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>, Rec. 13 de 04 de 2017
- Mata, J. (2014). *Las Campañas de Crowdfunding, su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales*. Barcelona: Universitat Ramon Llull. FCCB - Comunicación . Rec. 14 de Abril de 2017, de <http://hdl.handle.net/10803/279390>
- Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2014). El crowdfunding como mecanismo alternativo de financiación de proyectos. *Revista de Derecho Empresarial*, 1-20.
- Villagómez Amezcua, F. A., y Saucedo Rincón, G. V. (2014). El mercado de crédito mexicano: Factores que determinan su desempeño. *EconoQuantum*.