



SIN BANCOS COMO FINANCIO MI MICROEMPRESA SOCIAL EMPRENDIMIENTO SOCIAL UNIVERSITARIO CASO IKNEXTIA

Lozano-Lain, Jorge.,¹ & Maraboto-Quepons, José.²

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

¹*jlozano@itesm.mx*

²*maraboto@itesm.mx*

Fecha de envío: 22/Febrero/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

El interés en la empresa social y el emprendimiento social ha estado creciendo entre los profesionales y académicos por varios años. Los debates sobre estos temas se han celebrado entre una variedad de participantes y han ido en varias direcciones diferentes.

Dentro de ello la relevancia de las Micro, pequeñas y medianas empresas (**Mipymes**) es muy grande, no solo por su peso en el PIB, sino por la cantidad de trabajadores en este sector de la economía. Las micro empresas sociales tienen un sello especial y es que tienen compromisos declarados desde su misión para buscar y desarrollar oportunidades de creación de valor social. Como vemos persiguen causas nobles, pero desafortunadamente como toda microempresa se enfrentan a un problema muy importante que es el recurso financiero para iniciar o continuar con su causa. Por ello es importante el analizar las fuentes de financiamiento para las **Mipymes** sociales.

Palabras Clave:

Capital social, Emprendimiento social, Fuentes de financiamiento, Microfinancieras sociales.

Key Words:

Funding Sources, Social Capital, Social Entrepreneurship, Social Microfinance.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

¿Para las **Mipymes** es posible tener una fuente de financiamiento confiable que no sean los Bancos?

¿Son las Microfinancieras sociales una alternativa de financiamiento viable para las **Mipymes**?

CONTRIBUCIONES ESPERADAS.

Comprobaremos empleando el estudio de casos:

Que existen otras fuentes de financiamiento alternas confiables para las **Mipymes**, y no solo el uso de la Banca comercial.

Que las Microfinancieras Sociales son una alternativa viable para financiar a las **Mipymes (Caso IKNEXTIA)**.

REFLEXIÓN Y ACCIÓN.

Dada la problemática que enfrentan las Mipymes para acceder créditos por parte de los Bancos, demostraremos que las microfinancieras son una Buena opción para financiar proyectos de emprendimiento social, tal y como lo demostró Yunus con el Grameen Bank.

El área de las microfinanzas es un ejemplo de una de las instancias más exitosas de creación y

aprovechamiento del capital social. (Ocampo, J. A. CEPAL).

Muhammad Yunus, fundador del Banco Grameen y el padre de los microcréditos, ofrece un ejemplo clásico de los emprendimientos sociales.

quien comenta: "... los Jóvenes tienen que pensar de manera diferente, que son personas que no buscan empleo, sino que lo facilitan...

Más que una persona que busca trabajo, debe ser un facilitador de trabajo. Por lo que su misión en la vida es crear puestos de trabajo para otros... A cada problema social podemos responder con un negocio social, que no genere rendimientos, ya que... Es posible pensar en el interés del hombre por crear un negocio para ayudar a otros y así cambiar la vida de las personas". (Yunus, M. 2010).

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación, busca relacionar diferentes variables que generen resultados positivos para el financiamiento de las Mipymes sociales.

Antecedentes Históricos de las Empresas Sociales

Las Organizaciones de microcrédito hicieron su aparición en los países en desarrollo por la década de 1970, casi al mismo tiempo que las Corporaciones de Desarrollo Comunitario (CDC) fueron ganando popularidad en los Estados Unidos. Sin embargo, sólo en los últimos 15 o 20 años los académicos, profesionales y los donantes han estado estudiando y registrando casos de organizaciones no lucrativas que adoptan enfoques basados en el mercado para lograr su cometido.

Tal vez las raíces de las actividades empresariales en el contexto del sector social se pueden sacar de las cooperativas que han funcionado como un medio para financiar agendas socioeconómicas, desde mediados de 1800. Robert Owen (1771-1858) fue padre del movimiento cooperativo.

En Estados Unidos, las Corporaciones de Desarrollo Comunitario (CDC) hizo su aparición catalizando el crecimiento económico, mediante la inversión en la creación de empleo, desarrollo de negocios, bienes raíces y vivienda asequible en comunidades objetivo. Antes de la década de 1970, los bancos "hacían acciones de discriminación" contra los barrios de minorías, incluso a los residentes con capacidad crediticia. En 1973, los fundadores del "Shorebank", Ron Grzywiński, Mary Houghton, James Fletcher, y Milton Davis, con experiencia en la banca, los servicios sociales y el activismo comunitario, decidieron comprar un banco en un barrio desinvertido, y crear filiales complementarias, centrándose todos los recursos en un barrio.

Actualmente algunas organizaciones microempresariales transitan en el espacio de emprendimiento social, en el campo de emprendimiento social se considera a la institución de microfinanzas (IMF) como una empresa social por excelencia y ve a sus líderes como algunos de los emprendedores sociales más formidables del mundo.

Hoy en día, los líderes como Mohammed Yunus están trabajando para construir relaciones entre las comunidades de la Microempresa y el emprendimiento social. Existen muchas lecciones valiosas para construir el naciente campo del emprendimiento social: La búsqueda del desarrollo de metodologías para generar ganancias significativas efectuadas por la industria de las microfinanzas; El estimular la innovación; Lograr la escalabilidad replicándolo a nivel mundial, y el cuidado de segunda y tercera generación de innovadores y emprendedores de microfinanzas.

Definiciones de Empresa Social

La empresa social es un campo de conocimiento relativamente joven que se encuentra en desarrollo (Dart et al., 2010) y que ha llamado poderosamente la atención porque presenta un interesante potencial para resolver problemáticas sociales (Paton, 2003; Thompson y Doherty, 2006) ya que utiliza un modelo organizativo alternativo dentro del capitalismo y con gran potencial (Hemingway, 2005; Amin, 2008; Hudson, 2009; Wilson y Post, 2013).

La empresa social es un concepto que no presenta, ni en la literatura académica ni en la práctica, una definición precisa en la actualidad (Alter, 2007; Galera y Borzaga, 2009; Sepúlveda, 2009; Brouard y Larivet, 2011; Haugh, 2012; Doherty et al., 2014), existiendo diversas nociones de este concepto en diferentes países y regiones del mundo (Galera y Borzaga, 2009; Kerlin, 2010).

Un primer acercamiento a la definición de Empresa Social sería, toda organización que tiene desde su misión el compromiso de apoyar a los colectivos más necesitados así como su preocupación por el medio ambiente sin que busque la creación de valor económico, basándose principalmente en la maximización del valor social para ayudar a la comunidad.

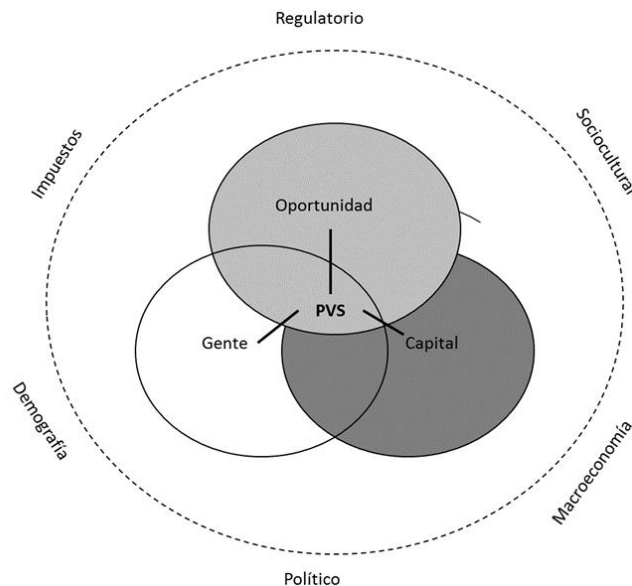
Una Empresa Social, cumple con los dos siguientes elementos:

- La razón de ser y la misión de la organización está definida por un objetivo social, que típicamente se concreta en la lucha contra un problema social (Dart 2004; Murphy y Coombes 2009): la pobreza, la desigualdad, la falta de vivienda, la conservación del medio ambiente o el desempleo.

- Esta misión social se persigue mediante la realización de una actividad económica en un mercado competitivo (venta de productos y servicios). En la persecución de este objetivo, la empresa social genera externalidades sociales o ambientales positivas (Santos, 2012).

Austin et al. (2006) presentan un marco de las empresas sociales desarrollado como un diagrama de Venn donde se identifica el círculo de la oportunidad como el origen de la iniciativa empresarial (figura 1). La oportunidad se define como el estado futuro deseado que es diferente del actual y la convicción de que el logro de ese estado es posible. Las dos variables facilitadoras, las personas y los recursos de capital, son los círculos en la base. Los tres círculos se cruzan, lo que refleja la imbricación y la interdependencia de las variables. En el centro está la proposición de valor social (PVS) como la variable integradora.

Figura 1. Marco del emprendimiento social



Fuente: Austin et al. (2006)

Alrededor de los tres círculos están las fuerzas o factores contextuales, definidas como elementos que escapan al control del emprendedor y que influyen en el éxito o el fracaso de la iniciativa empresarial. Los factores contextuales incluyen la macroeconomía, la demografía, los impuestos, la estructura regulatoria y el entorno sociopolítico. El entorno económico, las políticas fiscales, los niveles de empleo, los avances tecnológicos y los movimientos sociales como los relacionados con el trabajo, la religión y la política son ejemplos de factores contextuales específicos que pueden enmarcar las oportunidades y los riesgos a los que se enfrenta un nuevo emprendimiento.

El carácter distintivo de la misión de las empresas sociales y el carácter multifacético del valor social generado otorgan a la proposición de valor social (PVS) un papel central en la distinción entre el emprendimiento social y el emprendimiento tradicional/comercial. Este último tiende a centrarse en los avances y en las nuevas necesidades, mientras que el social se orienta principalmente a servir con mayor eficacia las necesidades básicas de la comunidad a través de enfoques innovadores.

Tipologías de empresas sociales:

Según Young (2001) existen tres identidades distintas de las empresas sociales: Filantropías Corporativas, Organizaciones con Propósito Social e Híbridas:

a) Filantropías corporativas. Las empresas sociales pueden ser organizaciones intencionadamente con fines de lucro que decidan utilizar algunos de sus recursos para promover

causas sociales o promover el bien público de una manera particular. Básicamente, las organizaciones filántropo-corporativas son empresas cuya finalidad es maximizar sus utilidades o aumentar su cuota de mercado. Este tipo de organizaciones participan en actividades de beneficio social, tales como realización de campañas financieras, voluntariado con el personal de la empresa, patrocinios corporativos así como asociaciones conjuntas con organizaciones sin fines de lucro. Estas actividades están orientadas, principalmente, a mejorar la imagen pública de la empresa.

b) Organizaciones con propósito social. Alternativamente, una empresa social puede considerarse como una organización (privada) dedicada al logro del bien social cuando la organización es impulsada por una misión diferente a la que persiguen las empresas con fines de lucro. Este tipo de organizaciones no persiguen fines de lucro, por lo que sus fuentes de ingresos provienen de donativos, subsidios gubernamentales y se apoyan fuertemente en el voluntariado para satisfacer sus necesidades de recursos laborales.

c) Empresas híbridas. Un desarrollo bastante reciente es la aparición de empresas que afirman tener doble objetivo: obtener un beneficio económico y contribuir al bien social más amplio. Estas empresas, en teoría, limitan sus niveles de fines de lucro con el fin de dar cabida a criterios sociales, tales como la conservación del medio ambiente (por ejemplo, usando sólo materiales reciclables o la producción de productos ecológicos y saludables), la justicia social (por ejemplo, la utilización de prácticas de contratación y promoción favorables a minorías o a trabajadores con discapacidad), o el donar una parte sustancial de sus ganancias para apoyar

causas sociales en lugar de distribuir las a los propietarios.

Fuentes de Financiamiento para las Empresas Sociales.

Las Fuentes de financiamiento para las **Mipymes**, están muy condicionadas a diversos factores. Si se busca vía la Banca Comercial, necesitará un aval (representante solidario), un bien (Crédito hipotecario), etc; Si se trata de una Microfinanciera necesitará una garantía y las tasas no serán menores de 40% anual (en México).

Si buscan fondearse vía Fundaciones, OSC o Business Angels. Deberá preparar muy bien un plan de negocios, justificación del préstamo y seleccionar muy bien a la organización a la que se solicitará el apoyo.

Por último para acceder “bajar” recursos del gobierno; además del plan de negocios y la justificación de haber estado en alguna incubadora asociada al INADEM deberá hacer un gran papeleo.

La fuente de financiamiento primaria para el desarrollo de las empresas, debiera ser el Financiamiento Bancario pero, No lo es para las Microempresas.

Existe dentro de la amplia oferta bancaria diversos instrumentos de apoyo a **Mipymes** (Micro, pequeñas y medianas empresas).

“El financiamiento bancario es uno de los instrumentos insustituibles para impulsar la competitividad de las Mipymes. Para lograrlo debemos afrontar a la brevedad posible dos importantes desafíos: incrementar el crédito oportuno y competitivo al sector productivo, y aumentar el número de empresas con acceso a las opciones financieras disponibles en la banca mexicana”.

En el análisis *Pulso Industrial*, Funtanet refirió que las micro, pequeñas y medianas empresas generan 75 de cada 100 empleos en el sector formal de la economía en México, sin embargo reciben el 15% del financiamiento bancario. “Esta disparidad entre su contribución al desarrollo y el soporte que crediticio que obtienen revela uno de los desafíos más importantes para el aprovechamiento integral de sus potencialidades”.

Créditos bancarios en México

En México hay una oferta de créditos bancarios a **Mipymes** que rebasa los 120,000 millones de pesos al año y 11 de los 15 mayores bancos cuentan con un área de atención especial para estos negocios; sin embargo, el financiamiento sigue siendo uno de los grandes retos para los emprendedores del país.

El panorama de las pequeñas empresas se complica ante la falta de canales y ofertas adecuadas de financiamiento, asegura Marcus Dantus, director de Wayra, la aceleradora de negocios de Telefónica.

DETECCIÓN DEL PROBLEMA

Búsqueda de Créditos en la Banca Comercial:

El crédito es un acto a través del cual una persona (acreedor) confía dinero a otra persona (llamada deudor) por un periodo determinado. Una vez transcurrido el plazo, la persona que recibió el dinero se lo devuelve al acreedor. Usualmente los créditos no son gratuitos, por lo que el deudor, al momento de devolverle el dinero al acreedor o antes, debe agregar un pago

adicional o premio al cual se le denomina “interés” y se expresa o se da a conocer a través de la tasa de interés.

Una de las principales actividades de los bancos es proporcionar créditos a sus clientes, principalmente personas y empresas. Los créditos también se conocen como “préstamos” o “financiamientos” en el lenguaje bancario.

Las personas (deudores) pueden utilizar el dinero obtenido a través de los créditos según sus necesidades, ya sea para la adquisición de bienes de consumo o para invertirlo. También existen los créditos que se otorgan a las empresas, para que éstas inviertan en bienes intermedios o de capital a fin de mejorar sus procesos de producción y aumentar su producción

Requisitos generales para obtener un préstamo bancario en México

1. Edad. El principal accionista de la empresa o la persona física con actividad empresarial debe tener entre 25 y 65 años.
2. Comprobante de domicilio. Se debe presentar el comprobante de domicilio a nombre del principal accionista o a nombre de la empresa, así como del obligado solidario.
3. Antigüedad en el domicilio mínima de dos años. Generalmente los bancos requieren que la empresa tenga dos años en el mismo domicilio o entre tres y cuatro años de establecida si ya cambió de domicilio y no cubre los dos años.
4. Solicitud de otorgamiento de crédito. El interesado en obtener el crédito debe cumplir acudir al banco a llenar la solicitud correspondiente.

5. Registro Federal de Contribuyentes. Es necesario demostrar que ha estado afiliado al Registro Federal de Contribuyentes por un mínimo de dos años, en ciertos bancos establecen el tiempo mínimo hasta en cuatro años.
6. Contabilidad positiva. Uno de los requisitos más importantes es la contabilidad de la empresa, la cual debe ser positiva en los últimos dos o tres años, dependiendo del banco. La contabilidad positiva se refiere a que la empresa no debe presentar pérdidas significativas en su patrimonio y se puede demostrar a través de los estados financieros o de la declaración de impuestos.
7. Acta Constitutiva y Poderes Legales. Para realizar cualquier trámite es importante presentar el Acta Constitutiva de la empresa y los poderes legales que faculten al representante o accionista para realizar los actos correspondientes.
8. Obligado solidario. En caso de tratarse de una empresa, los obligados del principal accionista serán el resto de los socios y sus cónyuges si se encuentran casados bajo el régimen de sociedad conyugal. En caso de las personas físicas con actividad empresarial, el obligado solidario puede ser cualquier persona.
9. Comprobante de ingresos. Para garantizar que el cliente que requiere el préstamo tiene la solvencia económica requerida, los bancos suelen solicitar comprobantes de ingresos. Para tales efectos sirven los estados de cuenta bancarios, los estados financieros o las declaraciones anuales de impuestos. Por facilidad, es más común presentar los estados de cuenta bancarios, sobre todo si la empresa ya usa los servicios financieros del banco que le otorgará el crédito.

Tabla 1. Comparativa de bancos comerciales en México. Fuente: Elaboración propia.

5.2. Problemática que enfrentan las Mipymes para acceder al crédito

Banco	Producto	Monto	Tasa	Plazos	Obligado solidario
Santander	Super Crédito	\$200,000	17.44%	48 meses	NO
	Crédito Agil	\$50,000- \$ 4M	17.11%	12 Meses	SI
HSBC	HSBC	\$10,000-	20%-		SI
	empresas	\$2.5 M	24%		
Compartamos	Comerciante	\$3,000- \$30,000	129.11%	4,5 y6 meses	SI
	Crece tu negocio	\$8,000- \$100,000	129.10%	4 a 24 meses	SI
BANCOMER	Micronegocios	\$20,000- \$30,000	25.90%		SI
	Equipamiento	Variable	19.30%	6,12, 18,24 y 36 meses	SI
	Capital de Trabajo	Variable	19.30%	12,24 y 36	SI

		meses			
BANORTE	Crediativo	\$100,000- \$14M	12.70%	5 años	SI
ASP financiera	Credimpulsa	\$130,000- \$170,000	53.05%	12 meses	SI

1. No cuentan con las garantías requeridas por las instituciones financieras.
2. No cuentan con la formación, y adolecen de información y capacidad de gestión financiera.
3. Tienen mayores costos de financiamiento con relación a las grandes empresas.
4. Existen escasas fuentes de financiamiento para Pymes.
5. Renuencia de las instituciones financieras para financiar proyectos de bajo monto.
6. Abrumadoras exigencias de trámites.
7. Los trámites requieren de tanto tiempo, que cuando finalmente se autoriza y recibe el crédito, es demasiado tarde para utilizarlo.
8. Se niegan posibilidades de obtener financiamiento a empresas con menos de dos años de existencia y aquellas que tienen el tiempo, por lo regular se encuentran en el buró de crédito.

La segmentación de los mercados financieros y la discriminación negativa hacia las micro, pequeñas y medianas empresas son aspectos que prevalecen, en mayor o menor medida, en las economías latinoamericanas. La aplicación de diferenciales en las tasas de interés de los préstamos según el tamaño de empresa, la escasa participación de las pymes en el crédito al sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital

de giro o llevar a cabo inversiones son elementos que denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito para este tipo de agentes.

Como podemos ver, los requisitos para poder acceder a un crédito por parte de las microempresas se vuelve casi inviable. No solo por la solicitud de garantías: bienes, o solidarios responsables (aval), sino en mucho de los casos el papeleo.

Otras alternativas de financiamiento.

1 Fuentes No gubernamentales.

A Microfinancieras Comerciales.

B Fundaciones.

C Crowdfunding

D Business Angels.

2 Fuentes Gubernamentales

Microfinancieras Comerciales.

¿Porque son relevantes las Microfinancieras?

Es por la necesidad de proporcionar herramientas de financiación, ya sea para las microempresas o los excluidos sociales. Esta es la razón principal por la que existe la microfinanciación.

¿Por que hablar de las microfinancieras, microfinanzas o microcreditos?

El área de las **microfinanzas** es un ejemplo de una de las instancias más exitosas de creación y aprovechamiento del Capital Social (Ocampo, 2001).

Fukuyama (1999) habla del Capital Social, definido como normas y valores compartidos que promueven la confianza y la cooperación social y que constituyen una forma utilitaria de ponderar la relevancia del factor cultural en el proceso de desarrollo, partiendo de la premisa de que no todas las culturas son proclives a fomentar el crecimiento económico. Dentro del área de desarrollo de Capital Social, una actividad que ha tenido gran impacto es la generación de microfinancieras.

Los **microcréditos** son reconocidos por ser una herramienta importante para el crecimiento económico, creación de puestos de trabajo y para la lucha contra la exclusión financiera. Por lo tanto, las microfinanzas se puede ver a través de tres ángulos diferentes: el componente social que significa la lucha contra la exclusión social y financiera, la reducción del desempleo y ayudar a la reinserción en la sociedad de los ciudadanos excluidos; el componente económico que define las microfinanzas como un habilitador económico y, por tanto, como una herramienta de crecimiento económico; la ayuda al desarrollo, que es una herramienta de ayuda para los países en desarrollo.

Microfinanzas.

Las microfinanzas se definen como ⁶"la prestación de servicios financieros como el crédito, el ahorro y los productos de seguros a las personas más pobres o las comunidades que a menudo son no atendidas o bajo servido por las instituciones financieras tradicionales."

Historia del Grameen Bank

El profesor Muhammad Yunus, Director del Programa de Economía Rural de la Universidad de Chittagong, Bangladesh, inició un proyecto de investigación en 1976 para explorar la posibilidad de ofrecer servicios bancarios a la población rural pobre. El Proyecto del Banco Grameen (Grameen significa "pueblo" en lengua bengalí) se puso a prueba en tres pueblos vecinos de la Universidad con los siguientes objetivos: extender los servicios bancarios a los hombres y las mujeres pobres; para eliminar la explotación de los pobres por los prestamistas; para crear oportunidades de empleo por cuenta propia, por la multitud de desempleados en zonas rurales de Bangladesh; y permitir desfavorecidos (en su mayoría mujeres de los hogares más pobres) a la libre administrar el dinero y los negocios. Sobre la base de su éxito, el proyecto se amplió en 1979 a varios lugares en todo Bangladesh incluyendo Dhaka, la capital. En octubre de 1983, el Proyecto del Banco Grameen se transformó en un banco independiente por la legislación del gobierno.

Hoy el Banco Grameen [<http://www.grameen-info.org>] sirve a más de 2,4 millones de prestatarios y tiene más de 20 empresas.

Fundaciones.

⁶ Definition of Microfinance: joint definition by the International Monetary Fund, the World Bank and the United Nations.

Fundaciones y Organizaciones del Tercer Sector.

El tercer sector en apoyo de los emprendedores

Es poco sabido que existen organizaciones de la sociedad civil, el llamado tercer sector, que intervienen en la incubación y desarrollo de los emprendedores.

COMUNIDAR

¿Qué es una Fundación Comunitaria?

Hay más de mil 500 fundaciones comunitarias en el mundo. En Estados Unidos operan más de 600. En México son tan sólo 21. Desde el 2009, 14 de ellas se agruparon bajo Comunalia, una asociación civil que fortalece a las fundaciones comunitarias en México.

Una fundación comunitaria es una organización de la sociedad civil integrada por ciudadanos, que funciona como plataforma para el desarrollo social de una región, movilizandorecursos dirigidos a diferentes causas, buscando el mejor rendimiento y el mayor impacto social mediante asesoría y orientación a los inversionistas sociales.

Generalmente no operan programas ya que son una plataforma para la asignación de recursos, acercando la necesidad de ayudar con las causas más apremiantes de la región. Genera información confiable y es el medio para lograr la inversión planeada y estratégica, manejando recursos para el bien presente y de largo plazo, buscando que rinda todos los frutos posibles con un impacto social de fondo.

COMUNIDAR pertenece a dos redes:

Red Iberoamericana de Fundaciones Cívicas o Comunitarias. La Red Iberoamericana es una comunidad de fundaciones cívicas o comunitarias de España, Portugal y América Latina, que proporciona un espacio de diálogo, de intercambio de conocimiento y experiencias entre estas fundaciones para el fortalecimiento de las entidades que la componen.

Comunalia Alianza de Fundaciones Comunitarias de México. Red de fundaciones comunitarias en México que agrupa 17 fundaciones sin fines de lucro. Todas las fundaciones participantes comparten el objetivo de fortalecer el movimiento a nivel nacional con proyección internacional.

Fundación ASHOKA

Ashoka es la mayor asociación global de Emprendedores Sociales innovadores; hombres y mujeres que están dando solución, de manera sistémica y de raíz, a los problemas sociales más urgentes del mundo. Ashoka no acepta fondos públicos, por eso TU COLABORACIÓN es fundamental.

La labor de Ashoka ha sido reconocida con la concesión del premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional 2011 a su fundador, Bill Drayton.

Fundación SKOLL

Jeff Skoll creó la Fundación Skoll en 1999 para dedicarse a su visión de un mundo de paz duradera y prosperidad. Liderados por el CEO de Sally Osberg desde 2001, nuestra misión es impulsar el cambio a gran escala mediante la inversión, la conexión y la celebración de los emprendedores sociales y los innovadores que ayudan a resolver los problemas más apremiantes del mundo. Los emprendedores sociales son agentes de cambio de la sociedad, los creadores de innovaciones que alteran el status quo y transforman nuestro mundo para mejor. Mediante la identificación de las personas y programas logran un cambio positivo en el mundo, que les permiten ampliar su alcance, profundizar su impacto y fundamentalmente mejorar la sociedad.

Stanford Social Entrepreneurship Hub

Este sitio está diseñado para ayudarle en su viaje hacia el impacto social.

Las personas que aspiran a tener un papel en el ecosistema de innovación social, a través de la creación, la financiación, el gobierno, o la gestión de emprendimientos sociales, ya sea tomando un enfoque con ánimo de lucro o sin fines de lucro, encontrarán en este centro los recursos más pertinentes de Stanford para la comprensión de este campo. El centro destaca cursos, eventos, listas de lectura, fuentes de financiamiento, documentos legales, y más.

Crowdfunding

¿Qué es Crowdfunding?

El Crowdfunding consiste en una convocatoria de financiación a proyectos, que utiliza como medio Internet, para el suministro de recursos financieros, ya sea en forma de donaciones (sin recompensa), o a cambio de algún tipo de recompensa, a fin de apoyar las iniciativas para fines específicos (Lambert & Schwienbacher, 2010). Para Belleamme, Lambert & Schwienbacher, (2012) el Crowdfunding tiene por objeto recaudar fondos para la inversión a través de Internet, pero en vez de hacerlo mediante la participación de un grupo muy pequeño y sofisticado de inversionistas, la idea es obtener los fondos de una gran audiencia ("la multitud"), en la que cada individuo aporta pequeñas cantidades de dinero.

Los tres pilares básicos del crowdfunding son:

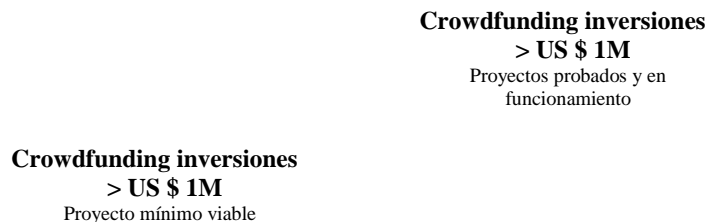
- "La forma de recaudación", ya que atrae a un gran número de financiadores (con o sin recompensa).
- "Internet based method" como soporte fundamental para acceder a emprendedores, creadores, inversores y donantes.
- "La sabiduría de la multitud", es decir, la capacidad que esta forma de financiación promueve de vincular a inversores y donantes en el proceso de producción y difusión del producto.

Desde una perspectiva más orientada a los negocios, Steinber y DeMaria (2012) definen el Crowdfunding como el proceso de pedir al público en general, donaciones que provean de

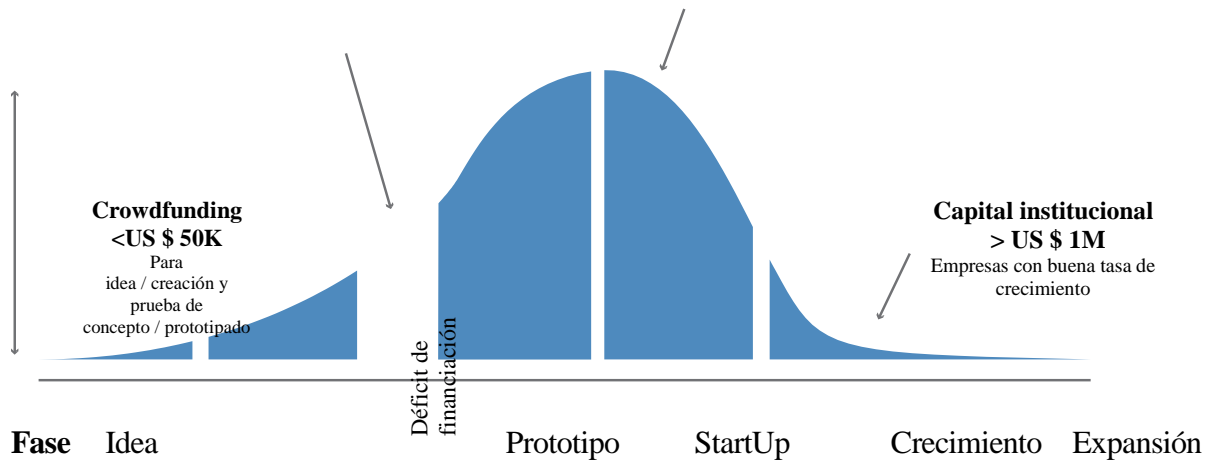
fondos a las start-ups para nuevas aventuras. Usando esta técnica, se pueden evitar los capitales de riesgo y los business angel, lanzando, sus ideas directamente a los usuarios de Internet, para obtener una validación inicial del proyecto, así como hacerse una idea del alcance que puede tener el mismo en su mercado objetivo.

Lo que hay de nuevo, por tanto, en el Crowdfunding es que aprovecha las capacidades de las redes sociales, especialmente "la creación de redes y el marketing viral", permitiendo la movilización de un gran número de usuarios en las comunidades Web dentro de un corto período de tiempo (Hemer, 2011). Según Massolution⁷ Podemos indicar que diferentes tipos de Crowdfunding agrupados en: a) Crowdfunding no financiero basado donaciones y recompensas; b) Crowdfunding basado en deudas y acciones.

Figura 4. Curva de adopción del Crowdfunding.



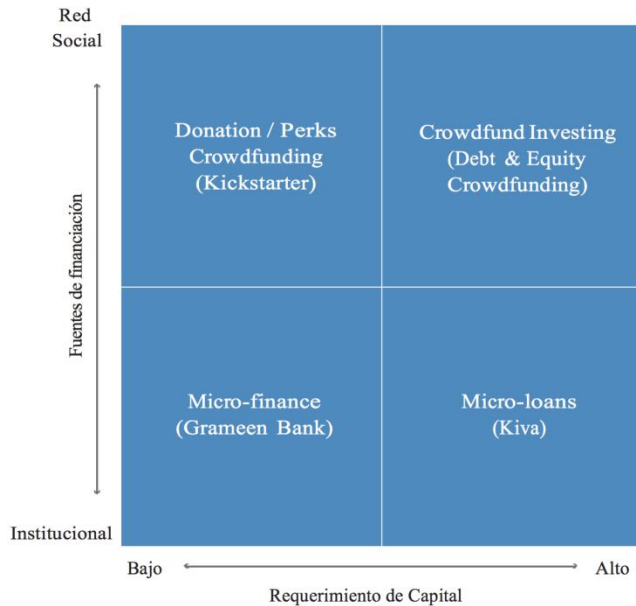
⁷ <http://www.massolution.com/> (Crowdfunding Industry Report, 2013)



Fuente: Elaborado a partir de Banco mundial (2013).

Aunque el Crowdfunding o CF es un fenómeno económico bastante nuevo, es una de las formas económicas con más crecimiento (Hemer, 2011; Carr, 2011). El CF permite una reducción significativa de los costos y de los riesgos asociados a la inversión, ya que ahorra en gastos financieros y el riesgo es muy bajo debido a que las aportaciones individuales suelen ser pequeñas, y en muchas ocasiones si el proyecto no sale adelante por no conseguir la cuantía necesaria se suele devolver la cuantía aportada, estas características provocan el fomento de la participación y el aumento de sus mercados (Kleemann et al., 2008). Gracias al crowdfunding se fomenta la creación de nuevas actividades en la cuales es difícil conseguir financiación tradicional (Wojciechowski, 2009).

Figura 2. Fuente de financiación en relación con la cantidad de capital necesario.



Fuente: adaptado de Banco Mundial (2013).

En el CF los propios inversores participan en el proceso creativo, lo que Surowiecki (2004) llama "la sabiduría de la multitud" y Kleemann (2008) califica como consumidores que trabajan (*working consumers*). Los creadores que lanzan un proyecto de CF además de financiación buscan la participación de los pequeños inversores en el proceso de creación del producto, su mejora y difusión, especialmente cuando se dan cuenta de que el modelo de negocio es justo para ellos (Franke y Klausberger 2008). Esto contribuye a la creación de valor añadido para la empresa, mayor eficiencia en el desarrollo de nuevos productos, y que además aprovecha este canal para aumentar la sensación de novedad e innovación (Schwienbacher y Larralde, 2010).

El Crowdfunding en cifras

Según los datos del informe de Massolution en 2013 el volumen financiado alcanzó la cifra de 5 billones de dólares USA consiguiendo un aumento del 85% con respecto al año anterior,

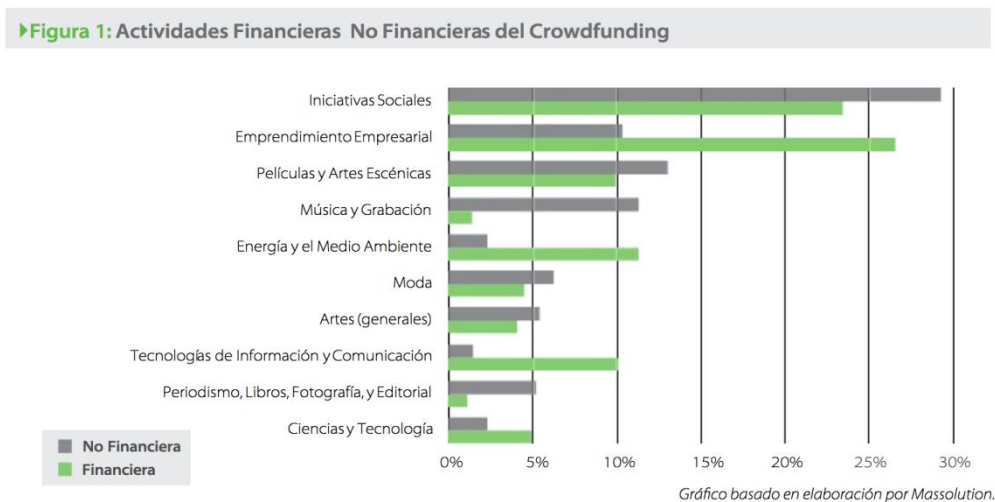
mientras que para (ipledg)⁸, las plataformas de Crowdfunding han generado 6,2 billones de dólares U S A en 2013.

El reparto mundial de la financiación con micro créditos colectivos quedó en 2012 de la siguiente manera: América de Norte 1.606M\$, Europa 945M\$, Oceanía 76M\$, Asia 33M\$ y América del Sur 0,8M\$. Massolution, (2013) y Banco Mundial (2013).

Creemos necesario hacer énfasis en que las iniciativas con mayor presencia son las iniciativas sociales, según el informe elaborado por Massolution sobre Crowdfunding en México 2013.

La mayor de la financiación en México es no financiera esto es debido a que la mayor parte de los inversores y emprendedores prefieren evitar las trabas burocráticas.

Figura 3. Actividades financieras Crowdfunding



⁸ <http://ipledg.com/blog/?p=166>

Fuente: <http://www.massolution.com/> (**Crowdfunding Industry Report, 2013**)

Para Steinber (2012) el Crowdfunding es cada vez más comercialización que financiación. Esto coloca a la publicidad en el centro del éxito de cualquier proyecto. Esto requiere un plan de promoción, la divulgación constante y permanente de lo que se vende y una publicidad muy adaptada a las redes sociales en internet. Esto puede cosechar un gran éxito Carl, (2012).

García-Herrero, (2013), economista jefe de BBVA Research, responsable de las economías emergentes, comenta que México, pese a algunos retos decisivos (p. ej., que explota ampliamente el positivo ciclo económico actual), todavía es un mercado abierto para los inversionistas extranjeros que estén interesados en diversas oportunidades de inversión.

Las empresas sociales consiguen un mayor éxito para conseguir financiación, ya que son más flexibles en la balanza de calidad y cantidad. Este tipo de empresas ponen menos interés en la obtención de beneficios y se esfuerzan más en las campañas para conseguir su objetivo. (Lambert y Schwienbacher, 2010).

Business Angels.

¿Quiénes Son? Son personas o entidades que están interesadas en promover la iniciativa empresarial y participar en un buen negocio. Los ángeles inversionistas son un buen recurso para emprendedores buscando capital semilla o financiación para una empresa actual. Se enfocan en la búsqueda y selección de oportunidades de inversión con requerimientos de inversión entre los **\$100 y \$1.200 millones de pesos.**

En términos generales sus Inversionistas buscan compañías que cuenten con:

- Procesos formales de constitución como sociedad.

- Productos o servicios validados en el mercado (o con cartas de intención de compra para emprendimientos en fase de implementación).
- Productos o servicios con una ventaja competitiva única (equipo emprendedor, modelo de negocio, tecnología, patente, derechos de autor)
- Productos o servicios que permitan una rápida introducción en el mercado y el desarrollo de nuevos nichos y el escalamiento del negocio.
- Productos o servicios probados en el mercado, con necesidades de inversión para la expansión.
- Socios y/o equipos emprendedores que entienden y están buscando inversionistas estratégicos que también aporten gestión en las decisiones de la empresa.
- Una clara estrategia de salida para los inversionistas en un periodo entre 4 y 6 años, esto es, la venta de la participación accionaria de los accionistas.

Ejemplos: El objetivo principal de Angel Ventures México (AVM) es proporcionar capital inteligente, agregando valor a cada inversión que realizamos y potencializando su desarrollo a través del seguimiento continuo, la vinculación con nuestra red de contactos y la prestación de una extensa gama de servicios. Administran un Fondo de Co-Inversión de 20 MDD que está activamente invirtiendo en empresas de tecnología, salud, base de la pirámide, agro-negocios y retail. Invierten entre **\$100,000 USD** y **\$2'000,000 USD** por empresa.

Fondos Gubernamentales.

Apoyo Gubernamental en México.

¿Cómo se apoya a las MiPyMEs en México?

El 30 de diciembre del 2002 el Diario Oficial de la Federación publicó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

A casi una década de firmar el TLCAN se publicó la primera ley para apoyar a la pequeña y mediana empresa en México. La ley tiene como objetivo “promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación, de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad”.¹¹

La institución rectora de los programas de apoyo a las PyMEs es la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (PyME) de la Secretaría de Economía. Para ello, el presupuesto de egresos de la federación del año 2007 le asignó un presupuesto de aproximadamente 2 900 millones de pesos. De los cuales 95% están asignados al Fondo PyME.

El Fondo PyME es el instrumento principal de los distintos niveles de gobierno para impulsar y apoyar la competitividad de las PyMEs. A través de éste, se financian la mayoría de los programas de apoyo a las PyMEs.

El fondo tiene como objetivo general “promover el desarrollo económico nacional a través del otorgamiento de apoyos ... a las micro, pequeñas y medianas empresas, y las iniciativas de los emprendedores...”.¹²

De acuerdo con sus reglas de operación, el Fondo PyME tiene siete categorías de apoyo para las PyMEs.

CASO IKNEXTIA

IKNEXTIA A.C. es una desarrolladora e impulsora de proyectos productivos pertenecientes a empresarios en condiciones de vulnerabilidad de polígonos de pobreza, que busca empoderar, capacitar en habilidades y oficios, capacitar en emprendimiento y al final cuando se necesitan los recursos convertirse en una microfinanciera social que presta sin ninguna garantía ni aval y que se basa en el desarrollo de capital social (confianza) para el regreso del préstamo.

IKNEXTIA A.C. nace en Diciembre del 2010 en el Tecnológico de Monterrey a partir de una iniciativa estudiantil del grupo Dejando Huella que desarrolló un proyecto en conjunto con la incubadora social para prestar recursos a 2 microempresas, apoyando así al emprendimiento social.

En el 2012 a iniciativa de Jorge Lozano Laín en ese tiempo estudiante de Doctorado en gestión de Negocios y Emprendimiento, reunió y empoderó a un conjunto de diferentes grupos estudiantiles entre ellos: Sociedad de Alumnos de Ingeniería Industrial (SAIIS), Sociedad de Alumnos de Ingeniería Mecánica-Electrónica (SAIME), Sociedad de Alumnos de Ingeniería en Biotecnología (SAIBT), Programa de Liderazgo Empresarial Internacional (PLEI), Consejo de Acciones por México (CAM), Consejo de Estudiantes por la Filantropía (CEF), Asociación de Estudiantes de Baja California en Monterrey (AEBMAC) y el grupo Dejando Huella para que conformaran el nuevo grupo IKNEXTIA.

IKNEXTIA quiere decir “crear con el viento que nutre” en Náhuatl y es precisamente lo que hace; ayuda a consolidar microempresas enriqueciendo los conocimientos y habilidades de emprendedores de escasos recursos. Este grupo está conformado por alumnos y directivos del ITESM que se han reunido desde Abril del 2011 para trabajar en la planeación, formación y desarrollo de IKNEXTIA. Este se convierte en un grupo que guía a los empresarios para lograr

construir una microempresa fuerte. Es un grupo de gente con iniciativa que actúa para mejorar las oportunidades para la gente de escasos recursos, dispuesta a dedicar tiempo y esfuerzo para lograrlo. Se busca apoyar a los emprendedores con microempresas teniendo como base la confianza mutua entre IKNEXTIA y el (la) beneficiario(a).

IKNEXTIA ofrece una capacitación en contabilidad y finanzas, donde se le enseña al emprendedor a llevar un registro de sus ingresos y gastos, a hacer un costeo detallado y una proyección a futuro para que el microempresario pueda hacer de su negocio una empresa rentable y así no sufra por la realidad social de México que juega en su contra. Todo esto se hace a través del proyecto de Servicio Social Ciudadano “Asesor IKNEXTIA”.

Por otro lado, IKNEXTIA se vincula con la Incubadora Tradicional de Microempresas del Tecnológico de Monterrey. Si el empresario lo requiere se le otorga una beca para que curse capacitaciones en Ventas, Mercadotecnia, Imagen, Organización y Producción con asesores profesionales.

Una vez que el empresario tiene todo en orden y está listo para dar el siguiente paso, este es candidato para recibir un crédito, si lo necesita, para generar o fortalecer su microempresa, aumentar su capacidad de producción, mejorar su calidad, etc. Dicho crédito tiene una tasa de interés del 10% anual y se ofrecen tres meses de gracia durante los cuales no generan intereses.

Al ser un crédito tan blando se convierte en una oportunidad muy buena para que hagan crecer sus microempresas. Durante ese año en el cual el empresario tiene que financiar el crédito se le da seguimiento para que no tenga problemas para cumplir y al seguir creciendo como empresa. Estas aportaciones mensuales no se consideran como pagos sino como donativos para que más emprendedores puedan salir adelante con sus microempresas, empezando así una cadena de ayuda que crece exponencialmente.

Misión:

Impulsar, orientar y brindar el apoyo para el desarrollo social y económico de la región a través del microfinanciamiento basado en un modelo de participación estudiantil formando redes estratégicas y de confianza en la responsabilidad del emprendedor de apoyar a otras microempresas en reciprocidad.

Visión:

Ser la desarrolladora e impulsora de proyectos sociales de más trascendencia en la región enfocada a las comunidades marginadas donde se transforman las vidas tanto de los beneficiarios como de nuestros estudiantes con un modelo de participación estudiantil sustentable, con una metodología adaptable y replicable a otro tipo de comunidades y situaciones basados en la confianza.

El 3 de octubre del 2012 IKNEXTIA se consolida como Asociación Civil y el día 17 del mismo mes se otorga el primer crédito, de \$11,149 pesos, a Lily Valle, quien se dedica a hacer vestidos de fiesta. El recurso se proporciona para adquirir una máquina de coser industrial.

Comparaciones con otras fuentes de financiamiento.

Tabla Comparativa

Para este capítulo podemos observar el condensado de las instituciones financieras que se han investigado para poder ofrecer la tabla como herramienta de consulta para los alumnos de IKNEXTIA al igual que un simulador de créditos en el cual se puede calcular el monto total de interés total que se pagará por el préstamo al final del periodo.

La primer tabla que se incluye en el reporte es la comparativa de las diferentes instituciones financieras con las cuales se ha estado en contacto y nos han comentado sobre las diferentes opciones de crédito para personas que desean iniciar su negocio. Como era el propósito dentro de esta investigación se está otorgando la información básica de contacto y de análisis con la cual podremos analizar las diferentes opciones de crédito en monterrey para aquellos empleados del ITESM que a través de IKNEXTIA desean obtener un crédito para iniciar un negocio, el crédito que obtienen de los alumnos les ayudará para establecer su negocio y las opciones dentro de este análisis servirán como un complemento para mayor capital semilla o para una expansión a dicho negocio.

Tabla 2. Tabla comparativa IKNEXTIA vs otras microfinancieras

Institución	Compartamos Banco	Banco Azteca	Credi Club	Crédito Sí	IKNEXTIA
Tipo de crédito	Grupal para mujeres Comerciante	Empresario Azteca	MicroCréditos Pyme	Pymes Personal	Capital Semilla
Contacto	81234487777 19277262	01800407777	80009800	10010909	Feria SSI (Campus Monterrey)
Requisitos	Grupo Solidario de 10 personas	Identificación Oficial Comprobante de domicilio Arraigo de 2 años Comprobante de propiedad Avalú y garantías	Alta en SAT 21 y 70 años de edad Garantía Hipotecaria Seguro de la vida Obligado Solidario	Credencial de elector Notas de 3 meses Comprobante de domicilio 3 referencias (nombre y teléfono)	Ser empleado del Campus o tomar cursos de IKNEXTIA Aprobación del Plan de Negocios tener record limpio en personal y sindicato
Monto mínimo	\$3,000.00	\$50,000.00	\$40,000.00	\$2,000.00	\$1,000.00
Monto Máximo	\$10,000.00	\$500,000.00	\$100,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00
Garantías	No aplica (Grupal)	Prendarias Inmuebles	Escrituras de casa, Acta constitutiva	Facturas de auto	Nómina
Destino	Inversión en negocio	Negocio propio	Negocio propio	Apliación del negocio	Inicio del negocio propio
Plazo	8 meses	24 meses	18 meses	24 meses	12 meses
Interés	84.10%	70%	37.70%	171.50%	10.00%

Como podemos observar en la tabla anterior los montos de crédito varían de acuerdo a cada institución, por lo cual se anexa una siguiente herramienta para que según las necesidades de la persona pueda seleccionar alguna de las instituciones financieras para poder realizar sus procesos de solicitud de crédito.

Cabe hacer notar que IKNEXTIA AC está abierta a toda la comunidad y que mediante la vinculación con la Secretaría de Desarrollo Social de N.L. y del Instituto de la Mujer de Guadalupe, atiende a los colectivos necesitados detectados y capacitados en habilidades y oficios por estas instituciones.

Se anexan ejemplos de 2 casos de personas que toman su crédito inicial con IKNEXTIA y el segundo de acuerdo al caso con la institución financiera seleccionada según sus capacidades de pago y condiciones impuestas.

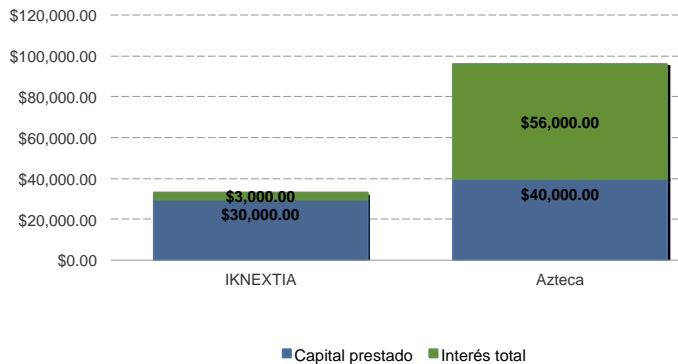
Caso 1: Fermín González toma de IKNEXTIA al 10% durante 12 meses \$30,000 pesos y de Banco Azteca \$40,000 con tasa del 70% pagaderos a 24 meses, obteniendo el siguiente resultado:



Simulador de Préstamos IKNEXTIA.

	Capital prestado	Tasa anual	Meses	Pago mensual	Interés total	Total pagado
IKNEXTIA	\$30,000.00	10.00%	12	\$2,750.00	\$3,000.00	\$33,000.00
Azteca	\$40,000.00	70.00%	24	\$4,000.00	\$56,000.00	\$96,000.00

Resumen del préstamo



Con estos resultados vemos que Fermín debería de realizar 12 pagos mensuales de \$2,750 a IKNEXTIA y 24 de \$4,000 a Banco Azteca con esto pagaría un total de \$3,000 de intereses a IKNEXTIA y \$56,000 a Banco Azteca por sus \$70,000 pesos facilitados. Este dato es el que antes de contratar los créditos los alumnos deberán revisar contra sus flujos de efectivos proyectados en el negocio, lo cual lo haría saber antes de comprometer si contará con la liquidez suficiente cada mes para cumplir con estos compromisos y no tener que ingresar dinero de su sueldo para pagar los préstamos, lo cual sería un error.

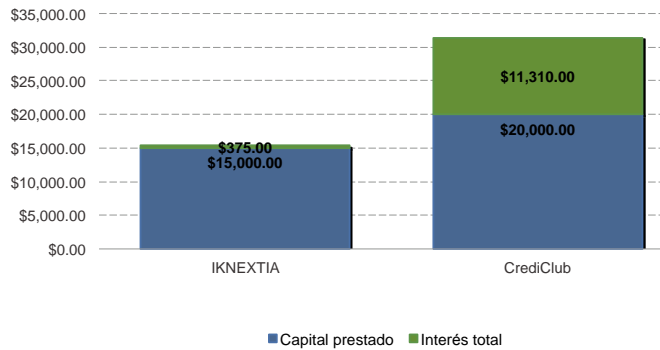
Caso 2: Martha García desea solicitar \$15,000 pesos a IKNEXTIA a tasa del 10% pagaderos en 3 meses así como \$20,000 pesos a Credi Club a tasa del 37.70% a 18 meses. De acuerdo a la tabla del simulador obtenemos el siguiente resultado:



Simulador de Préstamos IKNEXTIA.

	Capital prestado	Tasa anual	Meses	Pago mensual	Interés total	Total pagado
IKNEXTIA	\$15,000.00	10.00%	3	\$5,125.00	\$375.00	\$15,375.00
CrediClub	\$20,000.00	37.70%	18	\$10,436.67	\$11,310.00	\$31,310.00

Resumen del préstamo



Con estos números podemos observar que Martha debería de realizar pagos mensuales de \$5,125.00 a IKNEXTIA y de \$10,436.67 a Crediclub con esto pagaría un total de \$375 de intereses a IKNEXTIA y \$11,310 a Credi Club por sus \$35,000 pesos facilitados. Con esto observamos dos escenarios que nos permiten revisar de manera visual, rápida y sencilla los flujos necesarios que debe cubrir el negocio en cuestión de financiamiento así como la capacidad de pago esperada, es importante mencionar que no se incluyen los gastos de operación en las corridas presentadas.

Con este pequeño análisis podemos ver como a pesar de que la mayoría de las personas busca mensualidades pequeñas hay que analizar los intereses a lo largo del préstamos para ver cuánto es lo que terminamos pagando por ellos al cumplir el plazo ya que puede ser la diferencia entre una micro financiera y otra.

CONCLUSIONES

¿Para las **Mipymes** es posible tener una fuente de financiamiento confiable que no sean los Bancos?

¿Son las Microfinancieras sociales una alternativa de financiamiento viable para las **Mipymes**?

Como pudimos corroborar a través de esta investigación además de la Banca Comercial, existen diferentes fuentes de financiamiento confiables para apoyar a las microempresas sociales, tales como: microfinancieras comerciales, fundaciones del sector social, crowdfunding, business angels, apoyos gubernamentales y microfinancieras sociales.

Cada una de estas organizaciones tienen sus requisitos para prestar fondos.

Por otro lado pudimos comparar a través de una microfinanciera social IKNEXTIA A.C. Que es un emprendimiento social universitario del Tec. de Monterrey en México. Puede ser usado como una fuentes de financiamiento alterna, que al no tener los requisitos que pide la banca comercial y a lno tener las altas tasas de interés de las microfinancieras comerciales, podemos concluir que, para las microempresas sociales o comerciales, es mucho mas benefico el uso de las microfinancieras sociales que la banca o las microfinancieras comerciales, IKNEXTIA A.C. sigue la teoría desarrollada por Yunius cuando creó el GRAMEEN BANK. al prestar primordialmente a mujeres jefas de familia logrado tener un buen retorno de sus prestamos.

Por lo anterior concluimos que dada la falta de disponibilidad de accesar a créditos bancarios (principalmente por las garantías solicitadas) y a la alta tasa de intereses de las microfinancieras comerciales, debemos promover y desarrollar mas microfinancieras sociales para beneficiar a las **Mipymes**.

Bibliografía

- ALTER, K. (2007). "Social Enterprise Typology", Washington, DC: Virtue Ventures.
Disponible en: www.virtueventures.com/setypology.pdf
- AMIN, A. (2008). "Extraordinarily ordinary: working in the social economy." Social Enterprise Journal, (5)1, pp. 30-49.
- ANGEL VENTURES MÉXICO. <https://www.capitalemprendedor.org.mx/allies/angel-ventures-mexico>.
- ASHOKA. <https://www.ashoka.org/>
- AUSTIN, J., STEVENSON, H., y WEI-SKILLERN, J. (2006). "Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?" Entrepreneurship theory and practice, 30(1), 1-22.
- Banco Mundial (2013). Crowdfunding's Potential for the Developing World. 2013.
infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.
- BERKES, F. y DAVIDSON-HUNT, I. "Communities and social enterprises in the age of globalization" Natural Resources Institute, Centre for Community-based Resource Management, University of Manitoba, Winnipeg, Canada
- BORZAGA, C., GALERA, y G. NOGALES, R. (eds) (2008). "Social Enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation. An examination of the concept and practice in Europe and the Commonwealth of Independent States". Bratislava: UNDP Regional Centre for Europe.

BROUARD, F. y LARIVET, S., (2011). "Essay of clarifications and definitions of the related concepts of social enterprise, social entrepreneurs and social entrepreneurship", en Fayolle, A. y Matlay, H. (eds.). Handbook of research on social entrepreneurship, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd.

COMUNIDAR. <http://www.comunidar.org/>

Crowdfunding Industry Report, (2013). <http://www.massolution.com/>

Crowdfunding Industry Report, 2011, <http://www.massolution.com/>

Crowdfunding Industry Report, 2013, <http://www.massolution.com/>

DACIN, M. T., DACIN, P. A., y TRACEY, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.

DANTUS, M. (2013). "Entrevista a Marcus Dantus, director de Wayra/ Dinero en Imagen. www.dineroenimagen.com/node/23447

DART, R. (2004). "The legitimacy of social enterprise". *Nonprofit Management and Leadership*, 14, pp. 411-424.

DART, R., CLOW, E., Y ARMSTRONG, A. (2010). "Meaningful difficulties in the mapping of social enterprises". *Social Enterprise Journal*, 6(3), 186-193.

DOHERTY, B., HAUGH, H. y LYON, F. (2014). "Social enterprises as Hybrids Organiziations: a review and research agenda". *International Journal of management Review*, 16(4), pp. 417-436.

- DORADO, S. (2006). "Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no?" *Journal of developmental entrepreneurship*, 11(04), 319-343.
- Forbes, 2/20/2013 <http://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2013/02/20/top-9-advantages-of-investment-crowdfunding/>
- FORBES, 2/20/2013 <http://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2013/02/20/top-9-advantages-of-investment-crowdfunding/>
- FOREHAND, A. (2000). "Mission and organizational performance in the healthcare industry". *Journal of Healthcare Management*, 45, 267–277.
- FUKUYAMA, F. (1999). "Social Capital and Civil Society". IMF conference on Second Generation Reforms.
- FUNDACION. E <http://fundacione.org/>
- FUNTANET, F. (2013). "Perspectivas de la industria mexicana". *Pulso Industrial*. ENERO DE 2013. AÑO 4 NUMERO 66.
- GARCÍA-HERRERO, A. (2013). "Investing in Mexico: Challenges and Opportunities."
- GRAMEEN BANK. <http://www.grameen-info.org/>
- HAUGH, H. (2012). "The importance of theory in social enterprise research". *Social Enterprise Journal*, 8 (1) pp. 7 – 15.
- HEMER, J. (2011) A Snapshot on Crowdfunding, Working Paper R2/2011 Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI
- HEMINWAY, C. A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 60(3), 233-249.

HUDSON, R. (2009). "Life on the edge: navigating the competitive tensions between the 'social' and the 'economic' in the social economy and in its relations to the mainstream".

Journal of Economic Geography, lbp005.

KARLAN, D. y ZINMAN, J. (2011) "Microcredit in theory and practice: using randomized credit scoring for impact evaluation". *Science*. 2011 Jun 10;332(6035):1278-84. doi: 10.1126/science.1200138.

KERLIN, J. (2010). "A comparative analysis of the global emergence of social enterprise".

Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 21, pp. 162–179.

KORSGAARD, S. (2011). "Opportunity formation in social entrepreneurship". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*

LAMBERT, T. and SCHWIENBACHER, A. (2010). *An Empirical Analysis of Crowdfunding*. Mimeo. Louvain School of Management, Belgium. Avail-

LUCA, U. y MEGALI, C. (2011). "Measurement of Social Effectiveness"

Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 2011 40: 149 originally published online 2 December 2009 DOI: 10.1177/0899764009351111

MASSETTI, B. L. (2008). "The social entrepreneurship matrix as a "tipping point" for economic change". Conference paper. *Emergence: Complexity and Organization*, 10(3), 1–8.

McDONALD, R. E. (2007). An investigation of innovation in nonprofit organizations: The role of organizational mission. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 36(2), 256-

281.

MURPHY, P. J., y COOMBES, S. M. (2009). "A model of social entrepreneurial discovery". *Journal of business ethics*, 87(3), 325-336.

NICHOLLS, A. (Ed.). (2006). "Social entrepreneurship: New models of sustainable social change". Oxford University Press.

OCAMPO, J. A. CEPAL = Ocampo, J. A.; J. MARTIN. (2003). "A decade of Light and shadow: Latin America and the Caribbean in the 1990s". Capítulo III, Santiago: CEPAL.

PEREDO, A. M., y MCLEAN, M. (2006). "Social entrepreneurship: A critical review of the concept". *Journal of World Business*, 41(1), pp. 56-65.

PRAHALAD, C. K., y HAMMOND, A. 2002. "Serving the world's poor, profitably". *Harvard Business Review*, 80(9): 48-57.

PRAHALAD, C. K., y HART, S. L. 2002. "The fortune at the bottom of the pyramid." *Strategy & Business*, 26(First Quarter): 2-14.

PATON, R. (2003). "Managing and measuring social enterprises", London: Sage Publications.

RAMOS, J.; GONZALEZ, B.; LLORCA, R.; MAYOR, L.; y PORCEL, R. (2013). Micro Financiación Colectiva (Crowd-funding): un nuevo instrumento económico para el crecimiento económico y el empleo. "Finançament alternatiu a l'era digital: crowdfunding i xarxes d'intercanvis" Ateneu Barcelonès - Barcelona 28 Mayo, 2013

RED ASTURIANA DE BUSINESS ANGELS. <http://www.asban.es/interior.asp?MP=1>

ROBLES, E. (2013, January). A NEW KIND OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP! MAM CASE STUDY. In Global Conference on Business & Finance Proceedings (Vol. 8, No. 1, p. 393). Institute for Business & Finance Research.

SANTOS, F.M. (2012). "A positive theory of social entrepreneurship". Journal of Business Ethics, 111, pp. 335–351.

SEPÚLVEDA, L. (2009). "Outsider, missing link or panacea? Some reflections about the place of social enterprise (with)in and in relation to the Third Sector". Comunicación presentada en la NCVO / VSSN Researching the Voluntary Sector Conference, Warwick, UK, 7-8 septiembre. SKOLL FOUNDATION <http://skoll.org/>

STANFORD SOCIAL ENTREPRENEURSHIP HUB <http://sehub.stanford.edu/>

STEINBER, S. (2012). Crowdfunding More Marketing Than Fundraising: Opinion http://www.cnbc.com/id/47551870/Crowdfunding_More_Marketing_Than_Fundraising_Opinion

STEINBER, S. & DE MARIA R. (2012) The Crowd-funding Bible. How to raise money for any Start- up, video or project. <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>

SUROWIECKI, J. (2004). *The Wisdom of the Crowd*. New York: Anchor Books

TERJESEN, S., LEPOUTRE, J., JUSTO, R., y BOSNA, N. (2011). Global Entrepreneurship Monitor. Report on Social Entrepreneurship. Executive Summary. Global Entrepreneurship Monitor.

THOMPSON, J., y DOHERTY, B. (2006). "The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories". *International journal of social economics*, 33(5/6), 361-375.

TRACEY P y PHILLIPS, N. (2007). The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education *Academy of Management Learning and Education* 6 (2), pp. 264-271.

UGALDE, A. Blog de Adriana Ugalde Resenterra.

VARELA, R. (2009). "La academia y su labor como promotor de la creación de nuevas empresas".

WILSON, F., y POST, J. E. (2013). "Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation". *Small Business Economics*, 40(3), 715-737

WOJCIECHOWSKI, A. (2009). Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks, *Computer Science*, 5872, 454-463 <http://ipledg.com/blog/?p=166>.
2014-10-27,

www.aiemac.org.mx/descargas/10-pulso-ENE%2013.pdf Francisco J.

YOUNG, D. (2001) *Social Enterprises in the United States: Alternate Identities and Forms*, International Conference on Social Enterprise, Trento.

YUNUS, M. (1999). "Banker to the poor: Microlending and the battle against world poverty". New York: Public Affairs.

YUNUS, M. (2010). Conferencia en el Tec de Monterrey. 2007