



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección Publicitaria

Bachiller en Marketing e Innovación

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Bermúdez Quispe, Stephanie - Dirección Publicitaria

Ruales Morote, Nikold Renata - Marketing e Innovación

Rivera Ulloa, Ricardo Javier - Administración y Dirección de Negocios

Venegas Chong, Valeria Melany - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

LIMA – PERÚ

2023

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

MIEMBROS DEL JURADO

Eduardo José Huertas Valladares

Carla Cristina Pera Fronda

Nataly Díaz Vásquez

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Bermúdez Quispe, Stephanie identificada con DNI N° 71521246 perteneciente al Programa de Dirección Publicitaria, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Ruales Morote, Nikold Renata identificada con DNI N° 74095615 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Rivera Ulloa, Ricardo Javier identificado con DNI N° 47222201 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Venegas Chong, Valeria Melany identificada con DNI N° 72875265 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado:

“Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.”

a) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

b) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 24 % de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

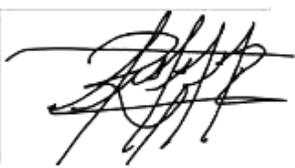
c) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 21 de Julio, 2023.

Firmas de los autores

Apellidos	Nombres	DNI	Firma
Bermúdez Quispe	Stephanie	71521246	
Ruales Morote	Nikold Renata	74095615	
Rivera Ulloa	Ricardo Javier	47222201	
Venegas Chong	Valeria Melany	72875265	

Firma del asesor

Apellidos	Nombres	DNI	Firma
Albarracín Aparicio	Roxana Alexandra	41981490	

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a los y las voluntarias que, ante la ausencia del estado, articulan espacios para mejorar la calidad de vida de comunidades en situación de vulnerabilidad.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a las personas que influenciaron en las mejoras de la investigación, y a quienes nos permitieron aprender más de sus experiencias en el camino.

ÍNDICE GENERAL

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTOS.....	7
ÍNDICE GENERAL.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
ÍNDICE DE ANEXOS.....	13
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	17
1.1 Título del Proyecto.....	17
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario.....	17
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación.....	17
1.4 Alcance de la solución.....	18
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	19
2.1 Planteamiento del problema.....	19
2.1.2 Formulación del problema.....	21
2.1.2.1 Problema general.....	21
2.1.2.2 Problemas específicos.....	21
2.1.3 Objetivos de investigación.....	21
2.1.3.1 Objetivo general.....	21
2.1.3.2 Objetivos específicos.....	21
2.1.4 Justificación de la investigación.....	22
2.1.4.1 Justificación teórica.....	22
2.1.4.2 Justificación metodológica.....	22
2.1.4.3 Justificación práctica.....	22
2.1.5 Limitaciones de la investigación.....	23
2.1.6 Viabilidad de la investigación.....	23
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	24
3.1 Antecedentes.....	24
3.1.1 Antecedentes nacionales.....	24
3.1.2 Antecedentes internacionales.....	26
3.2 Marco teórico.....	28
3.2.1 Bases teóricas del Crowdfunding.....	28
Crowdfunding.....	28
Plataformas de Crowdfunding.....	32

3.2.3 Gestión sostenible de Ollas comunes	37
Gestión sostenible	37
Ollas comunes.....	38
Marco legal en relación a Ollas comunes en el Perú	39
3.3 Definición de términos básicos	41
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES	42
4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	42
4.1.1 Hipótesis principal	42
4.1.2 Hipótesis derivadas	42
4.2 Operacionalización de variables	42
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43
5.1 Diseño metodológico.....	43
5.2 Diseño muestral.....	44
5.3 Población	44
5.4 Muestra.....	44
5.5 Técnica de recolección de datos	44
5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	45
5.7 Resultados.....	45
5.7.1 Análisis descriptivo.....	45
5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis	65
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	73
6.1 Alcance esperado.....	73
6.2 Descripción de la propuesta de innovación	73
6.3 Diagnóstico situacional.....	73
6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora.....	76
6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación.....	77
6.4.2 Presupuesto	82
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	84
FUENTES DE INFORMACIÓN	85
ANEXOS	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tipos de Crowdfunding	29
Tabla 2	Frecuencia de transacciones digitales de dinero	43
Tabla 3	Uso de smartphone para realizar transacciones digitales	44
Tabla 4	Uso previo de plataformas de crowdfunding	45
Tabla 5	Influencia del diseño en la decisión de uso	46
Tabla 6	Relevancia de la facilidad de uso en las plataformas	47
Tabla 7	Influencia de las transacciones satisfactorias	48
Tabla 8	Realización de donaciones monetarias en el último año	49
Tabla 9	Apoyo a causas relacionadas a salud y alimentación	50
Tabla 10	Preferencia de tarjetas bancarias y billeteras digitales al donar	51
Tabla 11	Disposición para donar a ollas comunes mediante un crowdfunding	52
Tabla 12	Disposición para donar desde S/. 5 mensuales en un crowdfunding	53
Tabla 13	Importancia del apoyo a ollas comunes en su comunidad	54
Tabla 14	Experiencia en la organización o gestión de una olla común	55
Tabla 15	Influencia del crowdfunding en las decisiones organizacionales	56
Tabla 16	Influencia del crowdfunding en la sostenibilidad de ollas comunes	57
Tabla 17	Influencia del crowdfunding en el financiamiento de ollas comunes	58
Tabla 18	Influencia del crowdfunding en negocios sostenibles para las ollas comunes	59
Tabla 19	Interés en recibir información del impacto de sus donaciones	60
Tabla 20	Interés en recibir reconocimiento y/o recompensas al donar	61
Tabla 21	Disposición para difundir la labor de las ollas comunes	62
Tabla 22	Correlación entre la variable 1 y variable 2	63
Tabla 23	Rho de Spearman para la primera hipótesis	65
Tabla 24	Rho de Spearman para la segunda hipótesis	67
Tabla 25	Rho de Spearman para la tercera hipótesis	69
Tabla 26	Presupuesto integral de una olla común	73
Tabla 27	Desarrollo del FODA de la asociación Manos a la Olla	74
Tabla 28	Presupuesto para el desarrollo del proyecto	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Página de inicio de Cumplo	31
Figura 2	Página de inicio de Kickstarter	32
Figura 3	Página de inicio de Indiegogo	33
Figura 4	Página de inicio de Patreon	34
Figura 5	Escala de experiencia de inseguridad alimentaria	37
Figura 6	Frecuencia de transacciones digitales de dinero	43
Figura 7	Uso de smartphone para realizar transacciones digitales	44
Figura 8	Uso previo de plataformas de crowdfunding	45
Figura 9	Influencia del diseño en la decisión de uso	46
Figura 10	Relevancia de la facilidad de uso en las plataformas	47
Figura 11	Influencia de las transacciones satisfactorias	48
Figura 12	Realización de donaciones monetarias en el último año	49
Figura 13	Apoyo a causas relacionadas a salud y alimentación	50
Figura 14	Preferencia de tarjetas bancarias y billeteras digitales al donar	51
Figura 15	Disposición para donar a ollas comunes mediante un crowdfunding	52
Figura 16	Disposición para donar desde S/. 5 mensuales en un crowdfunding	53
Figura 17	Importancia del apoyo a ollas comunes en su comunidad	54
Figura 18	Experiencia en la organización o gestión de una olla común	55
Figura 19	Influencia del crowdfunding en las decisiones organizacionales	56
Figura 20	Influencia del crowdfunding en la sostenibilidad de ollas comunes	57
Figura 21	Influencia del crowdfunding en el financiamiento de ollas comunes	58
Figura 22	Influencia del crowdfunding en negocios sostenibles para las ollas comunes	59
Figura 23	Interés en recibir información del impacto de sus donaciones	60
Figura 24	Interés en recibir reconocimiento y/o recompensas al donar	61
Figura 25	Disposición para difundir la labor de las ollas comunes	62
Figura 26	Modelo de Diseño del doble diamante	75
Figura 27	User persona de la aplicación de crowdfunding de Manos a la Olla	76
Figura 28	Brainstorming sobre categorías de la App	77
Figura 29	Wireframe de prototipo de App	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Matriz de consistencia	88
Anexo 2	Matriz de operacionalización de variables	89
Anexo 3	Modelo de Cuestionario	90
Anexo 4	Guía de entrevista	95
Anexo 5	Validación de expertos - Cuestionario	96
Anexo 6	Validación de expertos - Guía de entrevista	98
Anexo 7	Reporte de similitud de Turnitin	100

RESUMEN

Mediante la presente investigación se tiene como objetivo general determinar si la creación de una plataforma de crowdfunding contribuye en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla, en un mercado donde uno de los problemas encontrados es la ausencia de un espacio online confiable y seguro donde apoyar a las ollas comunes.

En cuanto a la metodología utilizada, se empleó un enfoque mixto, se utilizaron datos cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo se trabajó sobre una encuesta mediante un cuestionario de 20 preguntas cerradas. La población estuvo conformada por personas económicamente activas, de 18 a 60 años de edad en Lima Metropolitana. La muestra seleccionada y representativa fue de 110 personas, prospectos de donantes de ollas comunes y seguidores de Manos a la Olla. El enfoque cualitativo se trabajó sobre 3 entrevistas semiestructuradas, las preguntas fueron dirigidas a las fundadoras de la asociación Manos a la Olla y voluntarias de organizaciones sin fines de lucro que brindan seguridad alimentaria.

El resultado sobre la hipótesis principal demostró, mediante la correlación Rho Spearman, que existe una relación significativa del 66.65% entre el diseño de una plataforma de crowdfunding y la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

Adicionalmente, un 73.6% de los participantes le dan importancia a las ollas comunes de su localidad, un 68.2% considera que esta acción colectiva puede financiar el presupuesto en una olla común, entre otros resultados, los cuales nos dan un panorama positivo en cuanto a la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: *Crowdfunding*, ollas comunes, innovación social, aplicación móvil, diseño de interfaz, sostenibilidad.

ABSTRACT

Through this research, the general objective is to determine how the creation of a crowdfunding platform contributes to the sustainable management of the Manos a la Olla association, in a market where one of the problems is the absence of a reliable and safe online space to support community kitchens.

Regarding the methodology, the mixed research method was used resulting in quantitative and qualitative data. The quantitative approach was worked on surveys through a questionnaire with 20 closed questions. The population was made up of an economically active population, from 18 to 60 years of age in Lima Metropolitana. The selected and representative sample was made up of 110 people, prospective donors of community kitchens and followers of Manos a la Olla. The qualitative approach was worked on 3 semi structured interviews directed at the founders of the association Manos a la Olla and volunteers of non-profit organizations that provide food aid.

The result of the main hypothesis demonstrated, through the Rho Spearman correlation, that there is a significant relationship of 66.65% between the design of a crowdfunding platform and the sustainable management of the Manos a la Olla association.

Additionally, the results showed that 73.6% of the participants care about the community kitchens in their area, 68.2% consider that this collective action can finance the budget in a community kitchen, among other results, which give us a positive outlook regarding the viability of the project.

Keywords: *Crowdfunding*, community kitchens, social innovation, mobile application, ui design, sustainability.

INTRODUCCIÓN

Manos a la Olla es una asociación enfocada en el soporte integral de ollas comunes en Lima Sur, cuenta con tres pilares para gestionar sus recursos: la donación de dinero, actividades pro-fondos y donación de talento, servicios o materiales. Es por esto que en un contexto de mayor confianza en plataformas digitales, en esta investigación, se busca evaluar la contribución que generaría la creación de una plataforma de crowdfunding, considerando que esta agilizaría el proceso de recaudación de fondos y confianza en los donantes. La presente investigación contiene 7 capítulos.

En el CAPÍTULO 1 se detalla la línea del proyecto de investigación, la actividad económica y el alcance de la solución.

En el CAPÍTULO 2 se presenta la descripción de la investigación aplicada, la problemática identificada, los problemas específicos y objetivos.

En el CAPÍTULO 3 se encuentra el marco referencial, es decir, los antecedentes relevantes tanto nacionales como internacionales en relación a la investigación.

El CAPÍTULO 4 incluye la hipótesis general y específicas, además de la operacionalización de variables, en base a la cual se diseñaron las herramientas de investigación.

El CAPÍTULO 5 incluye el diseño metodológico y sus características, además de la población, muestra, técnicas de recolección de datos, herramientas de recopilación y la interpretación de resultados obtenidos, incluyendo correlaciones de Rho Spearman.

En el CAPÍTULO 6 se describe la propuesta de innovación, se realiza un diagnóstico situacional de Manos a la Ollas y se procede a desarrollar el prototipo de plataforma basándose en los hallazgos y análisis de los resultados.

Finalmente, se encuentran las conclusiones, recomendaciones, referencias de la investigación y anexos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para el presente proyecto se eligió la línea de investigación de mejora de procesos y operaciones haciendo uso de la tecnología, con ello se busca optimizar la recaudación de fondos a través del diseño de una plataforma de crowdfunding enfocada a la sostenibilidad de las Ollas comunes que forman parte de Manos a la Olla.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La actividad en la cual se desarrollará la investigación es de tipo social ya que se buscará conocer las necesidades principales de las Ollas comunes aliadas a Manos a la Olla en cuanto a su organización, financiamiento y visión de desarrollo. La finalidad de esta investigación es plantear el prototipo de una plataforma de crowdfunding que incentive el apoyo de ollas comunes para cumplir sus acciones de sostenibilidad, considerando las motivaciones de donación, el diseño de experiencia, la usabilidad y confianza en el usuario final.

En el Perú, según SWISSINFO (2021), hasta julio del 2020 existían 377 ollas comunitarias en 26 distritos de Lima y alimentaban a 48,045 personas; sin embargo, actualmente esta última cifra se ha quintuplicado a unas 240,000 personas.

En paralelo, MercadoPago en el informe "Panorama de los pagos digitales en la nueva normalidad peruana" demostraba que el Perú se posiciona como uno de los países de la región con mayor aumento de pagos digitales en el 2020, un total de 670%. Evidenciando la aceleración de la transformación digital en el país y que el uso de medios digitales para las

transacciones son una vía de la que iniciativas sociales pueden beneficiarse.

1.4 Alcance de la solución

Este proyecto de innovación toma como referencia el caso de Manos a la Olla, el propósito es explorar cómo una plataforma de crowdfunding podría contribuir a la mejora sostenible de esta iniciativa.

El alcance del crowdfunding se aplica en la región de Lima - Perú donde el potencial público objetivo es un universo de 3 779 000 personas laboralmente activas, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática. Se aplicará la solución a la capital, con la meta a futuro de lograr su expansión en todo el Perú.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Planteamiento del problema

La interrupción de la cadena de suministro de comida debido al COVID-19, sumado a los efectos de las continuas crisis sociopolíticas y económicas globales, elevaron la demanda de alimentos en la población estos últimos años. Según el Programa Mundial de Alimentos, 276 millones de personas viven con inseguridad alimentaria, un total que para finales del 2022 aumentaría a 323 millones. Mientras, a nivel América Latina y el Caribe, se informó un aumento de 269% en el número de personas que enfrentan inseguridad alimentaria severa. A comparación de los 4,3 millones en 2019. Total que se triplicó un año después.

Esto hacía el impacto de la COVID-19 más evidente y con ello, la unión colectiva de resistencia para sobrevivir.

En Uruguay, durante el año 2020, se registraron alrededor de 700 iniciativas de ollas y merenderos populares en diversos territorios del país. Esta cifra resulta sorprendente considerando la población de apenas 3 millones y medio de habitantes. En el contexto de aislamiento preventivo, diferentes actores sociales, políticos, culturales, deportivos, vecinos y amigos, lograron organizarse de manera autónoma para proporcionar alimentos, gestionar su preparación y distribución, asegurando así el acceso a comida para ellos mismos y para aquellos que estuvieran atravesando dificultades alimentarias.

En Chile, durante los años 2019 y 2020, las ollas comunes se multiplicaron considerablemente. Según la fundación Vértice, se registraron más de 245 ollas comunes en agosto de 2020. Se cree que este aumento se debe a la alza del desempleo causado por la pandemia y la formación de encuentros territoriales tras las protestas que tuvieron como detonante el alza de la tarifa del sistema de transporte público en la capital. El Centro de Producción del Espacio realizó otro mapeo que muestra una gran

relación entre los sectores vulnerables al COVID-19 y la aparición de ollas comunes, especialmente en Santiago.

En Perú, siendo un país donde más del 70% de trabajadores son informales, las medidas de seguridad y aislamiento se tradujeron en pérdida de empleo e ingresos; evidenciando y aumentando la situación de pobreza. Por lo que zonas vulnerables como asentamientos humanos optaron por organizar ollas populares u ollas comunes como una medida de supervivencia adoptada para resolver la necesidad básica de comer.

Lima es la ciudad donde, de acuerdo al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, existe más del 70% del total de ollas comunes del país. Por ello el buscar soluciones enfocadas a la realidad de la capital es una prioridad en este proyecto de investigación.

Para el caso del Manos a la Olla, una asociación que apoya a Ollas comunes en Lima Sur con una prioridad en madres solteras, adultos mayores e infancias en situación de abandono, reunir esfuerzos para su abastecimiento y sostenibilidad ha sido un reto.

Manos a la Olla realiza las gestiones de recaudación para realizar almuerzos a diario y actualmente su diagnóstico es crítico frente al incremento de precios de alimentos y la reducción de donaciones. Aquí quienes se ven afectados son los beneficiarios ya que se intercalan los días de reparto de almuerzos y se reducen las porciones cada vez más.

Se considera que mediante la innovación se puede acelerar la recaudación de donaciones de manera virtual. Y con ello, la distribución de fondos para la continua capacitación y elaboración de iniciativas locales, que ayuden a Manos a la Olla a no depender de donaciones y/o terceros, cuyos aportes vemos pueden ser afectados por problemas sociales, políticos y económicos en un contexto volátil como el de la capital.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla?

¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla?

¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

2.1.3.2 Objetivos específicos

Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla.

Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla.

Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

Se justifica la presente investigación dentro de lo teórico debido a que se utilizan fuentes confiables y relevantes para la construcción de conocimiento. Se obtuvo información a través de bases de datos y revisión sistemática de literatura. Esta investigación se realiza con el propósito de apoyar el subsidio de las Ollas comunes en la asociación Manos a la Olla, para ello se utiliza los medios de publicaciones del sector público y privado como fuentes de confianza.

2.1.4.2 Justificación metodológica

La investigación se justifica dentro de lo metodológico debido a que aplica el método científico de forma adecuada, así como también cumple con criterios estrictos para la recolección de información, recojo de datos y análisis de resultados. Estos datos serán recopilados mediante una encuesta para determinar el diseño de la plataforma y el nivel de aceptación de esta solución en el público objetivo y entrevistas ayudando a conocer el contexto y las necesidades alrededor de las Ollas comunes en Manos a la Olla.

2.1.4.3 Justificación práctica

Se justifica dentro de lo práctico pues se busca dar una solución aplicada al problema encontrado, el aporte que se dará será crear una plataforma crowdfunding para Manos a la Olla con el fin de acercar donantes voluntarios y apoyar al subsidio de esta.

2.1.5 Limitaciones de la investigación

Dentro de las limitaciones encontradas para la presente investigación se tuvo la dificultad para entrevistar a las integrantes en Manos a la Olla debido a factores de disponibilidad y localidad. Dichas limitaciones, pudiendo subsanarse de forma progresiva.

2.1.6 Viabilidad de la investigación

Este proyecto es viable debido a que se cuenta con la disposición de integrantes de la asociación Manos a la Olla, así mismo, se tiene el contacto de voluntarias de ollas comunes y comedores populares. Adicionalmente a ello, para el diseño del producto final, se cuenta con la asesoría permanente por parte de diseñadores y desarrolladoras de productos digitales.

A nivel grupal, se cuenta con los conocimientos y experiencia en Administración, Marketing, Tecnología y Comunicación Digital de los investigadores, autores del presente estudio. Se cuenta con recursos y herramientas para acceder a documentación sobre crowdfunding y ollas comunes, además, del tiempo necesario que requiere el proceso de investigación.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes nacionales

Alvarado S., Bailon C., Begazo A., Garayar A., Marcelo D. & Benavides C. (2022) desarrollaron una tesis de título "“Red-potenciadas”: promoviendo la institucionalidad de la Red de Ollas de Villa El Salvador", para obtener el grado académico de Bachiller en Ciencias y Artes de la Comunicación. El estudio tiene como objetivo que las integrantes de la red de ollas comunes del distrito de Villa el Salvador reconozcan su organización como un agente de cambio social y puedan ser parte de la red de todas las ollas comunes dentro del distrito. La investigación fue de carácter cualitativo, de tipo empírico y de campo. A partir de talleres, con la asistencia de 7 de las 29 ollas comunes que pertenecen a la organización se realizaron dinámicas de participación y debates. Se evidenció que el 80% aprendió sobre sus características y el 93% comprendió la importancia de tener una actitud de compromiso para el trabajo en la Red de Ollas de V.E.S. Se desarrollaron propuestas para que el estado peruano mediante el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social pudiera intervenir directamente a través de la Red-potenciadas de las ollas y se pudo determinar como una oportunidad el pertenecer a la Red de ollas, porque se puede dar un monitoreo eficaz y eficiente mensual.

Zevallos J. (2022) con su tesis titulada "Crowdfunding de donaciones para una asociación juvenil en el Perú" para obtener el grado de Magíster en Finanzas, tuvo como objetivo promover el acceso a un método más de financiamiento para las organizaciones sin fines de lucro mediante la plataforma de crowdfunding de donaciones. La investigación es de carácter cualitativa, se entrevistó a 4 expertos divididos en 2 perfiles. El perfil 1, profesionales encargados de diseñar y gestionar; y el perfil 2, trabajadores a cargo de crear, desarrollar y monitorear las campañas en

estas plataformas de crowdfunding de donaciones en el Perú. Se determinó que en la propuesta de Crowdfunding es necesario el respaldo de una entidad del estado como la SUNARP para el registro de la plataforma para permitir que los procesos y transacciones puedan ser transparentes y administradas. Además de formalizar el apoyo mediante los ministerios correspondientes en base al tipo de campaña que se desee realizar, planteando el soporte a la elaboración de la plataforma y promoción para lograr el objetivo de la campaña social.

Cuadra M. (2023) con su tesis titulada: "Sin horario ni salario: La influencia del trabajo de cuidado realizado desde la infancia sobre la construcción de la identidad de las mujeres miembros de una olla común en San Juan de Lurigancho", presentado para obtener el grado académico de Bachiller en Ciencias Sociales con mención en Sociología. El estudio tiene como objetivo analizar cómo influyen aspectos de la niñez en mujeres del distrito de SJL para crear la Olla común Niños Guerreros de Jesús, también analizar la participación y motivación de las mujeres parte de la olla común. Mediante la investigación se busca fomentar la valoración personal de cada miembro con sus historias, aspiraciones y necesidades personales.

La investigación fue de carácter mixto, se aplicaron encuestas a 98 lideresas de ollas comunitarias en la capital con el resultado de que 32.7% nacieron en Lima, actualmente sin ocupación un 74.2% tras la pandemia y un 26.53% sin el término de estudios a nivel primaria. Además, se realizaron entrevistas a líderes, obteniendo vivencias y motivaciones de muchas mujeres que crean las ollas comunes. Las conclusiones a las que llegó en este trabajo fueron: Que se deben indagar los procesos de identidad tradicional y moderno de las mujeres de ollas comunitarias. También identificar las estrategias individuales y colectivas que asumen las miembros de las ollas comunes para mejorar la calidad de vida, familiar, percepción de ellas mismas y la labor que realizan.

3.1.2 Antecedentes internacionales

Mora, F. (2021) desarrolló una tesis de título: “Estudio de viabilidad de Crowdfunding, como fuente de financiamiento para proyectos de construcción y emprendimiento de negocios, así como alternativa de inversión para ahorradores en Ciudad del Carmen, Campeche”, para obtener el grado de Magíster en Administración de empresas, con el objetivo de brindar subvención económica a PYMES y emprendedores como alternativa de los créditos bancarios. La investigación fue de carácter mixto. Parte de este estudio incluye el análisis estadístico del portal Statista para recaudar información sobre la cuota de mercado que tienen las plataformas de crowdfunding mundialmente y 3 entrevistas con ejecutivos de cuenta del banco HSBC, AFORE - SURA y M2Crowd para obtener datos actuales sobre sus productos financieros y servicios realizando una comparativa de costos y rendimiento. Como conclusión, el investigador afirmó que un crowdfunding en México es una muy buena opción, porque se obtiene una mayor ventaja sobre rendimientos en relación con los instrumentos financieros y tasas de interés que ofrecen los bancos comerciales. Además, el acceso a instrumentos con una rentabilidad alta está condicionado a montos de inversión mayores y a plazos largos.

Rodriguez J., Manrique A. & Galeano L. (2019) desarrollaron una tesis de título “El crowdfunding como potencializador de la economía creativa en Colombia: un enfoque desde la financiación y el desarrollo”, para lograr el grado de Bachiller en Finanzas y Comercio Internacional. El objetivo principal de la tesis fue promover el uso del crowdfunding para emprendedores independientes en Colombia para contribuir en el crecimiento del sector creativo. La investigación fue de carácter mixto, primero para los datos cuantitativos se encuestó a una muestra de 57 personas. Segundo, se realizaron entrevistas a 5 perfiles diferentes para obtener diferentes perspectivas sobre la información del uso del crowdfunding. Como conclusión, se demuestra que el apoyo al emprendimiento creativo impacta en la economía del país, incrementando

sus ingresos y beneficios. Esta es además una solución viable para que el país mitigue problemas de desempleo, pobreza y desolación; los fondos generados en sectores creativos permiten crear mecanismos para que se siga beneficiando el PIB, así con el incremento de la exportación de los bienes y servicios producidos se puede instituir una balanza comercial positiva en el territorio.

Saavedra, G., Marchant, L., Bugeño-Fuentes, Z., Luco, J., Celis, M., Torres, M., Contreras, C., & Arahuetes, D. (2023) en su artículo de investigación titulado “Redes de abastecimiento alimentario en Chile. El barrio como lugar resiliente en tiempos de Covid19” se tuvo como objetivo abarcar diversos tópicos, todos confluentes en las dinámicas familiares frente a la pandemia, en las dinámicas socio-organizacionales y en la economía del barrio en su conjunto. Se desarrolló una investigación etnográfica de carácter mixto. Se aplicaron 60 entrevistas semiestructuradas y encuestas de escala tipo Likert con un total de 646 personas encuestadas en Peñalolén Alto Sur, en Yungay, Pablo Neruda y cuestionarios autoadministrados sobre los impactos de la pandemia de Covid 19 en las ciudades de Peñalolén, Santiago y Valdivia. En el marco de la crisis, se concluyó que el barrio es un espacio de resiliencia y resistencia creativa que emerge frente a la inseguridad alimentaria, revelando además un potencial de prosperidad en eventuales coyunturas similares.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Bases teóricas del Crowdfunding

Crowdfunding

El concepto de crowdfunding actual más completo es dado por Schwiendbacher y Larralde (2010), donde se define como una convocatoria abierta, fundamentalmente a través de internet, para la prestación de recursos financieros ya sea en forma de donación o a cambio de algún

tipo de recompensa y/o voto derecho a apoyar iniciativas con fines específicos.

La palabra crowdfunding etimológicamente reúne los términos en inglés: *crowd* (multitud) y *funding* (financiamiento), es así que en español se le puede denominar como financiación colectiva o micromecenazgo.

Este tipo de financiación data su origen en el siglo imperial (I a.C.) en Roma, Italia; donde Cayo Mecenas un consejero político patrocinaba a artistas y poetas. La palabra mecenazgo, que según la RAE es el apoyo financiero de actividades culturales, artísticas o científicas; proviene de su apellido. Hacia el siglo 17, para realizar impresiones de libros, se financiaba con un modelo de suscripción. Algo que actualmente puede traducirse a un tipo de crowdfunding basado en recompensas, ya que a cambio, las personas que donaban eran mencionadas en la portada. (Bruntje D. & Gajda O., 2016).

El caso más relevante y nombrado como el primer tipo de crowdfunding se dio entre 1883 y 1885 en Estados Unidos. Joseph Pulitzer utilizó su periódico New York World para concluir la base de la Estatua de la Libertad. La recaudación mayoritaria se dio con la portada que decía: "¡Debemos recaudar dinero! The World es el periódico del pueblo, y ahora hace un llamamiento a los ciudadanos para que recaude dinero". Tras seis meses, con la participación de 120,000 personas se logró recaudar 125,000 dólares, un monto que no se había logrado en los 10 años planeados para la creación de la base de la Estatua de la Libertad (Galán R., 2021).

A partir de estos casos se encuentran similitudes que se mantienen en el crowdfunding digital como: un promotor entusiasta de la iniciativa, un fin que puede ser altruista, la promoción por un medio independiente o masivo, el interés de un público objetivo, el aporte de montos pequeños que en conjunto impulsan el logro de la meta y una recompensa simbólica. Además, el llamado a la recaudación era incentivado por el sentimiento de unidad de la clase trabajadora. Se mencionaba un rechazo a los grupos

de poder porque quienes mantenían este tipo de financiación colectiva eran trabajadores, comerciantes, vendedores y artesanos.

En el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) representan más del 90% de la economía empresarial en nuestro país y se enfrenta a obstáculos significativos para obtener financiamiento en condiciones accesibles.

Ante esta realidad, el crowdfunding financiero surge como una fuente alternativa de capital. Tanto en su modalidad de deuda como de participación accionaria, este enfoque innovador ofrece a las MYPES una vía más flexible y accesible para cubrir sus necesidades de capital, fomentando la participación de la comunidad y generando un mayor compromiso de la sociedad en su desarrollo. Esta forma de financiamiento puede superar las barreras tradicionales y brindar a estas empresas la oportunidad de impulsar su crecimiento económico, promoviendo al mismo tiempo la innovación empresarial (Aquise C., 2018).

En conclusión, el crowdfunding financiero se presenta como una solución prometedora de financiamiento para las MYPES en el Perú. Al representar un segmento importante de la economía empresarial, estas empresas enfrentan dificultades para acceder a capital en condiciones favorables. El crowdfunding financiero ofrece una vía flexible y accesible, permitiendo a las empresas obtener financiamiento directo de la comunidad de inversores interesados en apoyar sus proyectos. Además de brindar capital, esta modalidad de financiamiento puede generar beneficios adicionales, como el desarrollo de una comunidad de seguidores y clientes leales, acceso a mentores y asesores especializados, y mayor visibilidad en el mercado.

Regulación del Crowdfunding en el Perú

Dada la evidente ventaja que el Crowdfunding financiero podría aportar, especialmente en términos de financiamiento para emprendimientos de alto impacto y MYPES, diferentes organismos públicos como el Ministerio de Economía, la Superintendencia del Mercado de Valores y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, junto con representantes del sector privado, se unieron para impulsar la creación de una ley al respecto. Como resultado, se estableció una regulación específica incluida en el Título IV del Decreto de Urgencia 013-20203, conocida como la "Ley de Crowdfunding".

Además, considerando las desventajas que estas actividades podrían generar para el público en ausencia de una regulación adecuada, la Superintendencia del Mercado de Valores publicó un proyecto destinado a regular la aplicación de la Ley de Crowdfunding. Este proyecto, conocido como el "Proyecto de Reglamento", estuvo disponible para comentarios del público a partir del 29 de noviembre de 2020 (Tovar A., 2021).

Dependiendo del propósito del proyecto, existen cuatro modelos de negocio para crowdfunding.

Tabla 1

Tipos de Crowdfunding

Basado en donaciones (<i>Donation-based</i>)	Los patrocinadores brindan fondos basados en motivaciones filantrópicas o cívicas sin esperar ningún retorno. Como en campañas relacionadas a la caridad como la hambruna, salud o ayuda en caso de desastres naturales. Las plataformas más resaltantes con este modelo son <i>Justgiving.com</i> y <i>Gofundme.com</i> .
--	--

<p>Basado en recompensas (<i>Reward-based</i>)</p>	<p>Se proporcionan fondos a individuos, proyectos u organizaciones a cambio de beneficios especiales como primeras ediciones de nuevos productos o fichas de reconocimiento. Los patrocinadores tienen beneficios siendo los primeros clientes y reciben una recompensa de producto o muestras de agradecimiento por su contribución. <i>Kickstarter.com</i> e <i>Indiegogo.com</i> son los crowdfunding líderes en este tipo de modelo.</p>
<p>Basado en préstamos (<i>Lending-based</i>)</p>	<p>También conocido como préstamos entre pares o préstamos sociales. Los inversores proporcionan fondos a individuos, grupos o pequeñas empresas, esperando recibir un reembolso después de un período determinado, generalmente con tasas de interés, sin la participación de intermediarios financieros tradicionales (Guo et al. 2016). Algunos ejemplos de este tipo de modelo son las plataformas <i>Kiva.org</i> y <i>Fundingcircle.com</i>.</p>
<p>Basado en acciones (<i>Equity-based</i>)</p>	<p>Los individuos o los financiadores institucionales compran las acciones de nuevas empresas o llegan a algún tipo de acuerdo de participación en las ganancias con una empresa u organización. Como <i>Wefunder.com</i>.</p>

Nota: La tabla explica los tipos de crowdfunding existentes en el medio. (Parhankangas et al. 2019).

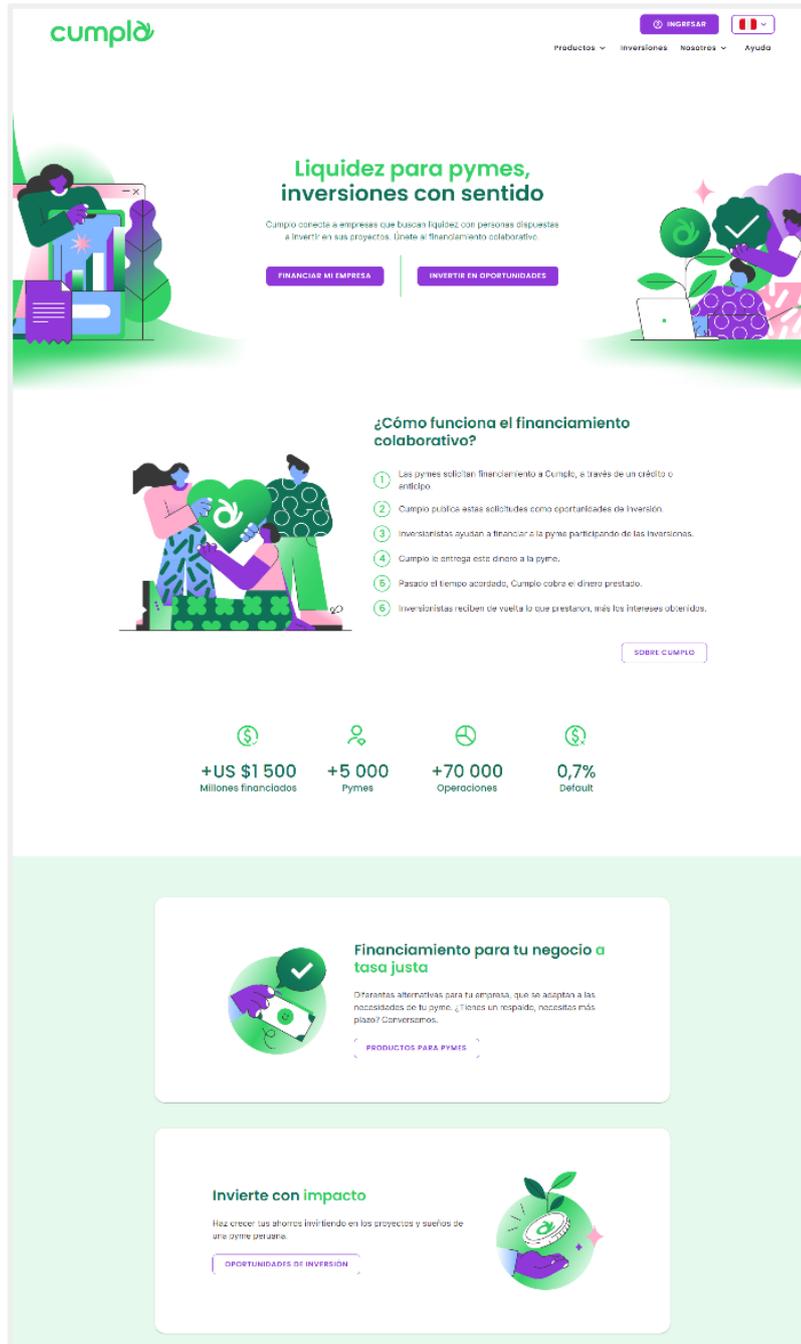
El crowdfunding, al tener diferentes modelos puede adaptarse mejor según el propósito comercial o social, de inversión o no inversión. Además, los ejemplos de plataformas de éxito forman un precedente importante para la creación de crowdfunding a nivel local.

Plataformas de Crowdfunding

- **Cumplo:** Una plataforma de financiamiento colectivo enfocada en préstamos para pequeñas y medianas empresas en Perú. Ha tenido casos exitosos de empresas que han logrado obtener financiamiento a través de la comunidad de inversionistas registrada en la plataforma.

Figura 1

Página inicial de Cumplo

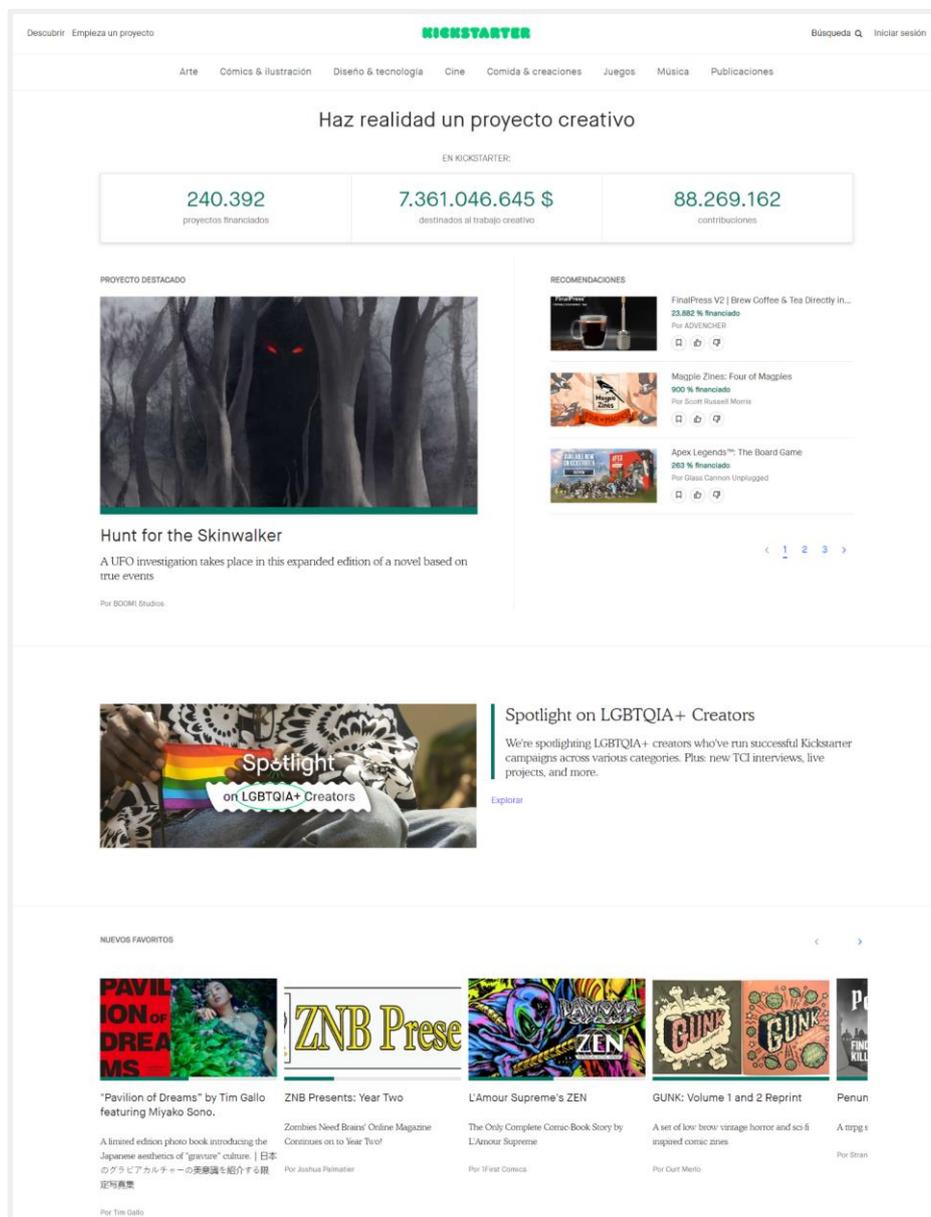


Nota. La imagen muestra la página de inicio de la empresa Cumplo. Tomada de <https://www.cumplo.pe> [Screenshot]. 2023.

- **Kickstarter:** Enfocada en proyectos creativos, como música, cine, arte, diseño y tecnología. Ha financiado proyectos exitosos como el reloj inteligente Pebble y el juego de mesa Exploding Kittens.

Figura 2

Página inicial de Kickstarter



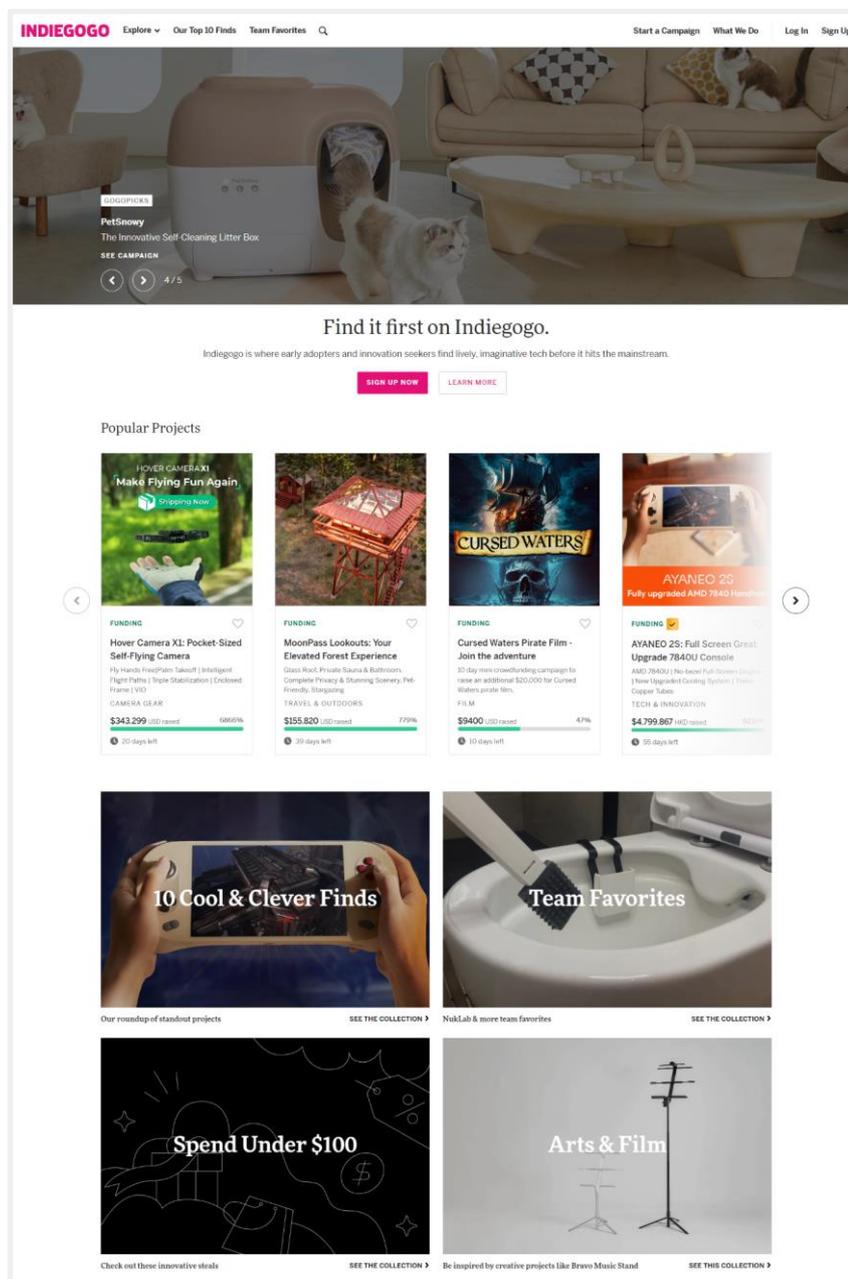
Nota. La imagen muestra la página de inicio de la empresa Kickstarter. Tomada de <https://www.kickstarter.com> [Screenshot]. 2023.

- **Indiegogo:** Una plataforma global de crowdfunding que abarca una amplia gama de proyectos, desde tecnología y arte hasta proyectos

sociales. Ha respaldado iniciativas exitosas como el financiamiento de la película "Veronica Mars" y la iniciativa de recaudación de fondos para el desarrollo del reloj inteligente Misfit Shine.

Figura 3

Página de inicio de Indiegogo



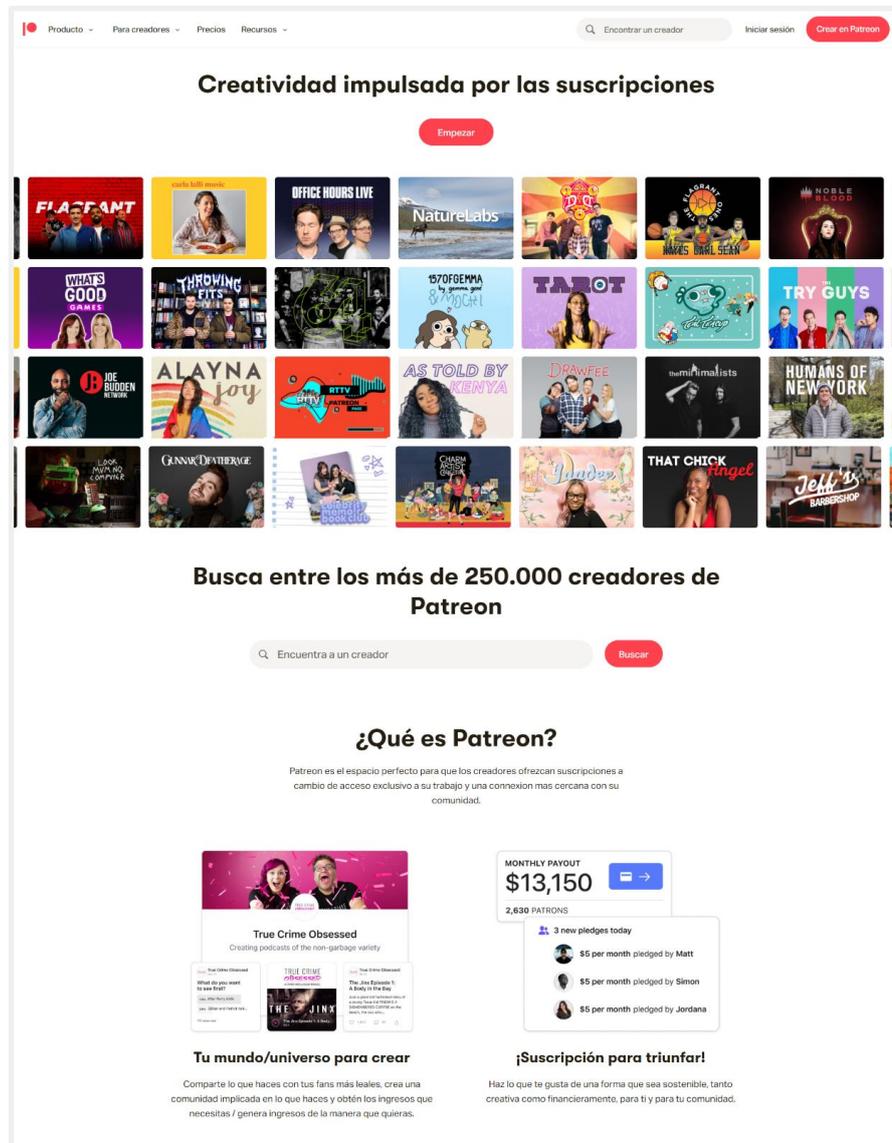
Nota. La imagen muestra la página de inicio de la empresa Indiegogo. Tomada de <https://www.indiegogo.com> [Screenshot]. 2023.

- **Patreon:** Esta plataforma se centra en el financiamiento de creadores de contenido, como artistas, músicos, escritores y podcasters. Los

seguidores pueden convertirse en patrocinadores y apoyar económicamente el trabajo de sus creadores favoritos. Ha sido exitoso en el apoyo continuo a creadores de contenido a través de suscripciones mensuales.

Figura 4

Página de inicio de Patreon



Nota. La imagen muestra la página de inicio de la empresa Patreon. Tomada de <https://www.patreon.com> [Screenshot]. 2023.

3.2.3 Gestión sostenible de Ollas comunes

Gestión sostenible

La sostenibilidad busca un equilibrio entre el crecimiento social, económico y el medio ambiente, es por ello, que en la agenda de la ONU para el 2030 se plantea y desarrolla estrategias para la sostenibilidad.

Muchas ollas comunes en Latinoamérica buscan ser sostenibles, en Chile por ejemplo, en la entrevista que brindaron las lideresas para la tesis "Ollas comunes: iniciativas de respuesta comunitaria ante el hambre en Santiago de Chile en el contexto de pandemia por covid-19" (2022). La Lideresa de la Olla Común del Comité Social El Ensueño, Maipú, menciona:

"(...) cuando uno quiere usar los recursos como corresponde sin andar con la pillería, con muy poco se puede hacer mucho, entonces de esa manera nosotros hemos sacado adelante nuestra olla común, cada día podemos alimentar más gente porque todo lo hemos hecho como corresponde, con la verdad siendo transparente..." (p. 40, 41).

Algunas de ellas comentan que iban a la ferias o mercados del pueblo a ver qué frutas o verduras estaban a punto de ser desechadas para poder recolectarlas para realizar compotas, ensaladas y abono para el beneficio de las ollas comunes (p. 43).

Así mismo, estas ollas comunes aplican la enseñanza y/o educación indirecta de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Muchos de estos niños cuyas familias están siendo alimentadas o contribuyen con estas participaciones ciudadanas, aprenden a subsistir de lo que aprenden y también a emplear acciones o cambios sostenibles que ayudan tanto para el medio ambiente como para su vida económica. Tal como nos menciona la Lideresa Olla Común Villa Arauco, La Pintana:

"(...) hay muchos niños que salieron y están trabajando con lo que aquí aprendieron..." (p. 44).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, alrededor de 12 millones de toneladas de alimentos, cosechas y otros se desperdician al año en el Perú. Por lo cual, desde los bancos de alimentos, el agro y el estado peruano se puede trabajar para la sostenibilidad de las ollas comunes.

Tomando estos ejemplos, las maneras de hacer que la gestión de una olla común sea sostenible en el tiempo implicaría acciones de recuperación de insumos, biohuertos como espacios de insumos propios y/o la creación de iniciativas económicas que velen por un equilibrio transversal.

Ollas comunes

Las ollas comunes son una iniciativa popular que congrega a un grupo de personas con la finalidad de cubrir su necesidad básica de alimentación y para lo cual comparten insumos y esfuerzos en la preparación de los alimentos (Santandreu A., 2021).

Según la Municipalidad Metropolitana de Lima (2021) en el proyecto de voluntariado Manos a la olla, el abastecimiento de ollas comunes refiere a la planificación y posterior entrega de alimentos. El principal objetivo de esta fase es vincular a las ollas comunes identificadas con organizaciones que puedan abastecerse de los donativos que requieren. Para lograr ello, se han identificado 4 fuentes de donativos: empresas privadas, instituciones estatales, organizaciones sin fines de lucro y mercados.

Al ser las ollas comunes espacios auto organizados por grupos de vecinas y vecinos en respuesta a la inseguridad alimentaria, es importante resaltar que es una acción colectiva de cuidado.

Figura 5

Escala de experiencia de inseguridad alimentaria

INSEGURIDAD ALIMENTARIA SEGÚN LA FIES. ¿QUÉ SIGNIFICA?



Nota. La imagen muestra la Escala de experiencia de inseguridad alimentaria (FIES, por sus siglas en inglés) que mide la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Tomada de <https://www.fao.org/hunger/es>. 2023.

Las ollas comunes resurgen en el contexto de crisis generada por la Covid-19, no sólo como una respuesta práctica a la inseguridad alimentaria, sino que representan una demanda pública de que las cosas no están bien (Meléndez et al., 2020) exigiendo verdadera atención y asistencia por parte del gobierno.

Perú venía teniendo altos indicadores de pobreza desde hace muchos años, el cual se intensificó con la extensión del confinamiento ocasionado por el COVID-19.

Marco legal en relación a Ollas comunes en el Perú

En el marco legal Peruano se introdujo, como medida temporal en respuesta a la pandemia, la Ley 31458 “Ley que reconoce las ollas comunes y garantiza su sostenibilidad, financiamiento y el trabajo productivo de sus beneficiarios, promoviendo su emprendimiento”. El artículo 10 de dicha ley describe las características clave de la atención alimentaria complementaria, indicando lo siguiente:

“1. La atención alimentaria complementaria debe estar constituida por alimentos que sirvan para la realización de preparaciones en un hogar u otro espacio relacionado donde funcione la olla común y sujetándose, en lo que corresponda, a lo establecido en la Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes, y la Ley 31071, Ley de compras estatales de alimentos de origen en la agricultura familiar.”

La atención alimentaria complementaria implica la inclusión de alimentos que se utilizan para preparar comidas dentro de un hogar o un espacio relacionado donde funcionan las ollas comunes. Estas disposiciones se sujetan, en lo que pertenece, a las normas establecidas en la Ley 30021, “Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes”, así como la Ley 31071, “Ley de compras estatales de alimentos de origen en la agricultura familiar”.

“2. Los gobiernos locales tienen la responsabilidad de gestionar la logística de alimentos para las ollas comunes registradas. Deben considerar la calidad de los alimentos, el valor proteico y energético, la rentabilidad y la provisión de productos saludables para mejorar la calidad de vida de la población afectada en situaciones de emergencia a través de la atención alimentaria complementaria. El reglamento correspondiente a esta ley establecerá los procedimientos necesarios, permitiendo diversas formas de distribución siempre que se utilicen correctamente los recursos públicos y aprovechando las facilidades bancarias y tecnológicas disponibles, sin imponer condición alguna a la entrega.”

Es así que la Ley 31458 contempla que se garantice la calidad de alimentos para los beneficiarios, sobre todo niños y adolescentes. Además, vigila de un correcto uso de los recursos públicos que están destinados para apoyar a las ollas comunes, especialmente durante el

estado de emergencia sanitaria que afectó con mayor intensidad a las zonas más vulnerables del Perú.

3.3 Definición de términos básicos

Beneficiario/a

Persona física o jurídica nombrada para percibir beneficios como apoyo financiero o de ámbito social.

Diseño UX

Diseño de la experiencia que tiene una persona al usar un producto o servicio. Una experiencia de usuario positiva es simple, intuitiva y agradable, por otro lado, una experiencia de usuario negativa es compleja, confusa y frustrante (Christensson P., 2019).

Donaciones

Liberalidad, acto de altruismo de quien otorga de manera gratuita un bien o servicio a favor de otra persona que lo acepta.

Usuario

Es la persona para la que está diseñado un programa de software o un dispositivo de hardware, se basa en la idea de que el objetivo final de este producto sea útil para el consumidor (Christensson P., 2006).

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1 Hipótesis principal

Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

4.1.2 Hipótesis derivadas

Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla.

Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla.

Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.

4.2 Operacionalización de variables

V1: Plataforma de *Crowdfunding*

Se define Plataforma de *Crowdfunding* como un espacio virtual que permite el financiamiento colectivo para un fin social o económico. Esta variable está conformada por 2 dimensiones:

- Diseño
- Satisfacción del usuario

V2: Gestión sostenible de Ollas comunes

La gestión sostenible de ollas comunes se define como un conjunto de mecanismos para mantener la vigencia de organizaciones que brindan seguridad alimentaria. Esta variable está conformada por 3 dimensiones:

- Organización
- Financiamiento
- Visión de desarrollo

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Diseño metodológico

Tipo aplicada

Se busca facilitar la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla. Dado el aumento de confianza en transacciones virtuales, surge la oportunidad de acercar donaciones a las iniciativas de ollas comunes para su vigencia en el tiempo. Se pretende evaluar la viabilidad del desarrollo de una plataforma de crowdfunding para lograr este objetivo.

Enfoque mixto

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron datos cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo se trabajó sobre encuestas con preguntas cerradas a seguidores de Manos a la Olla, así como prospectos de donantes de ollas comunes. El enfoque cualitativo se trabajó sobre preguntas a lideresas de la asociación y organizaciones que brindan seguridad alimentaria.

Diseño descriptivo

Se cuenta con investigaciones existentes sobre crowdfunding y gestión de ollas comunes. La bibliografía podría ser comparable con otros estudios previos y servirá como base teórica para la presentación.

Nivel correlacional

La información recolectada busca encontrar relación entre la implementación del diseño de una plataforma de crowdfunding y la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla.

5.2 Diseño muestral

La muestra seleccionada ha sido una muestra representativa de 110 personas, esto debido a que se utilizó una muestra a conveniencia del investigador, puesto a que se tiene una población sobredimensionada.

5.3 Población

Personas económicamente activas, de 18 a 60 años de edad en Lima Metropolitana.

5.4 Muestra

Se está empleando un muestreo por conveniencia del equipo investigador, con lo cual se ha seleccionado un total de 110 participantes por las características que presentan de comportamiento y estado laboral.

5.5 Técnica de recolección de datos

La primera técnica empleada es la encuesta. Se aplicó un cuestionario conformado por 20 preguntas cerradas, aplicada a participantes estrictamente voluntarios mediante Google Forms.

La segunda técnica elegida es la entrevista. Se realizaron tres entrevistas semiestructuradas, dirigidas a fundadoras de la asociación Manos a la Olla y voluntarias de organizaciones sin fines de lucro que brindan seguridad alimentaria.

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información

Para la tabulación y análisis de los datos se utilizó el software de Microsoft Excel y IBM SPSS, lo que permitió evidenciar la correlación entre las variables estudiadas.

5.7 Resultados

5.7.1 Análisis descriptivo

Tabla 2

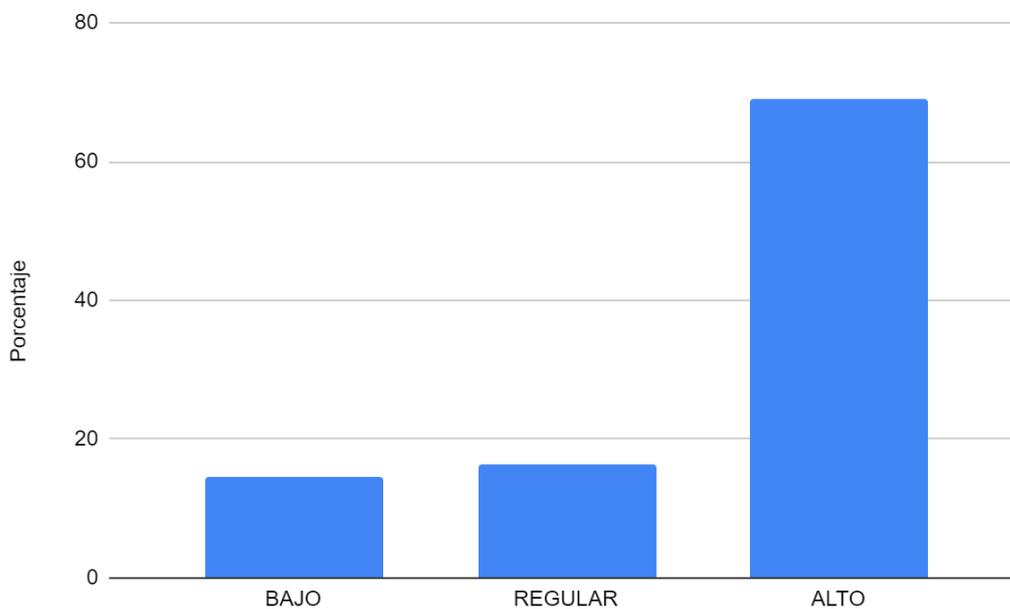
Frecuencia de transacciones digitales de dinero

Tabla 2	Cantidad	Porcentaje
BAJO	16	14.5%
REGULAR	18	16.4%
ALTO	76	69.1%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Figura 6

Frecuencia de transacciones digitales de dinero



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

En el gráfico se demuestra que el 69.1 % de las 110 personas encuestadas realiza frecuentemente transacciones digitales de dinero. Esto significa que son usuarios familiarizados con este tipo de operación y tienen un nivel de confianza alto en su uso repetido de plataformas digitales que involucren decisiones financieras.

Tabla 3

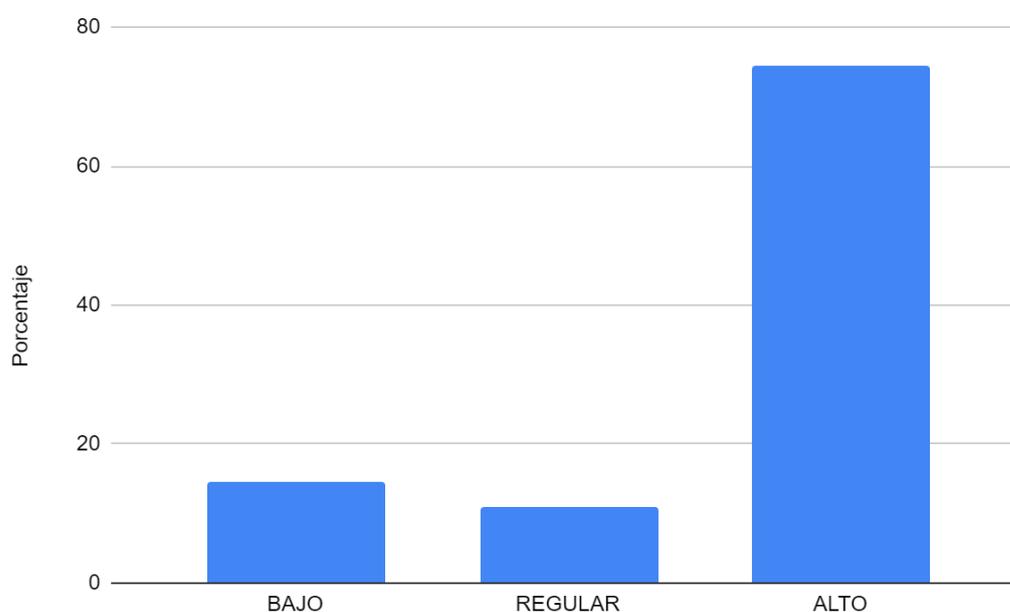
Uso de smartphone para realizar transacciones digitales

Tabla 3	Cantidad	Porcentaje
BAJO	16	14.5%
REGULAR	12	10.9%
ALTO	82	74.5%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Figura 7

Uso de smartphone para realizar transacciones digitales



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

El 74.5% de los encuestados utiliza un smartphone para realizar transacciones digitales, es decir, más de la mitad hace uso de este dispositivo y tiene acceso a ello. Este resultado es favorable para el proyecto porque las personas donantes tienen conocimiento sobre el uso de aplicativos donde se realizan transacciones monetarias y nos da pase a enfocar el diseño de la plataforma principalmente en su uso móvil.

Tabla 4

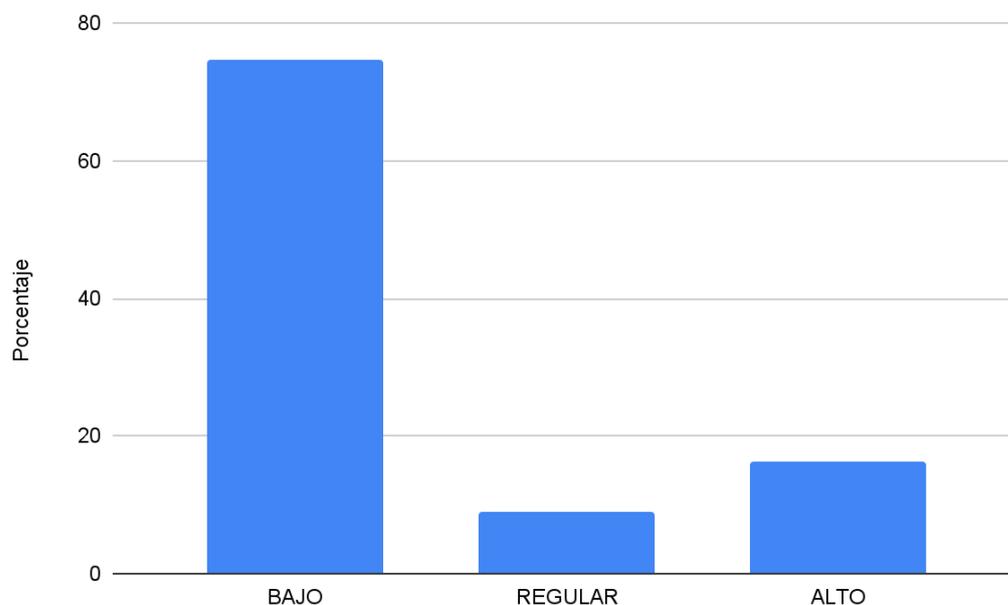
Uso previo de plataformas de crowdfunding

Tabla 4	Cantidad	Porcentaje
BAJO	82	75%
REGULAR	10	9.1%
ALTO	18	16.4%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Figura 8

Uso previo de plataformas de crowdfunding



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

La figura 8 evidencia que de la muestra, 75% no ha hecho uso de plataformas de crowdfunding. Este porcentaje denota la poca cercanía que hay con este tipo de plataformas, y si bien, puede complicar la primera decisión de uso también puede ser una oportunidad para que el proyecto resalte en el sector peruano.

Tabla 5

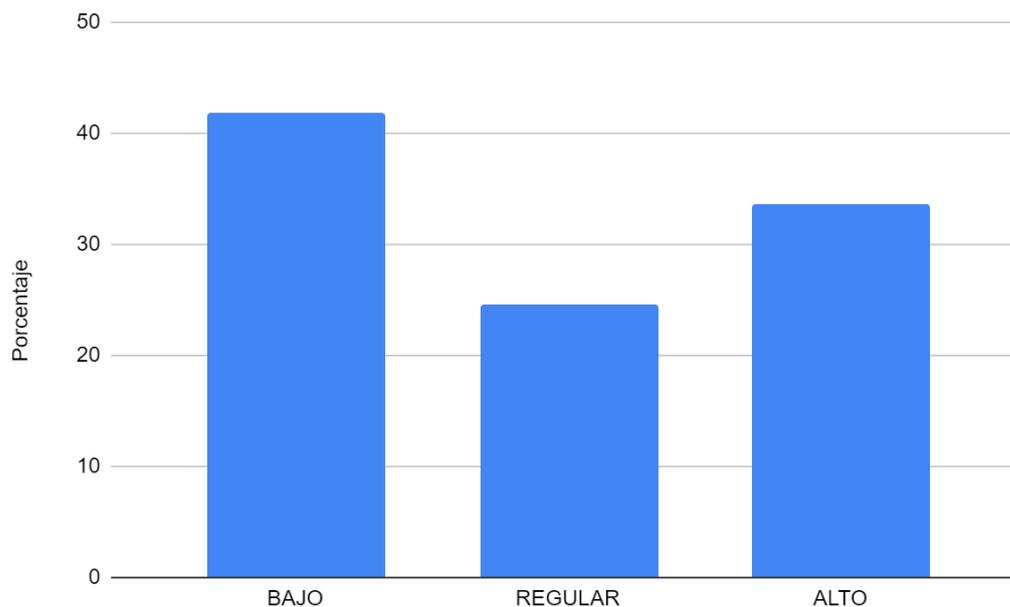
Influencia del diseño en la decisión de uso

Tabla 5	Cantidad	Porcentaje
BAJO	46	41.8%
REGULAR	27	24.5%
ALTO	37	33.6%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Figura 9

Influencia del diseño en la decisión de uso



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Según la figura 9, 33.6% se muestra de acuerdo y 41.8% en desacuerdo con que el diseño de una plataforma de crowdfunding influya en su decisión de uso. Lo

que significa que hay una discrepancia entre el valor que le dan al diseño de una plataforma, y que puede ser una decisión más bien intuitiva al tomar decisiones de uso.

Tabla 6

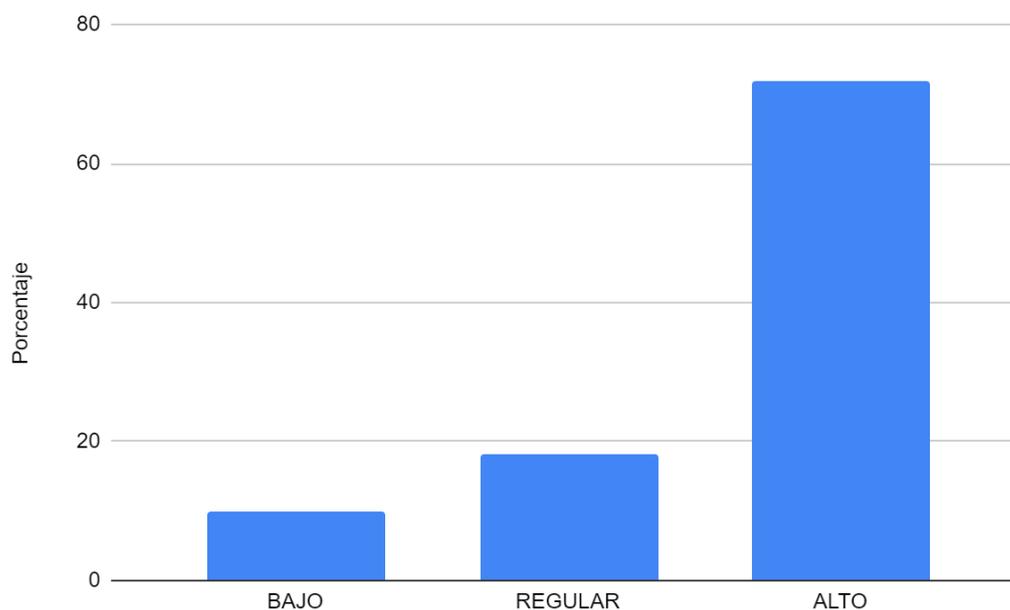
Relevancia de la facilidad de uso en las plataformas

Tabla 6	Cantidad	Porcentaje
BAJO	11	10%
REGULAR	20	18.2%
ALTO	79	71.8%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Figura 10

Relevancia de la facilidad de uso en las plataformas



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de diseño.

Según los resultados de la figura 10, 71.8% considera relevante la facilidad de uso en las plataformas digitales. Esto evidencia la importancia de aspectos como orden, coherencia, información clara en el diseño, y que es una oportunidad el priorizarlos en el proyecto.

Tabla 7

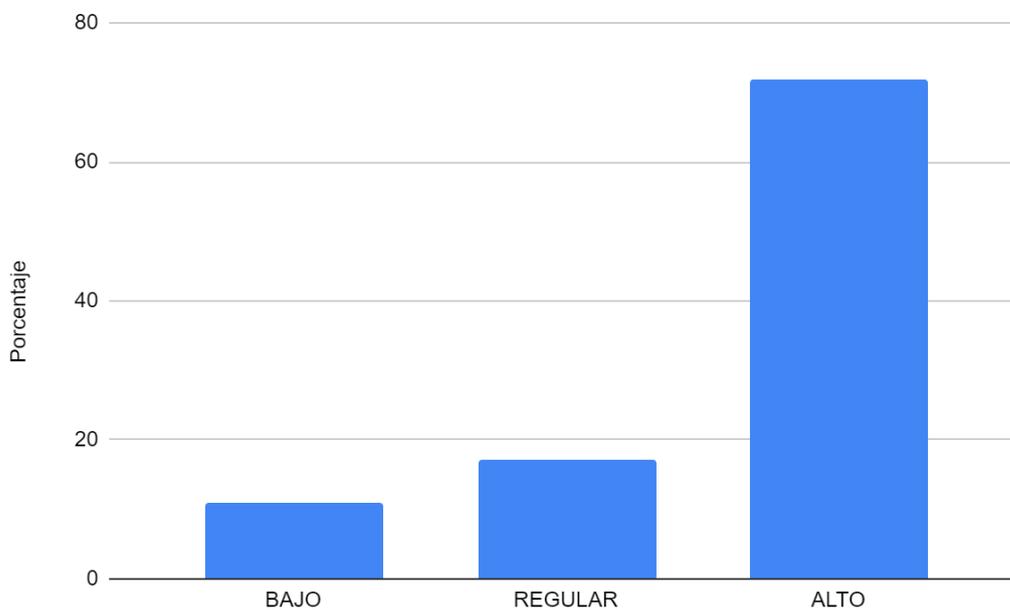
Influencia de las transacciones satisfactorias

Tabla 7	Cantidad	Porcentaje
BAJO	12	10.9%
REGULAR	19	17.3%
ALTO	79	71.8%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 11

Influencia de las transacciones satisfactorias



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

El 71.8% de los encuestados tiene una preferencia por páginas donde realizan transacciones satisfactorias, esto demuestra que la mayoría de encuestados si le dan importancia a la eficiencia y una buena experiencia al realizar transacciones digitales.

Tabla 8

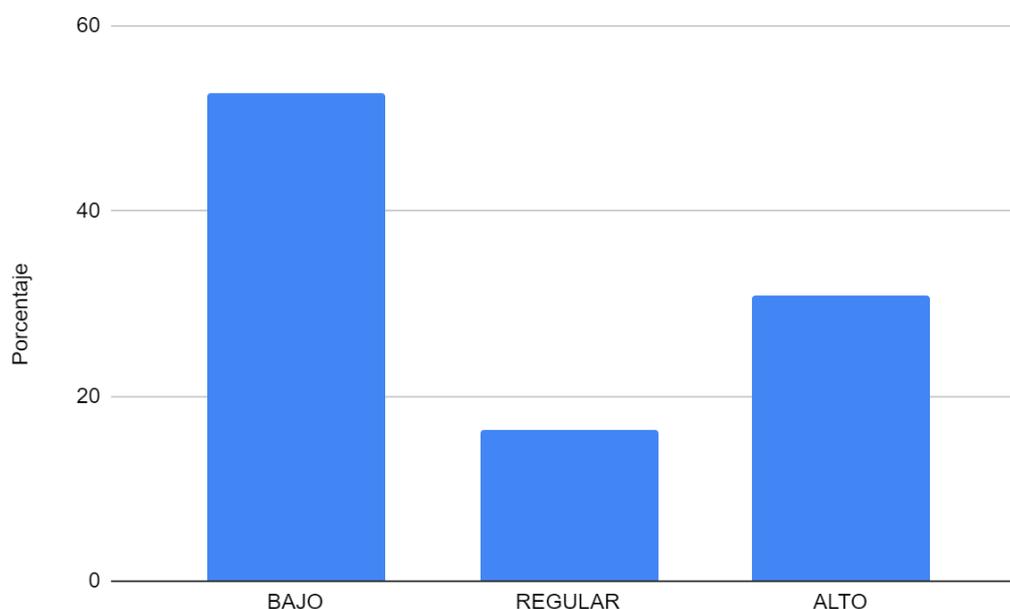
Realización de donaciones monetarias en el último año

Tabla 8	Cantidad	Porcentaje
BAJO	58	52.7%
REGULAR	18	16.4%
ALTO	34	30.9%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 12

Realización de donaciones monetarias en el último año



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Según la figura 12, el 30.9% donaron un importe monetario el último año, mientras el 52.7% no donaron algún importe monetario en el último año. Se concluye que la mayoría de los encuestados no donaron dinero el último año, es probable que hayan realizado donaciones de otro tipo como de artículos o servicios. En el proyecto se necesitaría comunicar las distintas formas de donar que la asociación tiene establecida.

Tabla 9

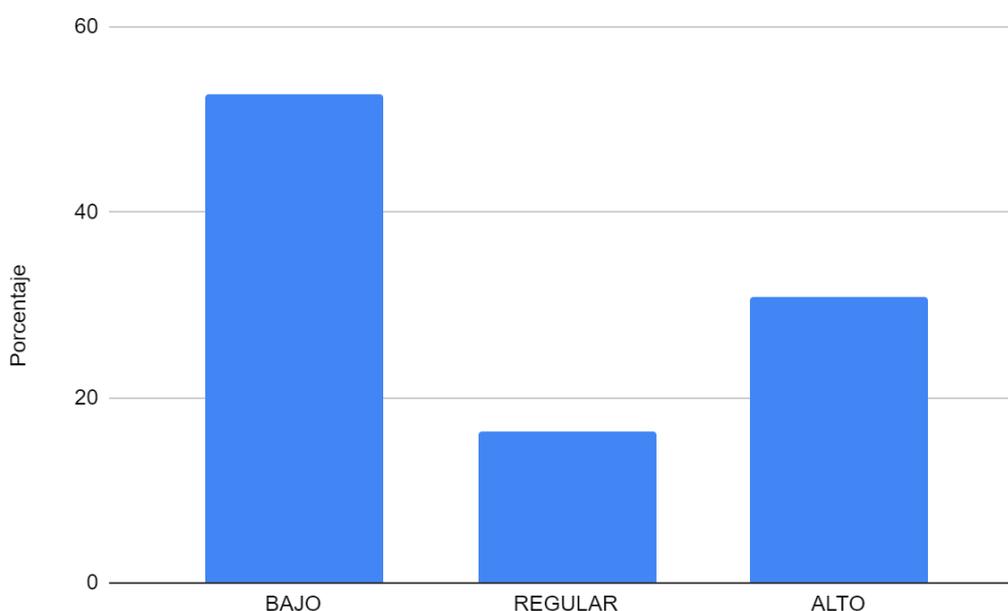
Apoyo a causas relacionadas a salud y alimentación

Tabla 9	Cantidad	Porcentaje
BAJO	56	50.9%
REGULAR	13	11.8%
ALTO	41	37.3%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 13

Apoyo a causas relacionadas a salud y alimentación



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Los resultados en la figura 13 evidencian que 37.3% apoyan a causas relacionadas a salud y alimentación mientras el 50.9% no ha apoyado causas relacionadas a salud y alimentación. Esto significa que la mayoría de los encuestados probablemente le dé prioridad a otras causas sociales. Asimismo es relevante que el proyecto se enfoque en la concientización sobre inseguridad alimentaria.

Tabla 10

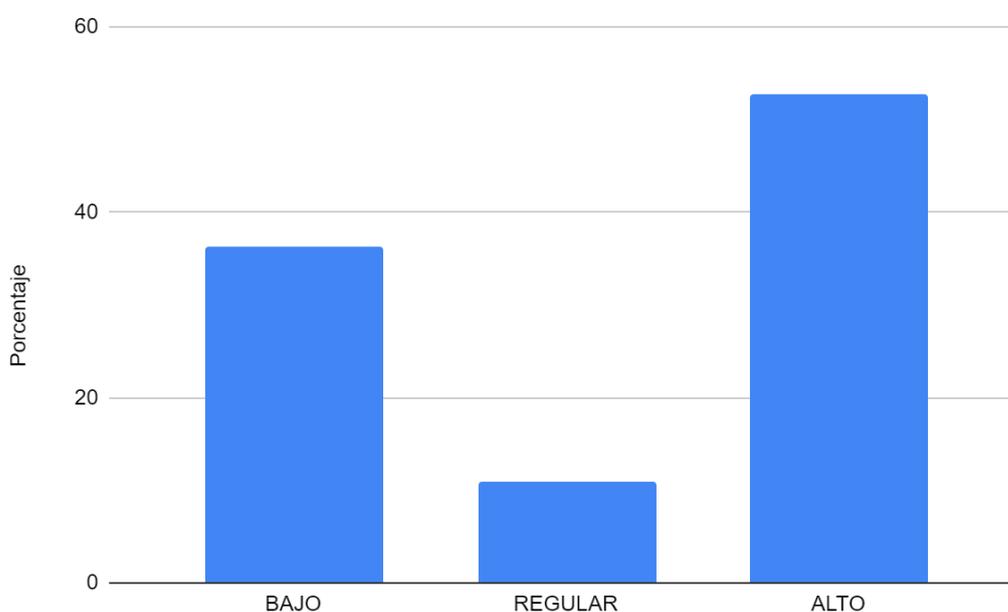
Preferencia de tarjetas bancarias y billeteras digitales al donar

Tabla 10	Cantidad	Porcentaje
BAJO	40	36.4%
REGULAR	12	10.9%
ALTO	58	52.7%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 14

Preferencia de tarjetas bancarias y billeteras digitales al donar



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

El 52.70% de los encuestados demuestra que prefieren donar con tarjetas bancarias y billeteras digitales, 10.9% son indiferentes al método de donación, y 36.4% no prefieren donar con tarjetas bancarias y billeteras digitales. Por lo que la mayoría de los encuestados sí estarían dispuestos a donar a través de medios digitales con estas opciones.

Tabla 11

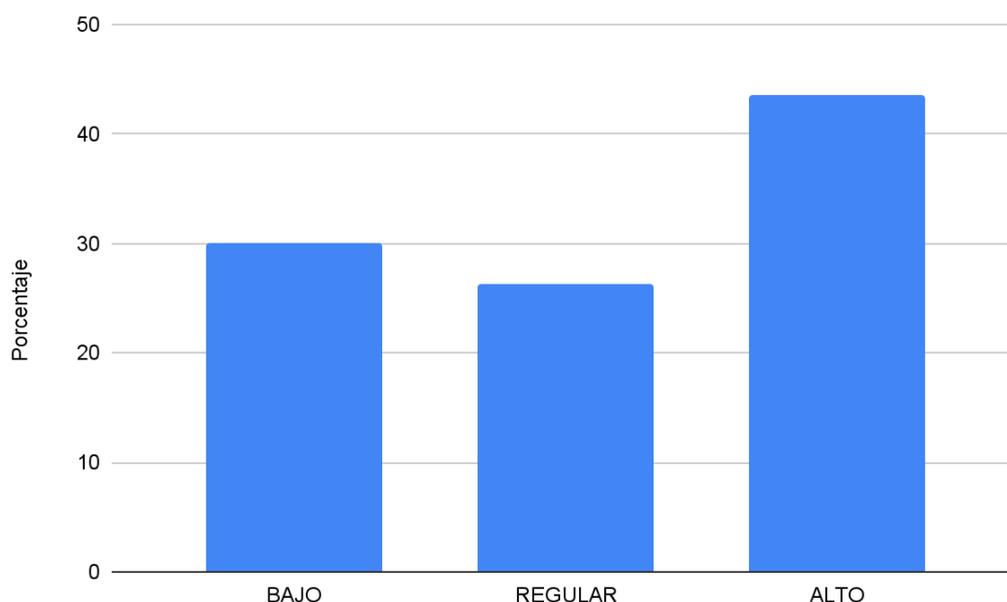
Disposición para donar a ollas comunes mediante un crowdfunding

Tabla 11	Cantidad	Porcentaje
BAJO	33	30%
REGULAR	29	26.4%
ALTO	48	43.6%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 15

Disposición para donar a ollas comunes mediante un crowdfunding



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

El 43.6% de los encuestados está dispuesto a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding, 26.4% son indiferentes a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding, y 30% no estarían dispuestos a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding. Siendo el porcentaje a favor el más alto, se puede afirmar que la mayoría de los encuestados sí donaría a través de la plataforma.

Tabla 12

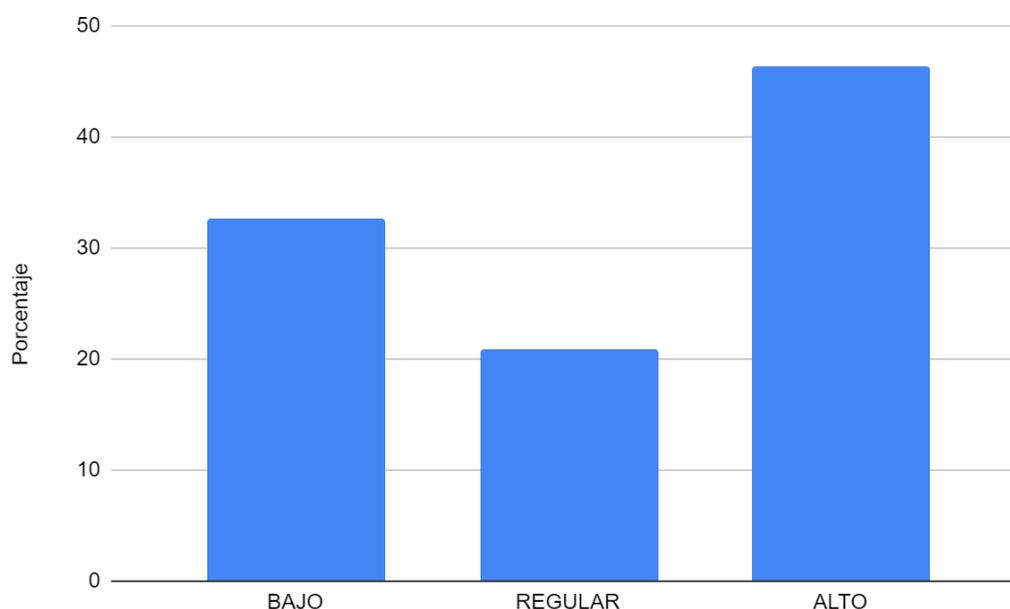
Disposición para donar desde S/. 5 mensuales en un crowdfunding

Tabla 12	Cantidad	Porcentaje
BAJO	36	32.7%
REGULAR	23	20.9%
ALTO	51	46.4%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

Figura 16

Disposición para donar desde S/. 5 mensuales en un crowdfunding



Nota. Procesamiento de datos para medir la satisfacción del usuario.

La figura 16 demuestra que un 46.4% está de acuerdo en donar un valor de s/. 5 soles mensuales a las ollas comunes mediante un crowdfunding, este valor es más que el 32.7% quienes están en desacuerdo con la colaboración. Se puede inferir que la gran mayoría de participantes estaría dispuesto en participar con sus donaciones voluntarias para las ollas comunes.

Tabla 13

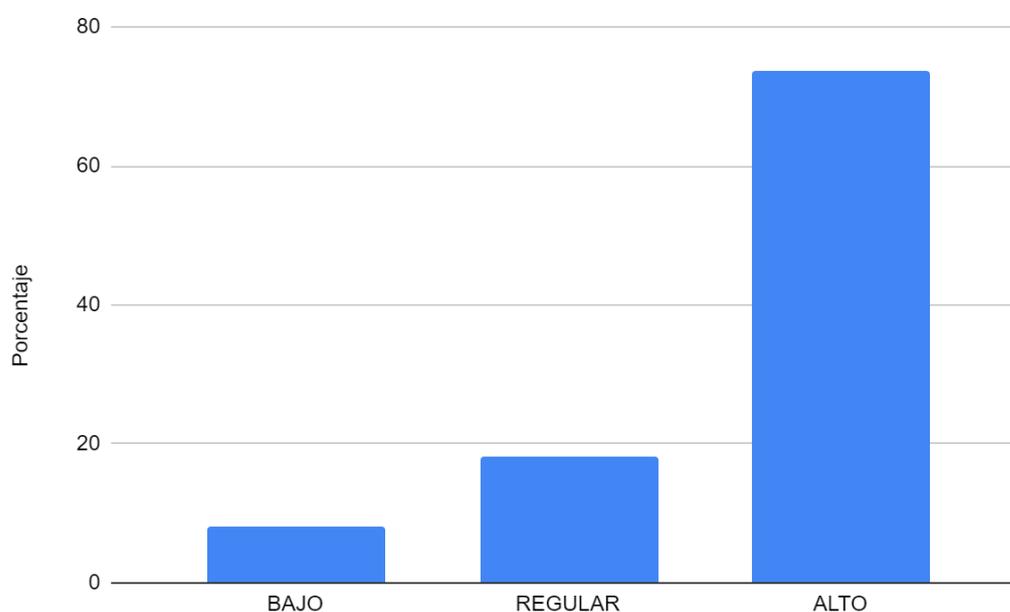
Importancia del apoyo a ollas comunes en su comunidad

Tabla 13	Cantidad	Porcentaje
BAJO	9	8.2%
REGULAR	20	18.2%
ALTO	81	73.6%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

Figura 17

Importancia del apoyo a ollas comunes en su comunidad



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

La figura 17 demuestra que un 73.6% le da importancia a las ollas comunes de su comunidad, 18.2% son indiferentes y un 8.2% no les dan importancia. Esto hace deducir que la mayoría de personas que participaron en el estudio demuestran un gran interés por las ollas comunes de su comunidad, por lo cual el proyecto que se está realizando puede tener apego a los donantes e interesados.

Tabla 14

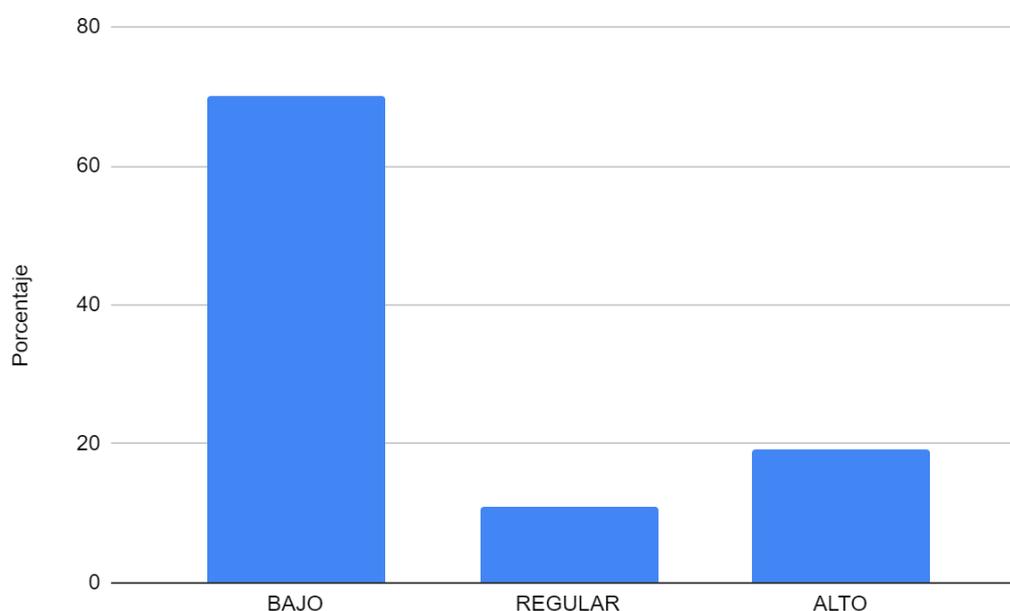
Experiencia en la organización o gestión de una olla común

Tabla 14	Cantidad	Porcentaje
BAJO	77	70%
REGULAR	12	10.9%
ALTO	21	19.1%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

Figura 18

Experiencia en la organización o gestión de una olla común



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

En la figura 18 se puede observar que un 70% no ha participado en ollas comunes, mientras que un 19.1% si ha participado en la organización o gestión de una. Se puede deducir que las personas encuestadas tienen poco conocimiento sobre la administración de las ollas comunes, por ello el proyecto de la plataforma de crowdfunding puede acercar más estos aspectos y resaltar la importancia de involucrarnos en proyectos comunitarios.

Tabla 15

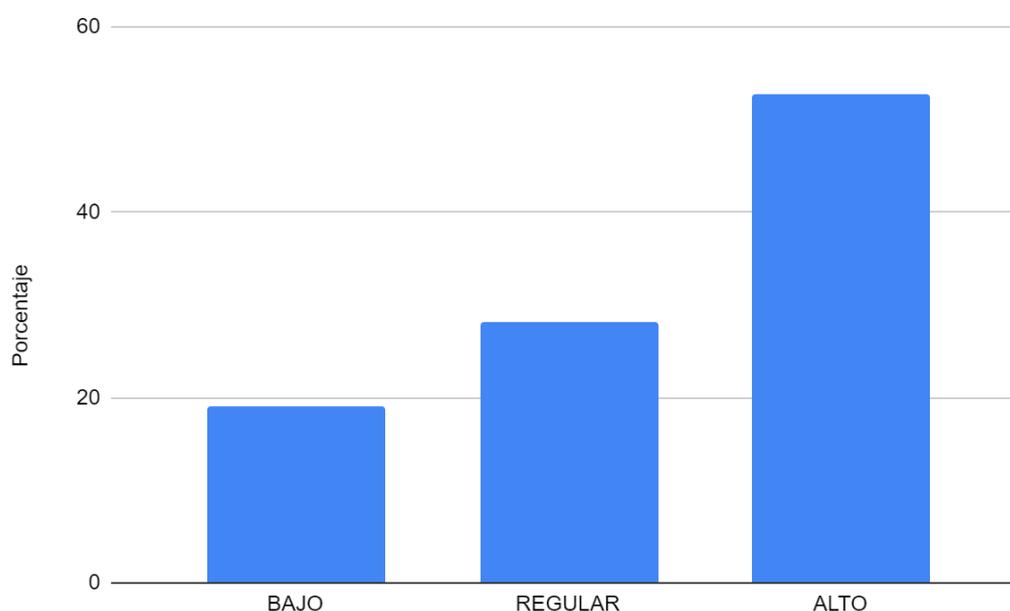
Influencia del crowdfunding en las decisiones organizacionales

Tabla 15	Cantidad	Porcentaje
BAJO	21	19.1%
REGULAR	31	28.2%
ALTO	58	52.7%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

Figura 19

Influencia del crowdfunding en las decisiones organizacionales



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión sobre organización.

En la figura 19 se demuestra que más de un 50% están de acuerdo que mediante la creación de un crowdfunding se podría ser más eficiente en la toma de decisiones organizacionales. El proyecto planteado sensibiliza a los participantes de la encuesta y visibiliza la oportunidad de contribuir con data a la toma de decisiones precisas dentro de la asociación.

Tabla 16

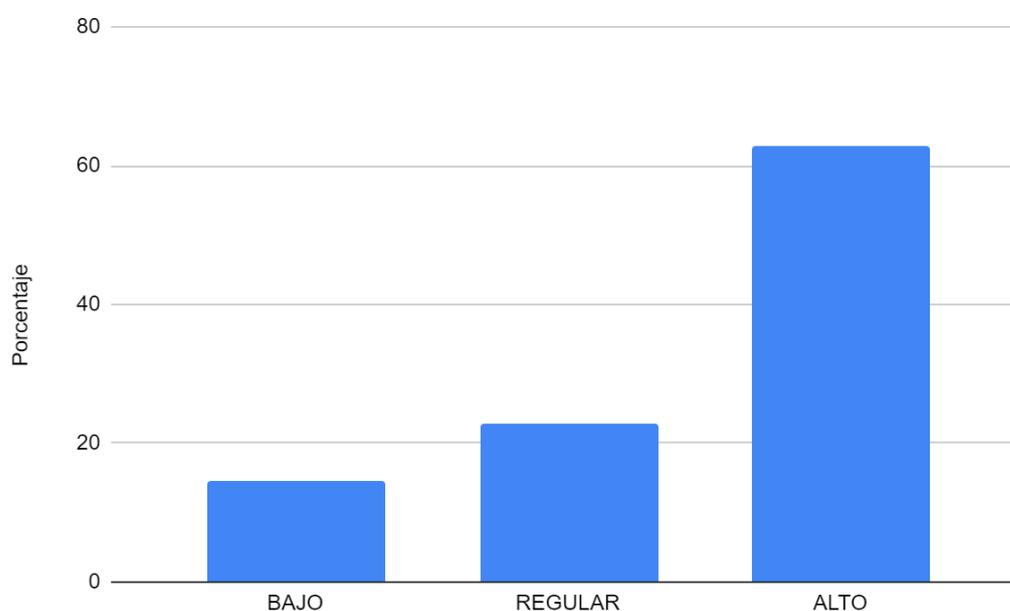
Influencia del crowdfunding en la sostenibilidad de ollas comunes

Tabla 16	Cantidad	Porcentaje
BAJO	16	14.5%
REGULAR	25	22.7%
ALTO	69	62.7%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de financiamiento.

Figura 20

Influencia del crowdfunding en la sostenibilidad de ollas comunes



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de financiamiento.

En la figura 20 se observa que tan solo un 14.5% considera que mediante un crowdfunding hay una influencia baja o nula de que las ollas comunes se sostengan en el tiempo, mientras que más del 60% de los participantes considera que sí impactaría en la sostenibilidad. Por lo que se deduce que hay una mirada positiva en los encuestados de que la creación de la plataforma puede ayudar a las ollas comunes en el tiempo.

Tabla 17

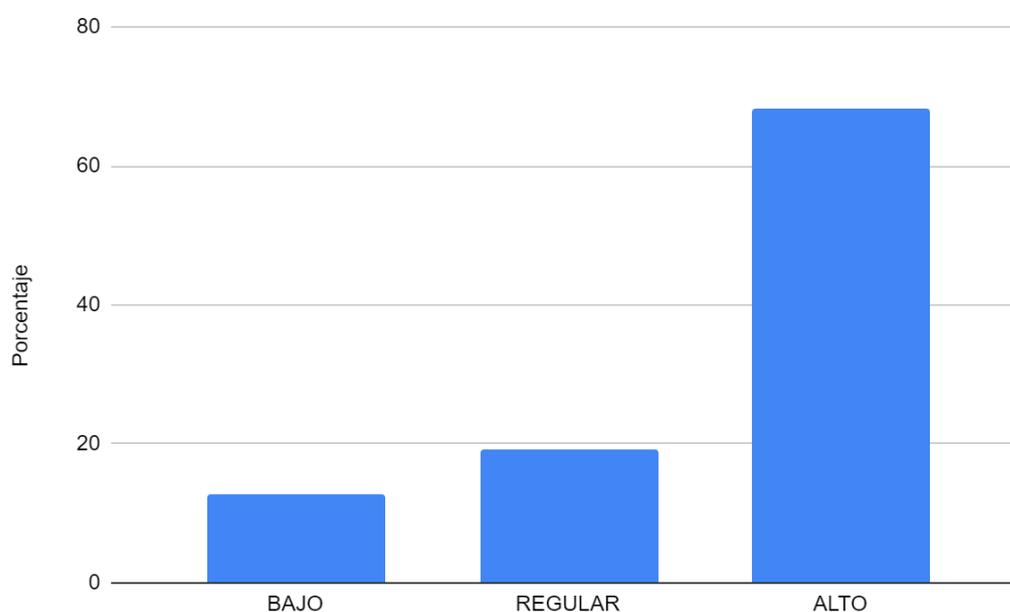
Influencia del crowdfunding en el financiamiento de ollas comunes

Tabla 17	Cantidad	Porcentaje
BAJO	14	12.7%
REGULAR	21	19.1%
ALTO	75	68.2%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de financiamiento.

Figura 21

Influencia del crowdfunding en el financiamiento de ollas comunes



Nota. Procesamiento de datos para medir la dimensión de financiamiento.

En la figura 21, el 68.2% de los encuestados considera que esta acción colectiva puede financiar el presupuesto en una olla común. Mientras, un 12.7% difiere. Esto significa que hay una expectativa en que elementos indispensables como equipamiento, transporte y alimentos logren ser cubiertos con el proyecto.

Tabla 18

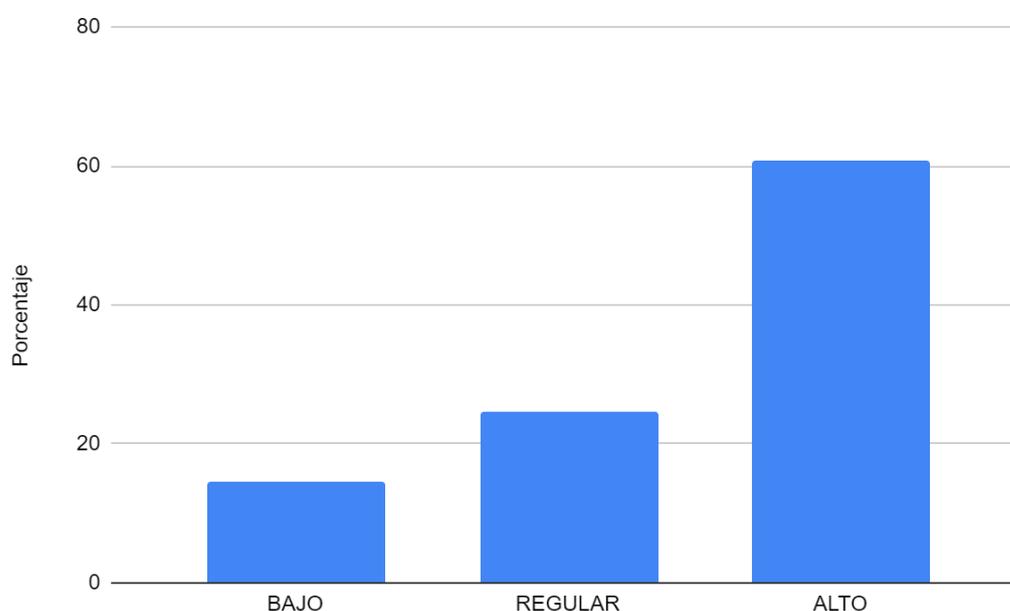
Influencia del crowdfunding en negocios sostenibles para las ollas comunes

Tabla 18	Cantidad	Porcentaje
BAJO	16	14.5%
REGULAR	27	24.5%
ALTO	67	60.9%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

Figura 22

Influencia del crowdfunding en negocios sostenibles para las ollas comunes



Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

El 60.9% de la muestra considera que esta acción puede impulsar el desarrollo de pequeños negocios e iniciativas que pueden hacer sostenible a las ollas comunes. Los resultados evidencian que esta acción pueda atraer tales efectos positivos.

Tabla 19

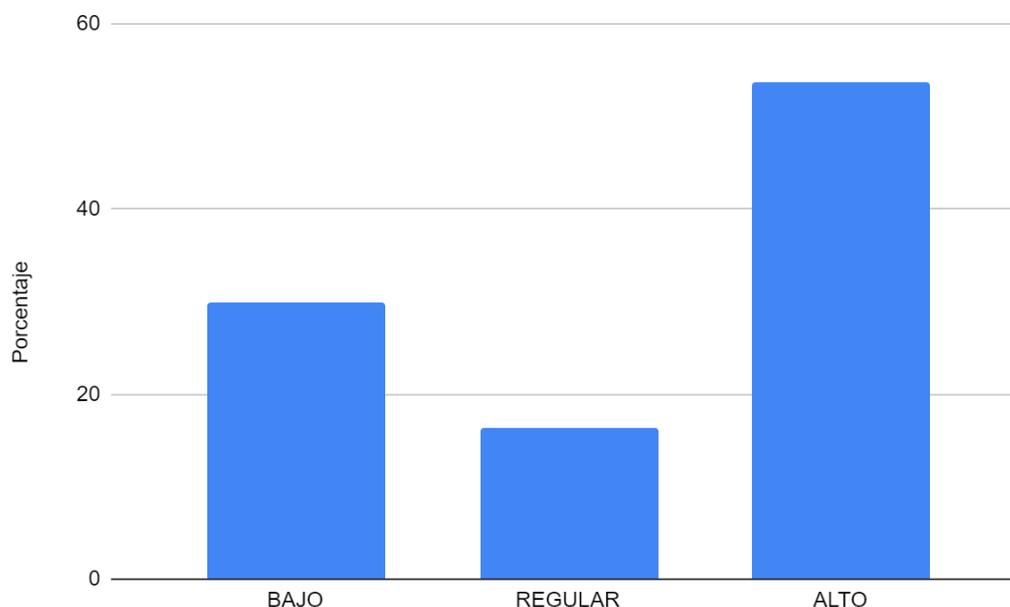
Interés en recibir información del impacto de sus donaciones

Tabla 19	Cantidad	Porcentaje
BAJO	33	30%
REGULAR	18	16.4%
ALTO	59	53.6%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

Figura 23

Interés en recibir información del impacto de sus donaciones



Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

En los resultados de la figura 23, 53.6% tienen un interés alto en recibir información periódicamente sobre el impacto de sus donaciones en las ollas comunes, mientras un 30% tiene un interés bajo. Esto demuestra que se considera importante conocer cómo sus acciones generan cambios positivos, algo que puede ser más visible desde una sección en el crowdfunding.

Tabla 20

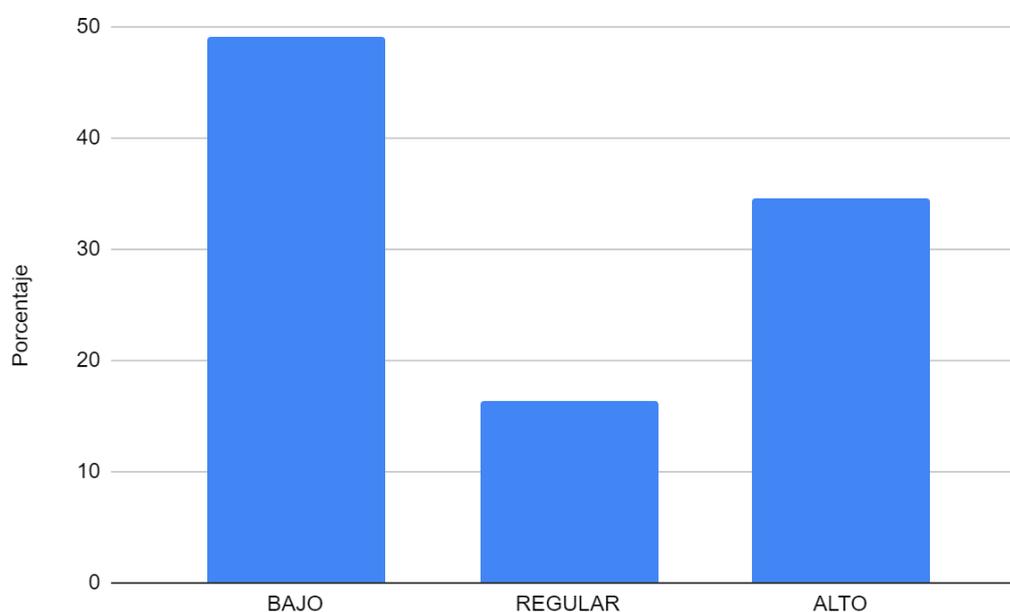
Interés en recibir reconocimiento y/o recompensas al donar

Tabla 20	Cantidad	Porcentaje
BAJO	54	49.1%
REGULAR	18	16.4%
ALTO	38	34.5%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

Figura 24

Interés en recibir reconocimiento y/o recompensas al donar



Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

Un 49.1% se encuentra en desacuerdo con recibir algún tipo de reconocimiento o recompensa al donar a las ollas comunes, este porcentaje demuestra que no es algo que esperen al realizar esta acción y denota la importancia y conciencia que se tiene en este tipo de proyecto. A partir de este gráfico podemos evaluar si el tipo de crowdfunding a prototipar debe ser o no basado en recompensas (*reward-based*).

Tabla 21

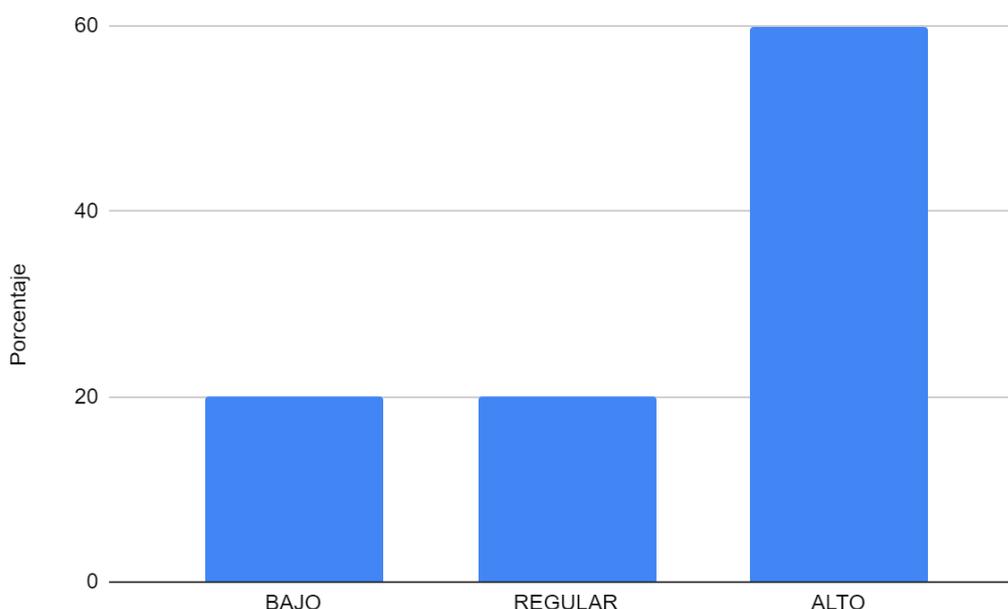
Disposición para difundir la labor de las ollas comunes

Tabla 21	Cantidad	Porcentaje
BAJO	22	20%
REGULAR	22	20%
ALTO	66	60%
Total	110	100%

Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

Figura 25

Disposición para difundir la labor de las ollas comunes



Nota. Procesamiento de datos sobre la visión de desarrollo.

El 60% de la muestra está de acuerdo con difundir la labor de las ollas comunes, un 20% se muestra indiferente a tal acción y otro 20% tiene una baja disposición para hacerlo. Los resultados evidencian que gran parte de las personas encuestadas sí compartirían información sobre ollas comunes, además, para el porcentaje restante se pueden considerar estrategias que incentiven esta difusión mediante redes sociales o círculos de amigos.

5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

Contrastación de hipótesis general

a) Plantear la hipótesis

H1: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

H0: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces no se contribuirá en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

b) Determinar el nivel de significancia

El nivel de Significancia considerado para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Rho Spearman

Tabla 22

Correlación entre la variable 1 y la variable 2

		Donación mediante una plataforma de crowdfunding	Sostenibilidad de ollas comunes
Donación mediante una plataforma de crowdfunding	Coefficiente de correlación	1,000	,665**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	110	110
Sostenibilidad de ollas comunes	Coefficiente de correlación	,665**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	110	110

**Correlación significativa en el nivel 0.001 (bilateral)

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no proceder a rechazar la hipótesis planteada, esto permite confirmar la existencia de una relación directa entre las variables propuestas.

e) Analizar índice de correlación

En el siguiente estudio el Rho de Spearman se determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces se puede considerar válida. El resultado obtenido de la prueba es 0.665, es decir 66.5% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Tomando en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determina lo siguiente:

- 0.00 – 0.20 Relación muy baja
- 0.21 – 0.40 Relación baja
- 0.41 – 0.60 Relación moderada
- 0.61 – 0.80 Relación significativa
- 0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación significativa entre el diseño de una plataforma de crowdfunding y la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

Contrastación de la primera hipótesis específica

a) Plantear la hipótesis

H1: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla.

H0: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces no se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla.

b) Determinar el nivel de significancia

El nivel de Significancia considerado para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Rho Spearman

Tabla 23

Rho de Spearman para la primera hipótesis

		Facilidad de uso en plataformas digitales	Toma de decisiones organizacionales de ollas comunes
Facilidad de uso en plataformas digitales	Coefficiente de correlación	1,000	,578**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	110	110
Toma de decisiones organizacionales de ollas comunes	Coefficiente de correlación	,578**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	110	110

**Correlación significativa en el nivel 0.001 (bilateral)

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no proceder a rechazar la hipótesis planteada, esto permite confirmar la existencia de una relación directa entre las variables propuestas.

e) Analizar índice de correlación

En el siguiente estudio el Rho de Spearman se determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces se puede considerar válida. El resultado obtenido de la prueba es 0.578, es decir 57.8% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Tomando en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determina lo siguiente:

- 0.00 – 0.20 Relación muy baja
- 0.21 – 0.40 Relación baja
- 0.41 – 0.60 Relación moderada
- 0.61 – 0.80 Relación significativa
- 0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación moderada entre el diseño de una plataforma de crowdfunding y las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla.

Contrastación de la segunda hipótesis específica

a) Plantear la hipótesis

H1: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla.

H0: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces no se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla.

b) Determinar el nivel de significancia

El nivel de Significancia considerado para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Rho Spearman

Tabla 24

Rho de Spearman para la segunda hipótesis

		Donación mensual (s/. 5) en un crowdfunding	Financiamiento de ollas comunes
Donación desde S/. 5 mensuales en un crowdfunding	Coefficiente de correlación	1,000	,624**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	110	110
Financiamiento del presupuesto en ollas comunes	Coefficiente de correlación	,624**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	110	110

**Correlación significativa en el nivel 0.001 (bilateral)

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no proceder a rechazar la hipótesis planteada, esto permite confirmar la existencia de una relación directa entre las variables propuestas.

e) Analizar índice de correlación

En el siguiente estudio el Rho de Spearman se determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces se puede considerar válida. El resultado obtenido de la prueba es 0.624, es decir 62.4% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Tomando en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determina lo siguiente:

- 0.00 – 0.20 Relación muy baja
- 0.21 – 0.40 Relación baja
- 0.41 – 0.60 Relación moderada
- 0.61 – 0.80 Relación significativa
- 0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación significativa entre el diseño de una plataforma de crowdfunding y el financiamiento de la asociación Manos a la Olla.

Contrastación de la tercera hipótesis específica

a) Plantear la hipótesis

H1: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.

H0: Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.

b) Determinar el nivel de significancia

El nivel de Significancia considerado para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Rho Spearman

Tabla 25

Rho de Spearman para la tercera hipótesis

		Transacciones digitales satisfactorias	Desarrollo de iniciativas sostenibles
Transacciones digitales satisfactorias	Coefficiente de correlación	1,000	,514**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	110	110
Desarrollo de iniciativas sostenibles	Coefficiente de correlación	,514**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	110	110

**Correlación significativa en el nivel 0.001 (bilateral)

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no proceder a rechazar la hipótesis planteada, esto permite confirmar la existencia de una relación directa entre las variables propuestas.

e) Analizar índice de correlación

En el siguiente estudio el Rho de Spearman determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces podemos considerarla válida. El resultado obtenido de la prueba nos arroja un resultado de 0.514, es decir 51.4% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación moderada entre el diseño de una plataforma de crowdfunding y la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.

CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

La propuesta de innovación tiene como finalidad desarrollar una plataforma de crowdfunding que incentive el apoyo de la asociación Manos a la Olla para lograr su sostenibilidad a futuro. Se tiene el objetivo de diseñar la plataforma basándonos en el público objetivo investigado para idear el diseño de experiencia y confianza en el usuario final.

Además, el resultado que se espera conseguir es crear un prototipo viable para Manos a la Olla considerando sus acciones para lograr financiamiento y cumplir sus metas a futuro.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

Mediante este proyecto se busca crear un prototipo de crowdfunding de la asociación Manos a la Olla, de manera demográfica dirigida a personas entre 18 a 60 años económicamente activas y parte de Lima Metropolitana. La propuesta incluye el diseño de la pantalla principal, sección con información relevante de Manos a la Olla, las campañas recientes, el cómo unirse a la ayuda, la zona de pago y muestra del impacto de los donantes. Una oportunidad en el sector tecnológico para el desarrollo de crowdfunding con fines sociales y su expansión no solo local.

6.3 Diagnóstico situacional

Información sobre Manos a la Olla

Manos a la Olla es una asociación fundada por seis mujeres profesionales que buscan fortalecer y visibilizar el trabajo y organización de las ollas comunes de Lima Sur.

Fundada en el 2020, la asociación empezó apoyando a 4 ollas comunes con un promedio de 100 personas beneficiarias cada una. Actualmente, a tres años de creación, la cantidad de ollas comunes aliadas es el doble.

Manos a la Olla se describe como una gran cadena de voluntarios: “Las lideresas trabajan voluntariamente para su comunidad y la asociación trabaja de forma voluntaria con las lideresas, quienes hacen lo que pueden para que nadie se quede con hambre”.

Gestión de recursos

- 1. Donación de dinero:** Difusión de números de cuenta para donación mediante redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok.
- 2. Actividades pro-fondos:** Rifas, talleres y eventos.
- 3. Donación de talento, servicios o materiales:** Convocatoria de voluntarios para Manos a la Olla, donaciones de talento (Talleres, presentaciones y obras pro-fondos), donación de servicios (Movilidad y capacitaciones). Y convocatoria de donación de alimentos para 500 personas, esto planteado por el coste de transporte.

Fortalecimiento de capacidades

Manos a la Olla realiza talleres de integración con las lideresas de ollas comunes aliadas, capacitaciones sobre la gestión de donaciones, liderazgo y requisitos para ser un comedor popular. La asociación tiene muy presente la importancia del empoderamiento comunitario, sobre todo en las mujeres lideresas ya que hay una lucha histórica por su reconocimiento y derecho a ser visibles en espacios públicos.

Detalles de gastos de una olla común

Costos aproximados de la Olla común “La Esperanza”, cuenta con 120 beneficiarios y 6 días de funcionamiento a la semana.

Tabla 26*Presupuesto integral de una olla común*

Desayuno por mes (AVENA con CHOCOLATE+2 PANES con HUEVO)	s/. 5,760
Costo unitario	s/. 2
Costo por día	s/. 240
Costo por semana (x6)	s/. 1,440
Costo por mes	s/. 5,760
Almuerzo por mes (SOPA+SEGUNDO con carne+REFRESCO+FRUTA)	s/. 11,520
Costo unitario	s/. 4
Costo por día	s/. 480
Costo por semana (x6)	s/. 2,880
Costo por mes	s/. 11,520
Lonche por mes (7 SEMILLAS+PAN)	s/. 1,440
Costo unitario	s/. 0.5
Costo por día	s/. 60
Costo por semana (x6)	s/. 360
Costo por mes	s/. 1,440
Elementos de Bioseguridad por mes	s/. 576
Gas	s/. 540
Movilidad	s/. 280
Total	s/. 20,116

Nota: Elaborado por la asociación Manos a la Olla.

A partir del presupuesto mensual, la asociación planteó campañas de recaudación con 3 tipos de metas.

Meta 1: s/. 20 mil (cobertura de 1 olla por mes)

Meta 2: s/. 40 mil (cobertura de 2 ollas por mes)

Meta 3: s/. 80 mil (cobertura de 4 ollas por mes)

FODA

Tabla 27

Desarrollo del FODA de la asociación Manos a la Olla

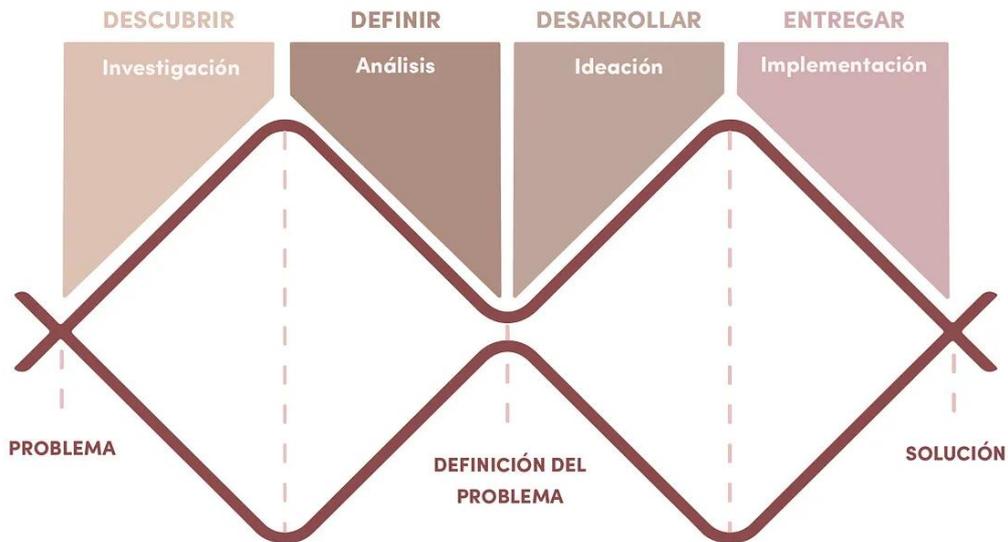
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">● Cuenta con 3 años de fundación.● Cuenta con una comunidad de voluntarios y equipo establecidos.● Desarrolla estrategias creativas de recaudación.● Lineamientos claros y planes a largo plazo.	<ul style="list-style-type: none">● No cuenta con el apoyo de personas naturales y organizaciones privadas de manera constante.● No cuenta con un medio propio de recaudación de dinero online a nombre de la asociación.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">● Mayor sentido de activismo en la población.● Aumento de confianza en transacciones por compras o donaciones online.● Mayor posibilidad de alianzas y visibilidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">● Alza de precios en insumos y servicios esenciales.● Inestabilidad política, el no reconocimiento de ollas comunes como comedores populares.● Desastres naturales o emergencias sanitarias.

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

Se contará con los siguientes procesos basados en el Modelo de Diseño del doble diamante para el desarrollo del prototipo de aplicación para Manos a la Olla.

Figura 26

Modelo de Diseño del Doble Diamante



Nota: La imagen muestra las etapas del Modelo de Diseño del Doble Diamante creado por el British Design Council. Tomado de <https://medium.com/@studiolahacienda>.

6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación

Fase 1: Primer Diamante

Descubrir

En este primer punto, mediante la observación e investigación se plantean las características del usuario ideal final. Se responde a la pregunta “¿Para quién estamos diseñando?” teniendo en cuenta sus metas y frustraciones, patrones demográficos, conductuales y psicográficos.

Figura 27

User persona de la aplicación de crowdfunding de Manos a la Olla

<p>NOMBRE EDAD OCUPACIÓN INTERESES LOCACIÓN</p>	<p>Andrea 27 Asistente de Marketing Tecnología, justicia social y ecología Lince - Lima, Perú</p>
<p>METAS</p>	<p>FRUSTRACIONES</p>
<p>Apoyar negocios que tengan un propósito social y/o ambiental para generar cambios positivos.</p> <p>Hacer del mundo un lugar sostenible para futuras generaciones.</p>	<p>No encontrar con facilidad iniciativas de confianza que apoyar.</p> <p>La falta de información o transparencia de las marcas que elige.</p>
<p>ESTILO DE VIDA</p>	<p>CONDUCTA ONLINE</p>
<p>Moderna: Trabajadora, decidida y de carácter pujante. Ve su futuro con optimismo y busca el éxito personal.</p> <p>Progresista: Voluntariosa y versátil, busca su desarrollo económico y profesional.</p>	<p>Usa aplicaciones de pedidos de comida como Manzana Verde, Rappi y Cirkula.</p> <p>No compra online si nota complejidades en el proceso de elección y carrito.</p> <p>Tiene cuentas activas en Twitter y Tik Tok, para entretenerse. Usa Instagram para compartir sobre viajes y recomendaciones.</p>

Definir

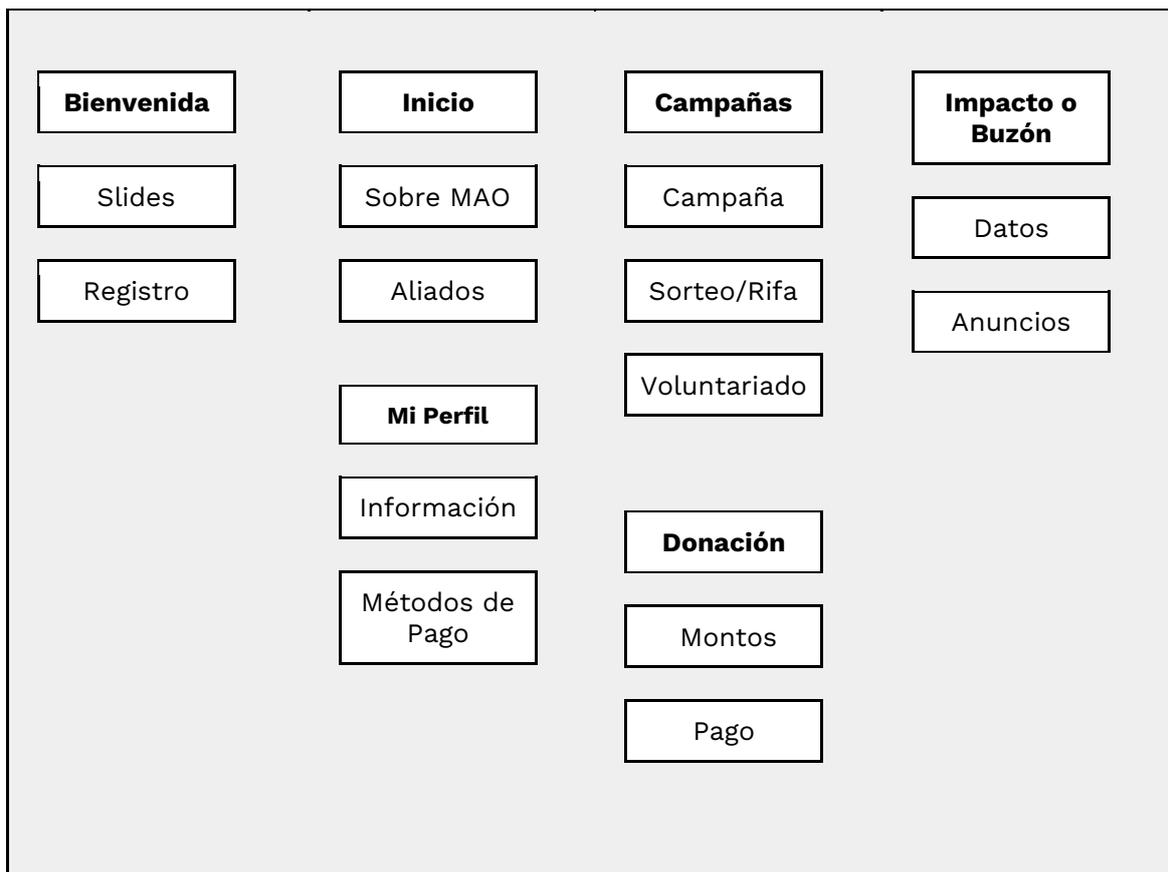
En este punto se debe definir el problema e ideamos maneras en la que solucionarlo mediante brainstorming.

Definición de problema: No encontrar un espacio online y confiable donde apoyar a ollas comunes.

How might we: ¿Cómo podríamos (situación) diseñar la experiencia de donación (beneficio) para facilitar el apoyo (beneficiario) a la asociación Manos a la Olla?

Figura 28

Brainstorming sobre categorías de la App



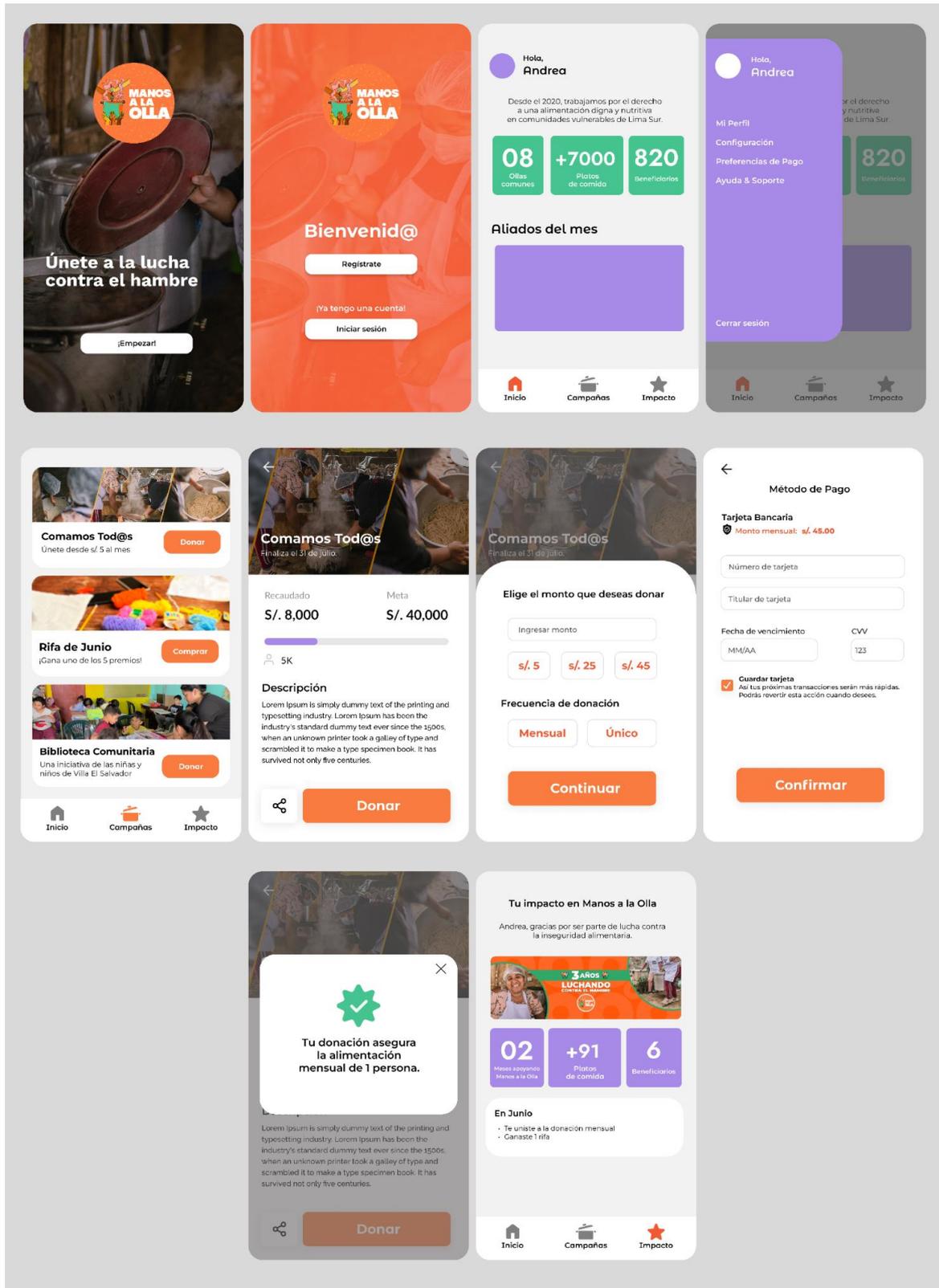
Fase 2: Segundo Diamante

Desarrollar

El equipo se reúne para proponer soluciones de diseño al problema definido y elegir las opciones a priorizar. Se toma en cuenta la investigación al público objetivo, observaciones y criterio sobre la viabilidad del diseño de interfaz.

Figura 29

Wireframe de prototipo de App



Entregar

La entrega consiste en presentar la propuesta de diseño, justificando las decisiones sobre el flujo de usuario y su viabilidad. Además, se recibe feedback para el planteo de las mejoras que se irán iterando como en todo proceso de diseño. Se contempla la reiterada aplicación del método o modelo del inicio para generar cambios rápidos pero significativos.

6.4.2 Presupuesto

Manos a la Olla es una asociación conformada en su totalidad por personas voluntarias, es así que para el desarrollo de este proyecto se contempla una convocatoria de voluntarios y voluntarias que puedan desempeñar los roles necesarios.

Además, ante el creciente apoyo al desarrollo de proyectos digitales con impacto social, la asociación tiene la posibilidad de postular a concursos que brinden financiamiento y/o la asesoría de expertos para el desarrollo final del proyecto.

Tabla 28

Presupuesto para el desarrollo del proyecto

Ítem	Servicio	Inversión
1	Diseñador UX	2,500.00
2	Diseñador UI	2,500.00
3	Herramientas de Testeo	200.00
4	Desarrolladores front-end	2,500.00
5	Especialista en Ciberseguridad	2,500.00
Total mensual		10,200.00

CONCLUSIONES

En cuanto a la correlación de variables ligadas a la hipótesis principal: “Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla”, a través de la prueba de Rho de Spearman se concluyó que existe una relación significativa del 66.65%.

En la primera hipótesis específica: “Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla”, a través de la prueba de Rho de Spearman se demostró que existe una relación moderada del 57.8% entre las variables.

En la segunda hipótesis específica: “Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla”, a través de la prueba de Rho de Spearman se demostró que existe una relación significativa del 62.4% entre las variables.

En la tercera hipótesis específica: “Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla”; a través de la prueba de Rho de Spearman se demostró que existe una relación moderada del 51.4% entre las variables.

Asimismo, a partir de la recolección de datos cuantitativos destacan resultados como una disposición alta-regular del 70% de donar mediante la plataforma de crowdfunding, y del 67% de realizar esta acción mensual a partir de 5 soles.

Hay un grado alto-regular del 70% en interés por recibir información sobre el impacto de sus donaciones, información que ayudará a la creación de una plataforma interactiva, informativa y transparente que pueda incentivar a difundir las labores de las ollas comunes con otras comunidades, gobierno y personas de interés.

Como conclusión final, a partir de los datos obtenidos se considera viable la implementación y la expectativa del impacto para la mejora de la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.

RECOMENDACIONES

Aprovechar la confianza actual que se tiene con las transacciones digitales a través de una App de crowdfunding (nuestro prototipo) para poder tener mayor visibilidad en los usuarios, debido a que se podría obtener mayor número de donaciones que las actuales solo por transferencia bancaria.

Manos a la Olla cuenta con campañas de sensibilización, sin embargo directamente desde la aplicación, la data y actualización pueden hacer más cercana este tipo de información para concientizar e incentivar a más personas a donar, debido a que según las encuestas 52.7% de la muestra no donaron algún importe monetario en el último año.

Desde el prototipo de la plataforma de crowdfunding se plantea mayor visibilidad a los principales donantes mes a mes, por ello, se recomienda previamente fortalecer la cercanía y plantear una búsqueda activa de aliados como empresas privadas, instituciones estatales u organizaciones sin fines de lucro para que sepan de esta funcionalidad y la importancia de unirse a esta iniciativa.

Se recomienda, finalmente, crear un boletín mensual de lo recaudado general para demostrar que la gestión de recursos es transparente y así dar más confianza a los posibles donadores futuros ya que según la encuesta 53.6% de los encuestados tienen un interés alto en recibir información periódicamente sobre el impacto de sus donaciones en las ollas comunes.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Alvarado, S., Bailon, C., Begazo, A., Garayar, A., Marcelo, D. & Benavides, C. (2022). “Red-potenciadas”: *promoviendo la institucionalidad de la Red de Ollas de Villa El Salvador* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/24301>

Aquise Niño de Guzmán, C. (2018). *El crowdfunding financiero como mecanismo alternativo de financiamiento para la micro y pequeña empresa en el Perú: aproximaciones a un esquema ideal de regulación* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/16120>

Belleflamme, P., Lambert, T. y Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Science Direct*, 29 (5), 585 – 609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>

Bernardino, S. y Freitas, J. (2020). Crowdfunding: An Exploratory Study on Knowledge, Benefits and Barriers Perceived by Young Potential Entrepreneurs. *Journal of Risk Financial Management*, 13 (4), 81. <https://doi.org/10.3390/jrfm13040081>

Bruntje, D. y Gajda, O. (2016). Crowdfunding in Europe: State of the Art in Theory and Practice. *Springer Science+Business Media*. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-18017-5>

Chávez, R. y Garro, M. (2022). El hambre y la crisis alimentaria de los peruanos más vulnerables. *Ojo Público*. <https://ojo-publico.com/3535/el-hambre-los-peruanos-mas-vulnerables>

Cuadra, M. (2023). *Sin horario ni salario: La influencia del trabajo de cuidado realizado desde la infancia sobre la construcción de la identidad de las mujeres miembros de una olla común en San Juan de Lurigancho*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/188881>

Defensoría del Pueblo (2022). Visión de las mujeres representantes de Ollas Comunes durante la pandemia por Covid-19. *Defensoría del Pueblo*, Serie Informes Especiales (01), 8-9. <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2022/01/Ollas-comunes.pdf>

El Peruano (2022). Oficializan Ley N° 31458: Ollas comunes podrán convertirse en comedores populares. *Editora Perú*.

<https://elperuano.pe/noticia/148250-oficializan-ley-31458-ollas-comunes-podran-convertirse-en-comedores-populares>

Fuentes, V., Jimenes, J., & Mlynarz, D. (2022). Ollas comunes: iniciativas de respuesta comunitaria ante el hambre en Santiago de Chile en el contexto de pandemia por Covid-19 - Centro latinoamericano para el desarrollo rural. *Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural*.

https://www.rimisp.org/wp-content/uploads/2022/10/Documento_en_proceso-Ollas-Comunes-Iniciativas-Respuesta-Comunitaria-Hambre-Santiago-Chile-Contexto-Pandemia-COVID-19.pdf

Galán, R. (2021). La Estatua de la Libertad, Joseph Pulitzer y el día que se inventó el crowdfunding. *Hearst Magazines International*. <https://www.esquire.com/es/actualidad/a28060361/estatua-libertad-joseph-pulitzer-crowdfunding>

Husain, A., Greb, F., & Meyer S. (2022). Projected increase in acute food insecurity due to war in Ukrain. *World Food Programme*. <https://www.wfp.org/publications/projected-increase-acute-food-insecurity-due-war-ukraine>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). Población ocupada de Lima Metropolitana alcanzó 5 millones 93 mil personas de noviembre 2022 a enero 2023. *INEI*, (20), 1 – 2. <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-020-2023-inei.pdf>

Landstrom, H., Parhankangas, A., & Mason, C. (2019). Handbook of Research on Crowdfunding. *Edward Elgar Publishing*. <https://doi.org/10.4337/9781788117210>

Melendez, G., y Cárdenas, A. (2020). Las ollas contra el hambre: ¿cómo se combate la crisis alimentaria provocada por la pandemia?. *Revista Ideele*. <https://www.revistaideele.com/2020/07/07/las-ollas-contra-el-hambre-como-se-combate-la-crisis-alimentaria-provocada-por-la-pandemia/>

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2023). Programa de Complementación Alimentaria (PCA). *Plataforma del Estado Peruano*. <https://www.gob.pe/11779-ministerio-de-desarrollo-e-inclusion-social-programa-de-complementacion-alimentaria-pca>

Mora, F. (2021). *Estudio de viabilidad de Crowdfunding, como fuente de financiamiento para proyectos de construcción y emprendimiento de negocios, así como alternativa de inversión para ahorradores en Ciudad del Carmen, Campeche*. [Tesis de pregrado, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Repositorio TEC. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/637454>

Municipalidad Metropolitana de Lima (2021). Guía de Réplica: Manos a la Olla. *Municipalidad Metropolitana de Lima Gerencia de Participación Vecinal*. <http://ollascomunes.gpvlima.com/docs/GuiaDeReplica.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2019). Prevención y reducción de Pérdidas y Desperdicios de Alimentos en Perú. *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. <https://www.fao.org/peru/programas-y-proyectos/lista-de-proyectos/prevencion-y-reduccion-de-perdidas-y-desperdicios-de-alimentos-en-peru/es>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2020). Hambre e inseguridad alimentaria. *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. <https://www.fao.org/hunger/es>

Programa Mundial de Alimentos (2020). El hambre aumenta a medida que los casos de la COVID-19 se disparan en América Latina. *World Food Program*. <https://es.wfp.org/noticias/hambre-aumenta-a-medida-casos-covid-19-se-disparan-America-Latina-Caribe>

Rieiro, A., Castro, D., Pena, D., Veas, R. y Zino, C. (2020). Informe: Entramados comunitarios y solidarios para sostener la vida frente a la pandemia - Ollas y merenderos populares en Uruguay 2020. *COLIBRI - Repositorio institucional de la Universidad de la República*.

<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/34243/1/Entramados%20comunitarios%20y%20solidarios%20Ollas%20populares.pdf>

Roca, A. (2020). "*Frascos*" hechizos: Proyecto para la sostenibilidad de ollas comunes en Chile durante la crisis del COVID-19. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano.

https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52266/Frascos-Hechizos_Roca-Anais_PUJ2020.pdf

Rodriguez J., Manrique A. & Galeano L. (2019). *El crowdfunding como potencializador de la economía creativa en Colombia: un enfoque desde la financiación y el desarrollo*. [Tesis de pregrado, Universidad La Salle]. Repositorio Institucional de la Universidad La Salle.

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1554&context=finanzas_comercio

Saavedra, G., Marchant, L., Bugeño-Fuentes, Z., Luco, J., Celis, M., Torres, M., Contreras, C., & Arahuetes, D. (2023). Redes de abastecimiento alimentario en Chile. El barrio como lugar resiliente en

tiempos de Covid19. *Revista EURE - Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 49 (148).
<http://dx.doi.org/10.7764/EURE.49.148.07>

Santandreu, A. (2021). #OllasContraElHambre: Entre la victimización y la resistencia. *Fundación Friedrich Ebert*. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/peru/17426.pdf>

SWISSINFO (2021). Unas 240.000 personas sobreviven en ollas comunes en Lima. *Agencia EFE*.
https://www.swissinfo.ch/spa/per%C3%BA-pobreza_unas-240.000-personas-sobreviven-en-ollas-comunes-en-lima/46720928

Tovar, A. (2021). Regulación del financiamiento participativo financiero—crowdfunding— en el Perú: ¿Estamos cometiendo el error de siempre?. *Advocatus*, (40), 285 – 301.
<https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n040.5300>

Villar, P. (2021). Transacciones digitales en Perú crecieron 670% en 2020, según Mercado Pago. *El Comercio*.
<https://elcomercio.pe/economia/peru/mercado-pago-transacciones-digitales-en-peru-crecieron-670-en-2020-nndc-noticia/?outputType=amp>

Zevallos, J. (2022). *Crowdfunding de donaciones para una asociación juvenil en el Perú*. [Tesis de pregrado, Universidad ESAN]. Repositorio ESAN.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3043/2022_MAF_19-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zileri, M. (2021). Las ollas hambrientas, la absurda burocracia. *IDL-Reporteros*. <https://www.idl-reporteros.pe/las-ollas-hambrientas-la-absurda-burocracia-2/>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
TÍTULO: Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la organización Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.								
Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLE 1: Plataforma de crowdfunding					
P. Principal	O. General	H. General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	ÍTEMS	INST	ESCALAS
¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla?	Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.	Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la gestión sostenible de la asociación Manos a la Olla.	Diseño	Adaptabilidad	¿Realiza con frecuencia transacciones digitales de dinero?	1	Cuestionario	Escala de Likert
					¿Utiliza un smartphone para realizar estas transacciones?	2		
				Usabilidad	¿Ha hecho uso de plataformas de crowdfunding?	3		
					¿El diseño de una plataforma de crowdfunding influye en su decisión de uso?	4		
					¿Considera relevante la facilidad de uso (orden, coherencia, información clara, etc.) en plataformas digitales?	5		
			Satisfacción de usuario	Confianza	¿Realizar transacciones digitales satisfactorias influye en su preferencia de una plataforma?	6		
					¿Ha realizado donaciones monetarias en el último año?	7		
					¿Apoyó a causas relacionadas a salud y alimentación con su donación?	8		
					¿Los medios de pago para donación que prefiere utilizar son: tarjetas bancarias y billeteras digitales?	9		
					¿Estaría dispuesto/a a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding diseñada acorde a sus necesidades?	10		
					¿Estaría dispuesto/a a donar desde \$/ 5 mensuales a las ollas comunes en un crowdfunding?	11		
P. Específicos	O. Específicos	H. Específicas	VARIABLE 2: Gestión sostenible de ollas comunes					
¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla?	Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en las decisiones organizacionales y operativas de la asociación Manos a la Olla.	Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla.	Organización	Funcionamiento	¿Considera importante apoyar a las ollas comunes en su comunidad?	12	Cuestionario	Escala de Likert
					¿Ha participado en la organización o gestión de una olla común?	13		
					¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding haría más precisa la toma de decisiones organizacionales?	14		
¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla?	Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en el financiamiento de la asociación Manos a la Olla.	Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en el financiamiento de la organización Manos a la Olla.	Financiamiento	Donación	¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding aportaría a que se sostengan en el tiempo?	15		
					¿Considera que esta acción colectiva puede financiar el presupuesto (alimentos, utensilios, transporte, etc.) en ollas comunes?	16		
¿De qué manera el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla?	Determinar cómo el diseño de una plataforma de crowdfunding contribuye en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.	Si se diseña una plataforma de crowdfunding entonces se contribuirá en la visión de desarrollo de la asociación Manos a la Olla.	Visión de desarrollo	Planes o ideas a futuro	¿Considera que esta acción colectiva puede impulsar el desarrollo de pequeños negocios o iniciativas que hagan sostenibles a las ollas comunes?	17		
					¿Le gustaría recibir información periódica sobre el impacto de sus donaciones en las ollas comunes?	18		
					¿Le gustaría recibir algún tipo de reconocimiento y/o recompensa al donar a las ollas comunes?	19		
					¿Estaría dispuesto/a difundir la labor de las ollas comunes en sus redes sociales o círculos personales?	20		

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
									1	2	3	4	5
VI: Plataforma de crowdfunding	Se define Plataforma de Crowdfunding como un espacio virtual que permite el financiamiento colectivo para un fin social o económico.	Operacionalmente se entiende que el desarrollo de una plataformas de crowdfunding se orienta a dos dimensiones como diseño y la satisfacción del usuario.	Diseño	Adaptabilidad	¿Realiza con frecuencia transacciones digitales de dinero?	ORDINAL	1	CUESTIONARIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
					¿Utiliza un smartphone para realizar estas transacciones?		2						
				Usabilidad	¿Ha hecho uso de plataformas de crowdfunding?		3						
					¿El diseño de una plataforma de crowdfunding influye en su decisión de uso?		4						
					¿Considera relevante la facilidad de uso (orden, coherencia, información clara, etc.) en plataformas digitales?		5						
					¿Realizar transacciones digitales satisfactorias influye en su preferencia de una plataforma?		6						
			Satisfacción de usuario	Confianza	¿Ha realizado donaciones monetarias en el último año?		7						
					¿Apoyó a causas relacionadas a salud y alimentación con su donación?		8						
					¿Los medios de pago para donación que prefiere utilizar son: tarjetas bancarias y billeteras digitales?		9						
					¿Estaría dispuesto/a a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding diseñada acorde a sus necesidades?		10						
					¿Estaría dispuesto/a a donar desde \$/ 5 mensuales a las ollas comunes en un crowdfunding?		11						
VD: Gestión sostenible de Ollas comunes	La gestión sostenible de ollas comunes se define como un conjunto de mecanismos para mantener la vigencia de organizaciones que brindan seguridad alimentaria. Esta variable está conformada por 3 dimensiones:	Operacionalmente se entiende que la gestión sostenible de ollas comunes se orientan a tres dimensiones.	Organización	Funcionamiento	¿Considera importante apoyar a las ollas comunes en su comunidad?	ORDINAL	1	CUESTIONARIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
					¿Ha participado en la organización o gestión de una olla común?		2						
					¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding haría más precisa la toma de decisiones organizacionales?		3						
			Financiamiento	Donación	¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding aportaría a que se sostengan en el tiempo?		4						
					¿Considera que esta acción colectiva puede financiar el presupuesto (alimentos, utensilios, transporte, etc.) en ollas comunes?		5						
			Visión de desarrollo	Planes o ideas a futuro	¿Considera que esta acción colectiva puede impulsar el desarrollo de pequeños negocios o iniciativas que hagan sostenibles a las ollas comunes?		6						
					¿Le gustaría recibir información periódica sobre el impacto de sus donaciones en las ollas comunes?		7						
					¿Le gustaría recibir algún tipo de reconocimiento y/o recompensa al donar a las ollas comunes?		8						
					¿Estaría dispuesto/a difundir la labor de las ollas comunes en sus redes sociales o círculos personales?		9						

Anexo 3: Modelo de Cuestionario

Crowdfunding para Ollas comunes

El propósito de esta encuesta es conocer su opinión sobre la donación a Ollas comunes en Lima a través de una plataforma de crowdfunding.

Nos gustaría saber su grado de disposición e interés en este tipo de financiación colectiva. Toda la información solo será usada con motivos de investigación para este proyecto.

 No compartido



* Indica que la pregunta es obligatoria

El tipo de respuesta es del 1 al 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 el valor más alto.

¿Realiza con frecuencia transacciones digitales de dinero? *

1 2 3 4 5
Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Utiliza un smartphone para realizar estas transacciones? *

1 2 3 4 5
Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El crowdfunding se define como la financiación colectiva de personas a un proyecto o idea de manera digital. Algunos ejemplos de Plataformas de Crowdfundings son GoFundMe, Kickstarter e Indiegogo.

¿Ha hecho uso de plataformas de crowdfunding? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿El diseño de una plataforma de crowdfunding influye en su decisión de uso? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Considera relevante la facilidad de uso (orden, coherencia, información clara, etc.) en plataformas digitales? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Realizar transacciones digitales satisfactorias influye en su preferencia de una plataforma? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Ha realizado donaciones monetarias en el último año? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Apoyó causas relacionadas a salud y alimentación con su donación? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Los medios de pago para donación que prefiere utilizar son: tarjetas bancarias y billeteras digitales? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Estaría dispuesto/a a donar a ollas comunes mediante una plataforma de crowdfunding diseñada acorde a sus necesidades? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Estaría dispuesto/a a donar desde S/. 5 mensuales a las ollas comunes en un crowdfunding? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Las ollas comunes son una iniciativa popular que congrega a un grupo de personas con la finalidad de cubrir su necesidad básica de alimentación, para lo cual comparten insumos y esfuerzos en la preparación de los alimentos.

¿Considera importante apoyar a las ollas comunes en su comunidad? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Ha participado en la organización o gestión de una olla común? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding haría aportaría a que se sostengan en el tiempo? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Considera que la donación a ollas comunes mediante un crowdfunding haría más precisa la toma de decisiones organizacionales? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Considera que esta acción colectiva puede financiar el presupuesto (alimentos, utensilios, transporte, etc.) en ollas comunes? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Considera que esta acción colectiva puede impulsar el desarrollo de pequeños negocios o iniciativas que hagan sostenibles a las ollas comunes? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Le gustaría recibir información periódica sobre el impacto de sus donaciones en las ollas comunes? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Le gustaría recibir algún tipo de reconocimiento y/o recompensa al donar a las ollas comunes? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

¿Estaría dispuesto/a difundir la labor de las ollas comunes en sus redes sociales o círculos personales? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Anexo 4: Guía de entrevista

Guía de entrevista semiestructurada con voluntarias de organizaciones que brindan seguridad alimentaria (Ollas comunes y comedores populares)

I. Introducción

- Presentación de la entrevistadora y del proyecto
- Autorización para el uso de información con propósitos de investigación

II. Contenido

- Datos de la voluntaria entrevistada
- Inicio de la organización
- Motivaciones personales para ser parte de la organización
- Información sobre la población beneficiaria
- Funcionamiento actual de la organización
- Anécdotas y/o experiencias de éxito en la organización
- Necesidades principales de la organización
- Acciones para financiar la organización
- Presupuestos
- Visión a futuro de la organización

III. Cierre

- Despedida y agradecimiento

Anexo 5: Validación de expertos - Cuestionario

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Encuesta para el Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla
1.4. Autor del instrumento:	Bermúdez Quispe, Stephanie Ruales Morote, Nikold Renata Rivera Ulloa, Ricardo Javier Venegas Chong, Valeria Melany
1.5. Título de la investigación	Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						x

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

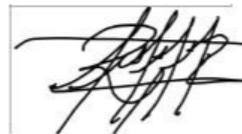
INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Lugar y fecha: Lima, 10/07/2023

Firma del experto

DNI N° 41981490

Anexo 6: Validación de expertos - Guía de entrevista

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Guía de entrevista para el Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla
1.4. Autor del instrumento:	Bermúdez Quispe, Stephanie Ruales Morote, Nikold Renata Rivera Ulloa, Ricardo Javier Venegas Chong, Valeria Melany
1.5. Título de la investigación	Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Olla, Lima Metropolitana. Año 2023.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						x

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. _____ 85 _____%. V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Lugar y fecha: Lima, 12/07/2023

Firma del experto

DNI N° 41981490

Anexo 7: Reporte de similitud de Turnitin

Similarity Report

PAPER NAME Diseño de una plataforma de crowdfunding para la gestión sostenible en la asociación Manos a la Obra Lima Metropolitana. Año 2023.docx	AUTHOR STEPHANIE BERMÚDEZ QUISPE
---	--

WORD COUNT 14241 Words	CHARACTER COUNT 79524 Characters
PAGE COUNT 100 Pages	FILE SIZE 9.7MB
SUBMISSION DATE Jul 21, 2023 4:33 PM GMT-5	REPORT DATE Jul 21, 2023 4:34 PM GMT-5

● 24% Overall Similarity
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 22% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 15% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Firma de autores:



Firma del asesor:

