

## PERCEPCIÓN DEL CROWDFUNDING EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE PUEBLA

### PERCEPTION OF CROWDFUNDING AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN PUEBLA

Margarita Ramírez Santos<sup>1</sup>  
Alfredo Pérez Paredes<sup>2</sup>  
Brenda Cuatetl Coyotl<sup>3</sup>

#### Resumen

El objeto de esta investigación es conocer cuál es la percepción de estudiantes universitarios, en relación con el tema de crowdfunding y de qué forma ahorran o invierten en plataformas o instituciones en internet. Se realizó una investigación concluyente con enfoque cuantitativo a través de un método indirecto de manera online, como instrumento para la recolección de datos se utilizó un cuestionario con 25 ítems, sobre una muestra compuesta por 100 estudiantes universitarios en México. Los resultados obtenidos evidenciaron que la mayor parte de los universitarios no conocen el concepto de crowdfunding ni plataformas de inversión, pero a pesar de ello desean invertir y si lo llegaran a realizar sería con un capital que oscila entre los \$500.00 a \$2,000.00 pesos mexicanos. Lo interesante es que el 59% de los universitarios no trabaja mientras que el 41% si lo hace, por ello la manera en la que ahorran es mediante alcancías y bancos. La edad a quienes más les interesa conocer el tema son a universitarios de 18 a 25 años. A pesar de no conocer las diferentes plataformas de fondeo colectivo están dispuestos a utilizarlas e invertir en ellas.

**Palabras Clave:** Financiamiento colectivo, Capital, Internet, Inversión.

#### Abstract

The object of this research is to know what the perception of university students is, in relation to the crowdfunding issue and how they save or invest in platforms or institutions on the Internet. A conclusive investigation was carried out with a quantitative approach through an indirect method online, as an instrument for data collection a questionnaire with 25 items was used, on a sample composed of 100 university students in Mexico. The results obtained showed that most of the university students do not know the concept of crowdfunding or investment platforms, but despite this they want to invest and if they were to do so, it would be with a capital that ranges between \$500.00 to \$2,000.00 Mexican pesos. The interesting thing is that 59% of university students do not work while 41% do, so the way they save is through piggy banks and banks. The age who are most interested in learning about the subject are university students from 18 to 25 years old. Despite not knowing the different collective funding platforms, they are willing to use and invest in them.

Recepción: Agosto de 2022 / Evaluación: Septiembre de 2022 / Aprobado: Octubre de 2022

<sup>1</sup> Magister en Pequeñas y Medianas Empresas. Facultad de Administración Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - BUAP, Email: [margarita.ramirezasant@correo.buap.mx](mailto:margarita.ramirezasant@correo.buap.mx), ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7653-4718>

<sup>2</sup> Doctor en Administración Pública. Docente Facultad de Administración Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - BUAP, Email: [alfredo.perez@correo.buap.mx](mailto:alfredo.perez@correo.buap.mx), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>

<sup>3</sup> Licenciatura en Administración de Empresas. Analista Secretaría de Desarrollo Rural, Email: [brendacuatetl@gmail.com](mailto:brendacuatetl@gmail.com), ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2392-7170>

**Keywords:** Collective financing, Capital, Internet, Investment.

### **Introducción**

La falta de conocimiento sobre las plataformas tecnológicas financieras en universitarios permite cuestionar cuáles son las perspectivas que tienen los estudiantes y cuáles son los factores que les impide hacerlo. Como lo expresan (Borrayo, Valdez, & Delgado, 2019) los nuevos desafíos del mundo de hoy exigen que los jóvenes universitarios se dispongan a volcar hacia la sociedad todos sus talentos, aptitudes, habilidades, inteligencia y voluntad que les permitan desarrollarse como futuros emprendedores. Es necesario implementar la inclusión financiera, para que se conozcan los temas como inversión y ahorro (Duque, Ramírez, & Ramírez, 2016).

Es importante dar a conocer el tema de crowdfunding con todo lo que representa, derivado de que los universitarios tienen mayor conocimiento de lo que sucede a su alrededor y están en la etapa de equivocarse y volver a intentar las cosas, pero se necesita información sobre qué beneficios les aportara al utilizar plataformas financieras y que no solo tienen opción de recurrir a un banco para la inversión y financiación.

Con la era tecnológica y la existencia del internet, ha abierto las puertas a un sinnúmero de ventanas para la utilización de plataformas de inversión, por lo que, es importante conocer cuál es la importancia que le dan los universitarios a este tipo de plataformas y si están dispuestos a utilizarlas. Para conocer las opiniones se realizó un cuestionario que fue aplicado de manera online.

El presente artículo se ha estructurado de la siguiente manera, se presenta el marco teórico donde se explica sobre el concepto de crowdfunding, sus beneficios, la importancia que México tiene en ello y la importancia en los jóvenes. Después se presenta la metodología donde se explica el tipo de investigación. Posteriormente se presentan los resultados de la investigación. Seguidamente se presenta la discusión. Finalmente, se concluye con los comentarios referente al trabajo de investigación.

### **Marco Teórico**

De acuerdo con (Jiménez & Acosta, 2018) mencionan que el 95.7% de los estudiantes desconoce el término crowdfunding, siguiendo que el 93% de los estudiantes no conoce el término de micromecenazgo o financiamiento en masas, a pesar de que son los mayores usuarios de plataformas virtuales. Para obtener estos resultados utilizaron un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo siendo como instrumento una encuesta, la cual fue aplicada a estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. En la cual concluyen que el principal obstáculo para emprender es el no contar con recursos económicos propios.

En base a (Hermann, Schmitt, Froehlich, Veiga, & Barreto, 2020) mencionan que las empresas de financiación colectiva pueden representar el fenómeno de la innovación social, ya que, a través de sus canales, permitirán la viabilidad de los proyectos que tienen el objetivo de encontrar nuevas soluciones a los problemas sociales. Estos resultados se obtuvieron a partir de un estudio de caso exploratorio en las plataformas de crowdfunding más premiadas en Brasil que son Kickante y Vakinha con entrevistas a sus representantes. La evaluación realizada llevó a la comprensión de que las plataformas de crowdfunding, aliadas a proyectos que apuntan al bienestar social, resultan a menudo en prácticas compatibles con los conceptos de innovación social al resultar en mejoras significativas para la sociedad.

Para (Campos Avendaño & Bernal Domínguez, 2020) el crowdfunding se ha convertido en una alternativa válida para financiar proyectos sociales, culturales y de negocios en el mundo

además que ha surgido como una forma novedosa de recaudar capital para una gran variedad de proyectos. Los mismos distinguen que en México existen cinco modelos de crowdfunding: donación, recompensa, deuda, capital y bienes raíces. Para llegar a estos resultados utilizaron un análisis descriptivo en base a 26 plataformas de crowdfunding, en el cual concluyen que el crowdfunding es una opción para financiar proyectos de toda índole, asimismo mencionan que las empresas pueden elegir el tipo de financiación que requieran, pero todo dependerá del financiamiento que mejor se adecue a su empresa. Con esto se puede observar que el crowdfunding no solo abarca en México, sino que abarca a varios países, así mismo es importante conocer su significado y los beneficios de utilizar esta herramienta para algún proyecto.

### **Origen del crowdfunding**

La palabra crowdfunding proviene de la conjunción de vocablos ingleses “*crowd*” multitud y “*funding*” financiación, surge para designar una nueva forma de conseguir dinero para un proyecto apelando de forma abierta a un colectivo de personas para reunir dichos fondos. Su origen se remonta al año 1885 cuando el editor Joseph Pulitzer utilizó su periódico *The World* para hacer un llamamiento a la participación de los ciudadanos para recaudar fondos con lo que pagar el pedestal de la estatua de la libertad en Nueva York.

Siguiendo con uno de los pioneros del crowdfunding en la industria de la música, fue el grupo de rock británico Marillion que en el año de 1997 sus fans lograron recabar fondos con un monto de U\$60.00 para que el grupo pudiera realizar su gira por Estados Unidos y todo esto sucedió a través de Internet (Liceras, 2020). Con esto se abrió paso para que en el año 2001 la plataforma Artist Share se convirtiera en el primer sitio de crowdfunding para proyectos creativos (Alvarez, 2020).

De acuerdo con (Ménez Bahena, Reyes Velázquez, & Fernández Hernández, 2017) el concepto de Crowdfunding se acuñó hasta el año 2006 por Jeff Howe en el cual utilizaron el término por primera vez en su artículo titulado “The Rise of Crowdfunding”. La definición de crowdfunding es considerada por la (Comisión Federal de Comercio, 2020) como la manera de recaudar fondos en línea convenciendo a una gran cantidad de personas para que cada una de ellas dé dinero para una causa o proyecto específico. Mientras que para (Mollick, 2016) el crowdfunding actúa como una plataforma asociando a los innovadores con aquellos que necesiten innovación además que establece una conexión directa entre el creador del proyecto y el financiador.

De acuerdo con (Sajardo & Pérez, 2019) el crowdfunding conocido como financiación colectiva, financiación en masa o micromecenazgo en línea, es una herramienta eficaz para la construcción de colectivos agrupados en torno a propósitos específicos, y propiciar la agregación de recursos en torno a ellos.

Existen diversas clasificaciones del crowdfunding dependiendo del país, el tipo de proyecto o a las plataformas en la cuales se está ingresando. La (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2018) clasifica al crowdfunding en cuatro tipos: donación, recompensas, deuda y capital. Los primeros dos se catalogan como no financieros mientras que los último dos como financieros. El primero es denominado crowdfunding de donación, en el cual las personas con dinero para financiar esfuerzos específicos. El segundo crowdfunding de recompensas consiste en que las personas reciben recompensas tangibles o experiencias especiales. El tercer crowdfunding de deuda consiste en que los inversionistas reciben el reembolso del capital o interés. El último crowdfunding de capital es cuando los inversionistas reciben copropiedad o capital con potencial futuro.

Estas clasificaciones permiten que una amplia gama de sectores pueda estar relacionada con estos mecanismos, lo que demuestra que estas plataformas de financiamiento colectivo pueden funcionar para la inclusión y el apoyo económico que los bancos tradicionales no pueden o no quieren proveer (García Gallegos, 2019)

De acuerdo con (Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo, 2020) conocido como AFICO, México agrupa las principales plataformas de crowdfunding en ella se encuentran las siguientes: Afluenta, donadora, HIP GIVE, Topkapital, arces, snowball, monific, ARKANGELES.<sup>co</sup>, DOOPLA.MX, play business, yotepresto.com, 100 Ladrillos, briq.<sup>mx</sup>, EXPANSIVE, Prestadero, Likideo, Lendera, CAPITAL FUNDING LAB, fondify, micochinito.com, Fundary, RedGirasol, FINSPHERA entre otros y las cuales brindan financiamiento a quien lo necesite y dependiendo al tipo de financiamiento que se requiera.

Cualquiera que sea el producto o la empresa que aproveche estas plataformas de crowdfunding debe estar bajo los reglamentos, normas y leyes de cada país (De la Vega, 2017). México tiene 512 empresas FinTech, lo cual posiciona al país como el segundo ecosistema FinTech más grande de América Latina, después de Brasil, con 771, de acuerdo al Radar Finnovista. Se entiende al sector FinTech como la industria económica compuesta por compañías que usan la tecnología para hacer sistemas financieros más eficientes y menos costosos. Teniendo que en el 2021, el número de Fintech en México creció 16%

El crowdfunding requiere de leyes para poder evitar conflictos o problemas es así que en México este tipo de plataformas se regulan mediante La Ley para regular las Instituciones de Tecnología Financiera, que tiene por objeto regular los servicios financieros que prestan las instituciones de tecnología financiera, así como su organización, operación y funcionamiento (Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, 2018). Lo que la autoridad busca es brindar a los usuarios de estas plataformas certeza jurídica sobre el tipo de operaciones que se realizan a través de ellas (García, 2017).

La regulación puede reducir la asimetría de información al comprender la identidad de la plataforma y hacerla pública (en base a la autorización de las instituciones financieras). Asimismo, se obliga a hacer que la plataforma realice los procesos necesarios para identificar inversores y solicitantes de financiamiento y brindar información sobre el avance del proyecto.

### **¿Cómo funciona?**

Teniendo en cuenta al (INADEM, 2018), explica que ser uno de los beneficiarios del crowdfunding es sencillo, y primero se comienza con una idea, después se debe buscar alguna plataforma en internet donde se pueda publicar la idea, algunas de las plataformas pueden ser de los asociados al AFICO. Después se deberá completar cierta información sobre el proyecto para la creación de la campaña de promoción, aquí dependerá de cómo uno quiera vender su idea al público y puede realizarse un video mediante plataformas audiovisuales u ofrecer algún tipo de recompensa a cambio de la financiación, como por ejemplo dar créditos en un video clip, película o en un disco.

A continuación, se entrará en la fase o periodo de financiación en el que todas las personas que accedan a la página tendrán la oportunidad de colaborar económicamente con tu proyecto. Concluido el plazo establecido (por lo general 90 días) tu proyecto cierra y tú recibes el dinero recolectado del cual debes pagar una pequeña comisión a la plataforma web.

Para poder llevar a cabo la recaudación de fondos los creadores deben exponer sus proyectos, tener presencia en redes sociales no siempre es suficiente por lo que estos cuentan con el apoyo de las plataformas de crowdfunding (Hernández, 2020).

Como afirman (González & Conca, 2016) una campaña larga disuade a los mecenas, elimina tensión entre aquello que dudan respecto a la contribución inmediata y, sobre todo, alargan el trabajo y labores de los impulsores. Una campaña entorno a los 30 días y no superior a los 45 es la respuesta unánime de los impulsores consultados.

#### Beneficios del Crowdfunding

A diferencia de los mecanismos de financiamiento tradicionales, el crowdfunding se caracteriza por ser un mercado abierto a todo mundo, tanto en la solicitud de financiamiento como en la inversión (Rentaría, 2016).

Como expresa (Argudo, 2017) el crowdfunding como plataforma permite comercializar un proyecto, generar interés y recibir fondos de una forma sencilla, no existe un tipo de limitación por el tipo de proyecto. Este esquema de financiamiento también permite ser inversionista de alguna empresa, poner tu granito de arena para hacerla crecer y de paso tu patrimonio (Obregón, 2019).

Otra de las ventajas de invertir en crowdfunding es la libertad para comunicarte con los emprendedores de los proyectos en los que se ha invertido, además que no se necesita de una inversión grande todo dependerá de cómo lo utilices (Fellowfunders, 2021).

El crowdfunding genera beneficios en términos de inclusión financiera dado que tiene el potencial de otorgarle financiamiento a individuos y empresas que no han tenido acceso a los productos y servicios financieros ofrecidos por las instituciones financieras tradicionales. A pesar de que el término ya lleva tiempo en el mercado es importante conocerlo, saber para que funciona, como uno puede utilizarlo y lo más importante es conocerlo desde que uno está estudiando, ya que así uno puede ir desarrollando un proyecto, idea, producto, o realizar una inversión si es que se desea en alguna de las plataformas de crowdfunding.

De acuerdo con la (Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, 2018) se obtuvo en la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID) 2018, que en México hay 30.7 millones de personas entre 15 y 29 años; es decir, el 24.6% de la población es joven. El número aumenta a poco más del 34% si se considera la edad a partir de los 10 años, momento en el que ya existe una interacción frecuente con el manejo del dinero. Sin embargo, no ocurre así con los conocimientos y productos financieros.

(Staff WebAdictos , 2017) Se ha definido el perfil del inversionista mexicano el cual se divide en: El investigador, el cual se informa sobre las tendencias y se arriesga, conoce el mercado de las inversiones y sus beneficios, además que invierten más allá de cien mil pesos y compran hasta tres participaciones en diferentes proyectos con el fin de diversificar. El segundo es el joven visionario que son parte de los involucrados en el fondeo colectivo y son menores de 25 años, ellos eligen proyectos por esquema de pagos, con inversiones desde 50 mil pesos. Se preocupan por el avance de las obras en las que invierten el ahorro destinado para este propósito. La razón principal es construir poco a poco un patrimonio. Y por último se encuentra el perfil del intrépido que son aquellos que eligen proyectos de 13 meses para recuperar rápido su inversión, y eligen el crowdfunding para su primera vez. Les gusta asegurarse, por ello, más allá de investigar en internet, hacen cita para analizar las opciones que tienen en el mercado.

Las finanzas juegan un papel clave en la economía de cualquier país, ya que son las encargadas de la administración del dinero y de la inyección de recursos monetarios a los diferentes sectores (Zapata , Cabrera, Hernández, & Martínez, 2016).

De acuerdo con la CONSAR (2016) la base económica de cualquier persona inicia con el ahorro para lo cual es importante: hacer un presupuesto, no gastar más de lo que se gana, invertir, no solo ahorrar, aprender el valor del dinero y planear el futuro.

El apoyo de los medios sociales es imprescindible para lograr la meta de un proyecto que busca el financiamiento colectivo. Los medios sociales desempeñan diversas facetas que son de gran apoyo para que el proyecto alcance la financiación.

Los emprendedores con proyectos culturales son los que más acuden a este medio de financiamiento para ver plasmadas sus obras. Al presentar su propuesta para una nueva serie de televisión, un documental o una película, los artistas procuran compartir sus ideas en sus redes sociales ya que de esta manera logran incrementar la difusión de sus ideas. El crowdfunding no sólo fomenta la obtención de dinero, sino que incrementa el arte en una sociedad.

El crowdfunding se ha convertido en una herramienta para los jóvenes universitarios que desean colocar una microempresa o entrar en una industria. Mediante el crowdfunding pueden acceder a las plataformas virtuales, las mismas son el siguiente paso para hacer realidad sus ideas (Sánchez & Palma, 2018).

Las empresas e iniciativas Fintech forman parte de un ecosistema que, utilizando la telefonía móvil y la innovación, amplían la cobertura de los servicios financieros con menores costos, información mejor distribuida, mayor transparencia y accesibilidad. apunta que la falta de liquidez del sistema bancario es un factor que impulsa la operación de plataformas de crowdfunding. México es uno de los líderes en empresas *Fintech* en *Latinoamérica*, superado solamente por Brasil que tiene el 32.7%, mientras México agrupa el 25.6% de las *Fintech* de la *región*, seguido de lejos por Colombia que ostenta el 11.9% (Startupbootcamp, EY, IPADE, 2019).

Con lo que respecta a la tecnología en el sector financiero, así como en las comunicaciones (la automatización, digitalización de los procesos, mayores conexiones a través del internet), han hecho a las redes sociales tan populares y comunes, permitiendo que una nueva industria en el ámbito financiero surgiera (Bom, 2018). En México, el funcionamiento del sistema de financiamiento crowdfunding todavía es poco conocido, según datos de una encuesta de Nafin donde indica que el 71% de los encuestados no conoce el crowdfunding, mientras que el 10.4% no tiene interés (Celis, 2018).

La industria mexicana de crowdfunding presenta un esquema de crecimiento acelerado, prueba de ello es el incremento constante en el monto fondeado por las diferentes plataformas. Para los emprendedores, el surgimiento del fondeo colectivo representa una alternativa válida de solución en la búsqueda de financiamiento, y para los fondeadores constituye una opción rentable de inversión a niveles de riesgo aceptables, derivado de la regulación y formalización del sector de las finanzas tecnológicas en México, lo que brinda mayor transparencia y confiabilidad al ecosistema *Fintech*. (González, Valdés, & Saavedra, 2021).

### **Metodología**

Con base a los planteamientos teóricos analizados se llevó a cabo una investigación concluyente a partir de un enfoque cuantitativo, se utilizó como instrumento un cuestionario conformado por 20 preguntas con escala de Likert y 5 preguntas abiertas con escala ordinal la cual permitió evaluar sus opciones. El cuestionario fue aplicado al tamaño de muestra de 100 estudiantes, el método que se utilizó para la ejecución de la técnica fue indirecto, ya que se aplicó de manera online en la Semana Virtual del Crowdfunding que se llevó a cabo en la Facultad de Administración en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla en octubre de 2022. La fuente primaria para la recolección de datos fueron estudiantes Universitarios residentes en Puebla. Este cuestionario permitirá identificar que tanto los jóvenes conocen el crowdfunding, saber que hacen con su dinero, ya que, dentro de su desarrollo educativa al realizar alguna idea de negocio u proyecto, conozcan las diferentes plataformas para recaudar fondos, o si quieren ahorrar, pero quieren que su dinero este activo conozcan las diferentes maneras de hacerlo.

**Resultados**

Se obtuvo que la mayoría de los estudiantes que respondieron fue del género femenino con un 74% mientras que el género masculino fue un 26%, que los que no trabajan son el 59% y el 41 corresponde a que trabajan, siendo así la edad más destacada con un 52% de 18 a 21 años, seguido con un 35% de 22 a 25 años, Mayor de 30 años con un 9% y de 26 a 30 años con un 4% (véase, figura 1).



Figura 1. Rango de edad de los universitarios

Se puede observar que el 97 % de los encuestados, estudian en una universidad. Dentro de la que más destaca con un 74% es la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, seguido con un 9% la Universidad Tecnológica de Xicotepec Juárez, siguiendo con un 4% la Universidad Tecnológica de Tehuacán (véase, figura 2).

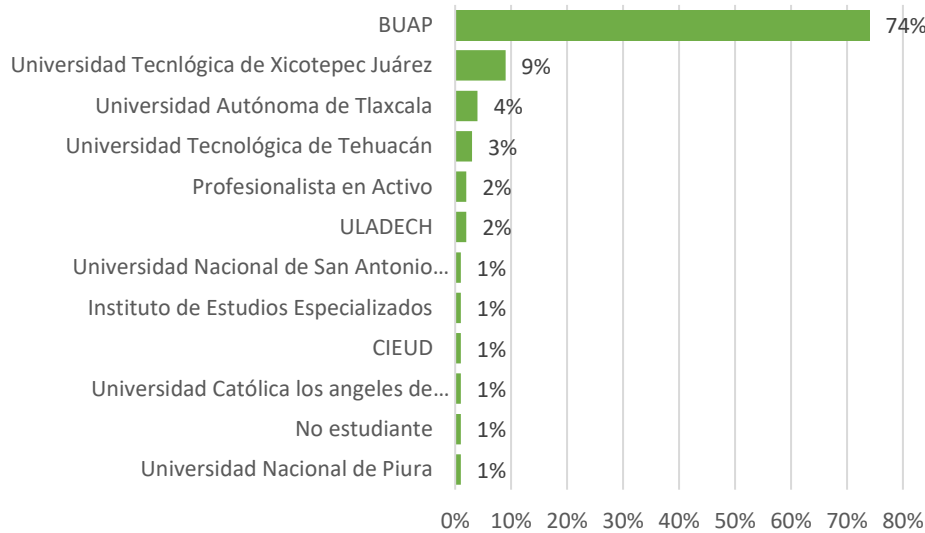


Figura 2. Universidad donde estudian

México representa con un 95% el país donde viven la mayor parte de los universitarios encuestados, encontrando que al ser virtual la aplicación se encontró que el 5% viven en Perú.

México representa la mayoría de "¿En que país vives?".

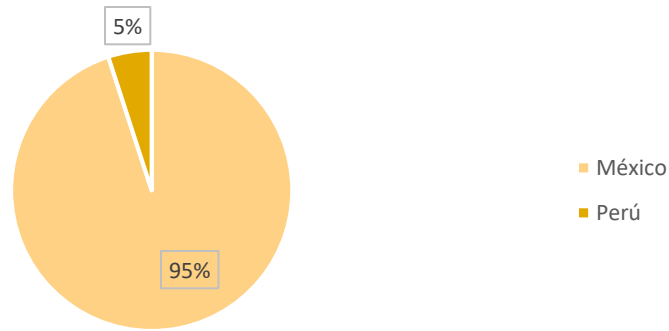


Figura 3. País de Origen

Se obtiene que el 37% de universitarios utilizan el teléfono celular y laptop, para redes sociales, mientras el 33% utiliza el teléfono celular, laptop y muy poco la computadora para investigar cualquier tema de su agrado o de tarea, después le sigue con un 19% que utilizan el teléfono celular, laptop y computadora para su trabajo, finalmente encontramos con un 11% que utiliza dispositivos que son el teléfono celular y laptop para entretenimiento, Es así que el principal dispositivo que utilizan los universitarios es el celular para redes sociales (véase, figura 4).

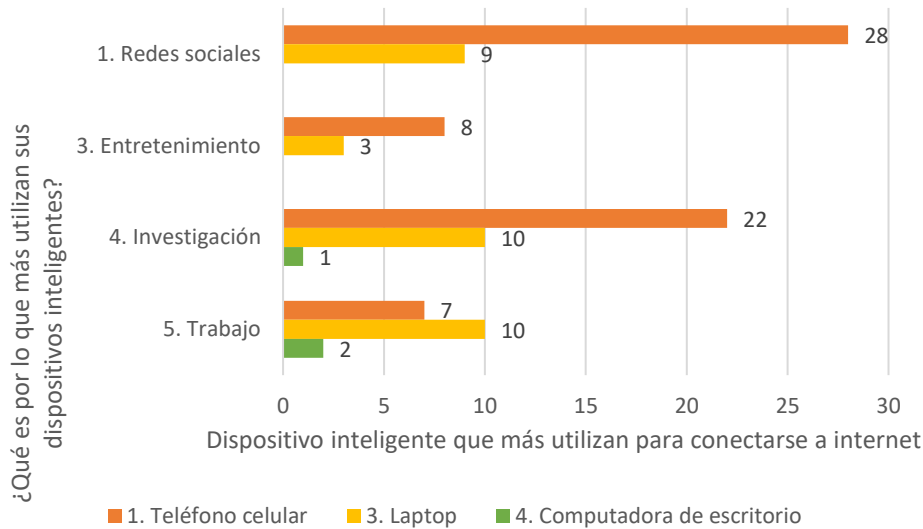


Figura 4. ¿Qué es por lo que más utiliza usted sus dispositivos inteligentes? y ¿Qué dispositivo inteligente utiliza más para conectarse a internet?

El 76% considera muy de acuerdo que las aplicaciones y sitios web son herramientas fundamentales en la actualidad, mientras que el 23% lo considera de acuerdo y un 1% no lo sabe. Además, que el 53 % considera que las aplicaciones y sitios web son confiables para proporcionar su información, mientras que el 24% considera poco de acuerdo confiar su información en sitios web, mientras que el 34% se considera usuario en alguna plataforma digital para realizar pagos o transacciones financieras (véase, figura 5).



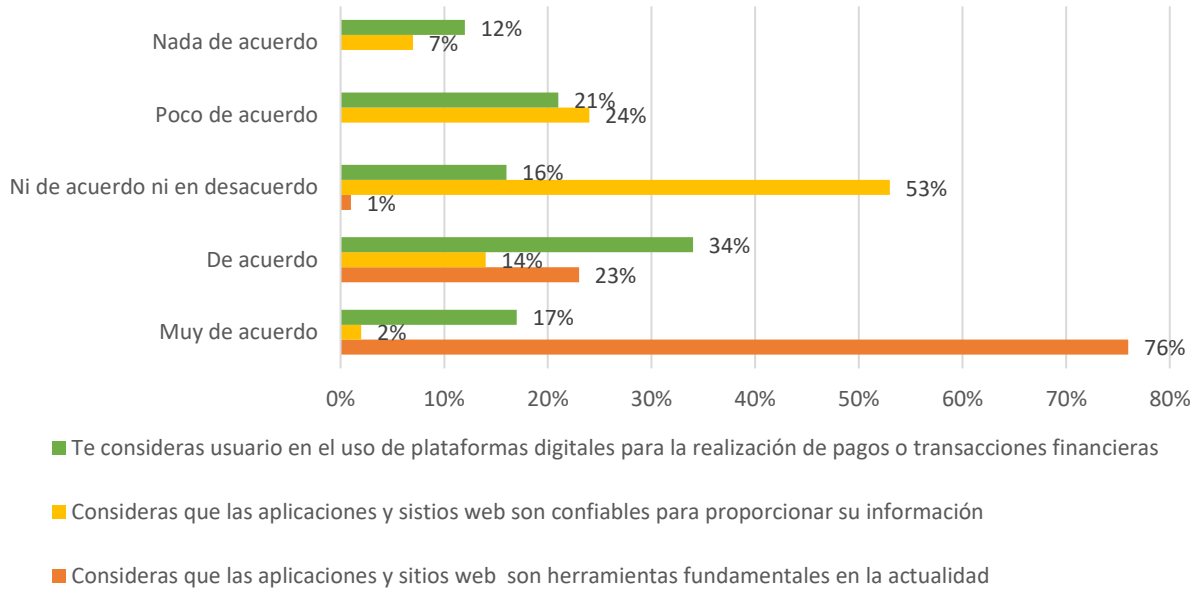


Figura 5. Plataformas digitales y sitios web

El 88% de los universitarios está de acuerdo en que ahorra mientras que el 12% no ahorra nada. Los universitarios en donde más ahorran son a través de Bancos con un 28% y Alcantías con 35% (véase, figura 6).

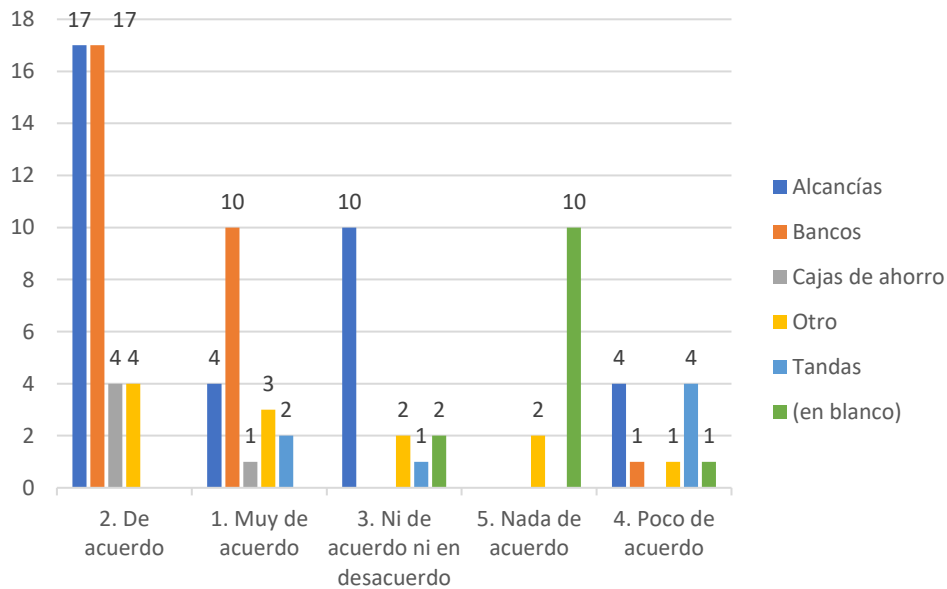


Figura 6. Formas de Ahorro

El 51% de los universitarios está muy de acuerdo ya que considera factible la inversión como un medio para manejar su dinero a largo plazo, mientras que el 39% está de acuerdo, el 9% considera que es poco factible. Pero por el contrario el 51% de los universitarios no tienen dinero invertido en algún proyecto, mientras que el 17% está de acuerdo que lo tiene invertido y solo el 7% si tiene su dinero invertido (véase, figura 7).

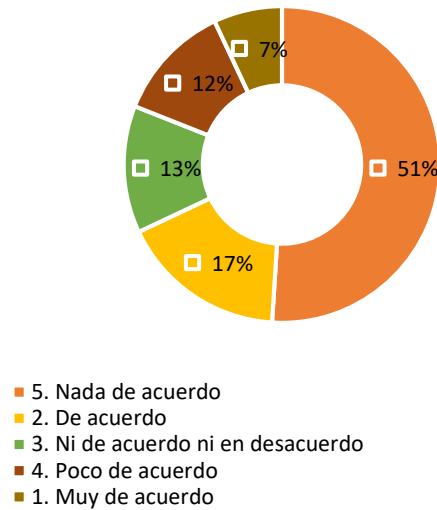


Figura 7. ¿Actualmente tiene dinero invertido en algún proyecto?

El 42% de los universitarios está dispuesto a invertir de \$500.00 a \$1,000.00 pesos mexicanos cada mes, mientras que el 35% estaría dispuesto a invertir de \$1000.00 a \$2000.00 pesos mexicanos cada 6 meses (véase, figura 8). Siendo así que con un 39% se consideran de acuerdo de cómo se visualizan financieramente estable en un lapso de 20 años, con un 39% esta muy de acuerdo, con un 14% consideran que no mucho.

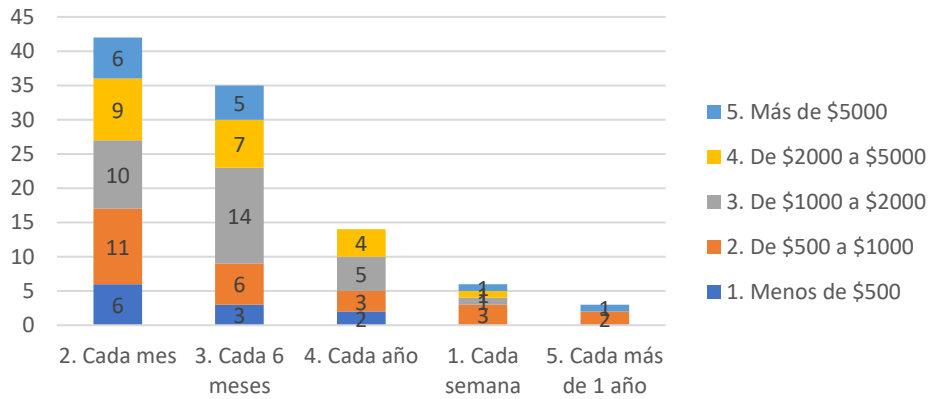


Figura 8. ¿Qué tanto y cada cuanto tiempo estarían dispuesto a invertir los universitarios?

Un 30% no conoce para nada el concepto de crowdfunding, mientras que el 28% lo conocen poco, el 17% lo ha escuchado, el 21% si lo llega a identificar y el 4% si lo conoce. De aquí a pesar de que algunos ya conocen el concepto les gustaría saber más sobre el crowdfunding (véase, figura 9).

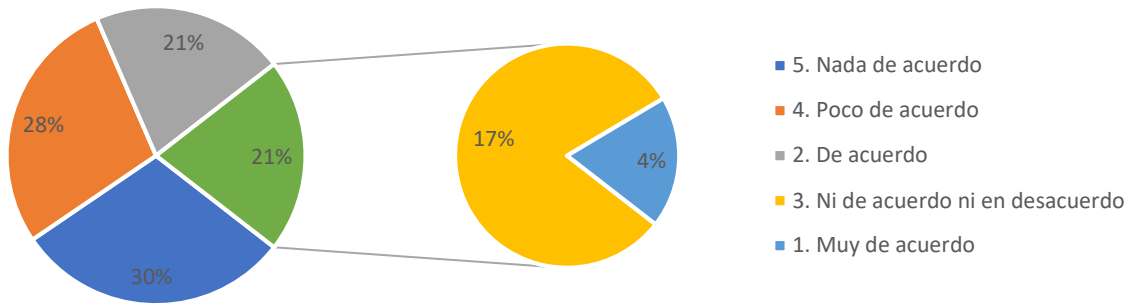


Figura 9. Conoce que es crowdfunding

Se identificó que el 27 % de los universitarios no conoce alguna plataforma de inversión, pero el 46 % de los universitarios está dispuesto a invertir en un proyecto desde una plataforma digital por medio de un dispositivo inteligente (véase, figura 10).

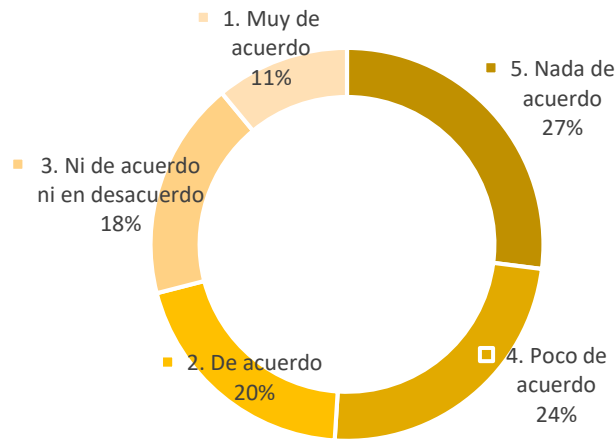


Figura 10. Conoces alguna plataforma de inversión

Se obtuvo que el 14% de los universitarios conocen una ley o institución que regula a las organizaciones relacionadas con el desarrollo de tecnologías financieras, mientras que el 86% no conocen alguna ley o institución. Dentro de las leyes que más conocen son la Ley FinTech, el Afico, el Banco de México, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), el IPAB y Afirmativa (véase, figura 11).

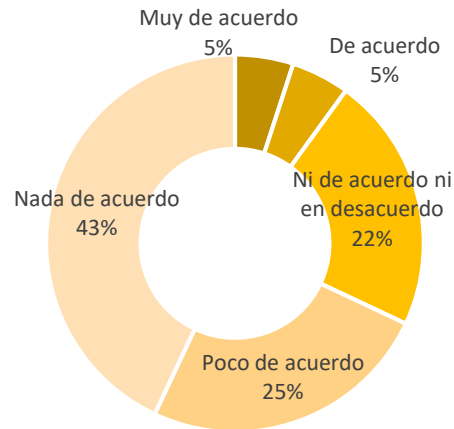


Figura 11. Conocen alguna ley o institución que regule a las organizaciones el desarrollo de tecnologías financieras

### Discusión

Con el análisis previo realizado y en base a los resultados obtenidos, se puede conocer que a pesar de que los estudiantes universitarios tienen el internet y un dispositivo a la mano, no todos ingresan a obtener un financiamiento a través de una plataforma de crowdfunding que no sea un banco o préstamos de dinero con algún amigo o familiar. Como se ha dicho el crowdfunding es poco conocido como lo comentaron Jiménez y Acosta que indican que es del 95.7%, pero cada vez se está volviendo relevante en los universitarios, ya que no solo se visualiza en México, sino que en otros países.

El 97% de los estudiantes universitarios consideran que las aplicaciones y sitios web actualmente son fundamentales, es por lo que Bom habla que las redes sociales son tan comunes que permiten que la industria financiera surge cada vez más y sea más conocido. La mayor parte de los universitarios utilizan el teléfono celular para estar en redes sociales, es por lo que es importante anunciar este tipo de plataformas en esas redes sociales.

Como lo mencionan Campos y Bernal el crowdfunding se ha convertido en una alternativa válida para financiar proyectos sociales, culturales y de negocios en el mundo, a pesar de que el 27% de los estudiantes no conoce alguna plataforma de inversión están dispuestos a invertir en proyectos desde una plataforma digital. La tecnología en el sector financiero ha hecho a las redes sociales tan populares y comunes, además de que brindan mayor facilidad al utilizarlas.

El 34% de los estudiantes universitarios se consideran usuarios de alguna plataforma digital para realizar pagos o transacciones financieras, siendo la edad más destacada de los 18 a 25 años. En los datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera se considera que, a partir de los 10 años, se empieza una interacción frecuente con el manejo del dinero.

La mayor parte de los estudiantes universitarios ahorra de la forma tradicional en alcancías seguido los bancos, es un paso importante el ahorro ya que como lo menciona el CONSAR es la base económica de cualquier persona, además que no solo se debe ahorrar, sino que se debe aprender el valor del dinero, saber invertirlo en lo que realmente se necesita y no solo malgastarlo.

La inversión es una buena forma de generar dinero y ganancias por lo cual los estudiantes universitarios lo consideran factible para manejar su dinero a largo plazo, como lo menciona Argudo el crowdfunding permite generar interés y recibir fondos de una forma sencilla. Invertir en alguna plataforma de crowdfunding no solo ayuda al financiamiento de algún proyecto, como

lo menciona Obregón también permite ser inversionista de alguna empresa para hacerla crecer y asimismo se genera un patrimonio. Esto es importante debido a que el 51% de los estudiantes universitarios encuestados no tienen dinero invertido en algún tipo de proyecto, por lo tanto, su dinero no está circulando en el mercado, como lo menciona Rentarúa que el crowdfunding es un mercado abierto para financiamiento e inversión.

Más del 80% de los estudiantes universitarios no conocen leyes o instituciones que regulen a organizaciones relacionadas con tecnologías financieras, es así que, en México la Asociación de Plataformas de Fondo Colectivo agrupa en su página oficial las principales plataformas de crowdfunding donde se encuentran diferentes financiamientos de acuerdo a lo que requiera cada persona. Así mismo la Ley Fintech regula los servicios financieros que prestan las instituciones financieras.

Se recomienda realizar conferencias en diferentes universidades de cómo funcionan las plataformas de fondo colectivo, como uno puede invertir, la importancia del ahorro. También es importante que no solo se ofrezcan conferencias o foros en instituciones que desarrollen y regulen este tipo de plataformas, debido a que no llega a las personas suficientes y solo las conocen o las llegan a identificar cuando necesitan realizar una investigación.

Así mismo es importante implementar la inclusión financiera en las universidades, debido a que es donde la mayor parte de los universitarios se van formando para el campo laboral y es donde surgen proyectos, ideas y necesidades de crear.

### Conclusión

Con base a los resultados obtenidos en la investigación, se puede llegar a concluir que se logró conocer cuál es la percepción de los estudiantes universitarios con relación al tema de crowdfunding, siendo uno de los principales puntos que es desconocido y no saben cómo funciona. Así mismo el 88% de los estudiantes universitarios ahorran y tienen presente la importancia de ahorrar, pero el 35% de ellos lo hace de manera tradicional en alcancías y solo el 28% lo hace en un banco, además de ser usuarios y utilizar las plataformas de pago el 51% de los encuestados no tienen invertido su dinero en algún proyecto pero están dispuestos a hacerlo, esto es debido a la falta de conocimiento de las diferentes plataformas en las que pueden invertir su dinero, siendo muy pocos los que conocen el concepto de crowdfunding.

La falta de educación financiera en el país no permite que se conozcan este tipo de plataformas, por eso es importante adoptar el crowdfunding en los estudiantes universitarios y explicar ampliamente cuáles son los beneficios de utilizarlo, además de dar seguridad que en México las diferentes plataformas de fondo colectivo están reguladas por la Ley FinTech, misma que da seguridad a la hora de utilizar las plataformas y verifica que el dinero este siendo utilizado de manera correcta. Para los estudiantes universitarios les permitirá emprender con alguna idea de su interés, sabiendo que lo pueden hacer de manera fácil, segura y rápida.

### Referencias bibliográficas

- Alvarez, E. D. (21 de Agosto de 2020). *Breve historia sobre el crowdfunding o financiamiento colectivo*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@eliandalvarez/breve-historia-sobre-el-crowdfunding-o-financiamiento-colectivo-685515b29e9a>
- Argudo, C. (2 de Agosto de 2017). *Ventajas y desventajas del Crowdfunding*. Obtenido de Emprende pyme.net: <https://www.emprendepyme.net/ventajas-y-desventajas-del-crowdfunding.html>

- Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo. (2020). *Nosotros*. Obtenido de Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo: <https://www.afico.org/nosotros.html>
- Bom, Y. I. (2018). El Crowdfunding, una nueva oportunidad de financiamiento en América Latina y en el Caribe. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(18), 581-624. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/333296831\\_El\\_Crowdfunding\\_una\\_nueva\\_oporrtunidad\\_de\\_financiamiento\\_en](https://www.researchgate.net/publication/333296831_El_Crowdfunding_una_nueva_oporrtunidad_de_financiamiento_en)
- Borrayo, C. L., Valdez, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revistas de Ciencias Sociales*, XXV(3), 72-97. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28060161005/html/index.html>
- Campos Avendaño, D., & Bernal Domínguez, D. (2020). Un análisis descriptivo del crowdfunding en México. *Inquietud Empresarial*, 20(1), 25-42. Obtenido de [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud\\_empresarial/article/view/9055/9392](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/9055/9392)
- Celis, F. (23 de octubre de 2018). *Crowdfunding, un terreno poco conocido por los mexicanos: encuesta*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/crowdfunding-un-terreno-poco-explorado-en-mexico/>
- Comisión Federal de Comercio. (Marzo de 2020). *Qué es y cómo funciona el crowdfunding*. Obtenido de COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO: <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/que-es-y-como-funciona-el-crowdfunding>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (20 de Septiembre de 2018). *Reporte Nacional de Inclusión Financiera*. Obtenido de Consejo Nacional de Inclusión Financiera: <https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%209.pdf>
- De la Vega, F. (13 de junio de 2017). Diversidad jurídica en el tratamiento del <<Crowdfunding>>. *Lex Mercatoria*, 17(5), 265-299. doi:<https://doi.org/10.21134/lex.vi.514>
- Duque, E. A., Ramírez, J. D., & Ramírez, J. D. (2016). Conocimientos financieros en jóvenes universitarios: Caracterización en la Institución Universitaria ESUMER. *Revista de Pedagogía*, 37(101), 41-55. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65950543003>
- Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. (2018). *Inclusión financiera*. Obtenido de Comisión Nacional Bancaria y de Valores: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/414831/Cuadr\\_ptico\\_2018\\_verimpresa.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/414831/Cuadr_ptico_2018_verimpresa.pdf)
- Fellowfunders. (2021). *5 ventajas de invertir en crowdfunding*. Obtenido de Fellowfunders: <https://www.fellowfunders.es/blog/2018/05/28/5-ventajas-de-invertir-en-crowdfunding/>
- García Gallegos, D. (2019). Crowdfunding, transformación digital financiera. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 8(2), 139-155. doi:10.5354/0719-2584.2019.52179
- García, R. (14 de diciembre de 2017). *Los tres retos principales de la Ley FinTech*. Obtenido de Deloitte México: <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/ley-fintech-retos.html>
- González, J., Valdés, F. E., & Saavedra, M. L. (2021). Factores de éxito en el financiamiento para Pymes a través del Crowdfunding en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas, Nueva Época*, 16(2), 1-23. doi:<https://doi.org/10.21919/remef.v16i2.471>
- González, Z. F., & Conca, J. Á. (2016). Identificación de los elementos clave para conseguir el éxito en una campaña de Crowdfunding en España. *Miguel Hernández Communication Journal*(7), 373-395.

- Hermann, C., Schmitt, P., Froehlich, C., Veiga, A. R., & Barreto, A. L. (2020). Plataformas de financiamiento colectivo como instrumento de incentivo de innovaciones sociales en el contexto brasileño. *LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN*, 17(1), 44-58. doi:10.22507/rli.v17n1a3
- Hernández, S. (2020). Crowdfunding: análisis de las características de las revistas de divulgación científica y su campaña de financiación. (*Trabajo de Fin de Grado*). Universidad de Extremadura, Badajoz, España.
- INADEM. (1 de Febrero de 2018). *Crowdfunding*. Obtenido de INADEM: <https://www.inadem.gob.mx/crowdfunding/>
- Jiménez, M. E., & Acosta, M. (2018). El crowdfunding como alternativa para el emprendedor del siglo XXI. *Redalyc*, 23(2), 81-82. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63158905007>
- Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera. (9 de Marzo de 2018). Diario Oficial de la Federación. México, México: Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Obtenido de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LRITF\\_090318.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LRITF_090318.pdf)
- Liceras, P. M. (24 de Julio de 2020). *Ahora lo llamamos 'crowdfunding' pero se lleva haciendo desde el siglo XIX*. Obtenido de Hablemos de Empresas: <https://hablemosdeempresas.com/pymes/crowdfunding-que-es/#:~:text=Historia%20del%20crowdfunding&text=Ya%20en%201885%20el%20editor,la%20Libertad%20en%20Nueva%20York>.
- Ménez Bahena, L. E., Reyes Velázquez, A., & Fernández Hernández, A. (19 de Junio de 2017). EL CROWDFUNDING EN MÉXICO, UNA ALTERNATIVA REAL DE FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN PARA LA MUJER EMPRENDEDORA. *Management Review*, 2(2). doi:<https://doi.org/10.18583/umr.v2i2.61>
- Mollick, E. (2016, April 21). *The Unique Value of Crowdfunding Is Not Money — It's Community*. Retrieved from Harvard Business Review: <https://hbr.org/2016/04/the-unique-value-of-crowdfunding-is-not-money-its-community>
- Obregón, G. (14 de Noviembre de 2019). *5 aspectos que debes tomar en cuenta para invertir en una plataforma de crowdfunding*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/342354>
- Rentaría, C. (Abril de 2016). *Las plataformas de crowdfunding en América Latina*. doi:10.13140/RG.2.2.29576.01286/1
- Sajardo, A., & Pérez, S. (2019). Análisis de las plataformas de crowdfunding social en el estado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(130), 149-175. doi:10.5209/REVE.61938
- Sánchez, A. M., & Palma, C. P. (junio de 2018). Crowdfunding: Una Revisión Literaria. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5(3), 1-18. Obtenido de <http://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/65/52>
- Sánchez, W. M., & Tonon, L. B. (2020). Señalización y el éxito de las campañas de. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 99-116. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.06>
- Staff WebAdictos . (2 de febrero de 2017). *Perfil de los inversionistas mexicanos en la era de la economía digital*. Obtenido de WebAdictos: <https://webadictos.com/perfil-de-los-inversionistas-mexicanos/>
- Zapata , A., Cabrera, E., Hernández, J., & Martínez, J. (21 de noviembre de 2016). Educación financiera entre jóvenes universitarios: Una visión general. *Revista Administración y Finanzas*, 3(9), 1-8. Obtenido de

[https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion\\_y\\_Finanzas/vol3num9/Revista\\_de\\_Administracion\\_y\\_Finanzas\\_V3\\_N9\\_1.pdf](https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion_y_Finanzas/vol3num9/Revista_de_Administracion_y_Finanzas_V3_N9_1.pdf)