



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO ACADÉMICO 2017/2018

TRABAJO FIN DE GRADO

MENCIÓN EN FINANZAS

**CROWDFUNDING: UNA ALTERNATIVA DE
FINANCIACIÓN.**

CROWDFUNDING: A FINANCING ALTERNATIVE.

AUTOR/A

ANTONIO CHARDA COLINA

TUTOR/A

BEGOÑA TORRE OLMO

FECHA

DICIEMBRE 2017

CROWDFUNDING: UNA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
RESUMEN/ ABSTRACT	6
CAPÍTULO 1: Antecedentes de las fuentes de financiación alternativas	7
1.1. Concepción y clasificación de las fuentes alternativas	7
CAPÍTULO 2: Factores que ayudan al cambio de la financiación	10
2.1 Capital concedido	10
2.2 Evolución de la demanda de financiación	11
2.3 Morosidad.....	11
2.4 Tipos de interés	12
2.5 Cambios de actitud inversores.....	14
CAPÍTULO 3: ORIGEN Y CONCEPTO DE CROWDFUNDNG	16
3.1 Origen	16
3.2 Concepto	16
CAPÍTULO 4: Fases del crowdfunding	17
4.1 Preparación	18
4.2 Planificación	18
4.3 Campaña.....	19
4.4 Postcampaña	20
CAPÍTULO 5: Tipologías del crowdfunding	21
5.1 Donación	21
5.2 Recompensas.....	22
5.3 Basados en préstamos	23
5.4 Basados en participaciones	24
5.5 Evolución de las tipologías	25
CAPÍTULO 6: Partícipes del crowdfunding	27
6.1 Inversor	27
6.2 Emprendedor/empresa	28
6.3 Ventajas e inconvenientes del crowdfunding	28
6.4 Principales plataformas del crowdfunding	29
CAPÍTULO 7: Regulación y normativa	31
7.1 Normativa europea	31
7.2 Normativa española.....	31
CAPÍTULO 8: Hitos y fracasos del crowdfunding	33
CAPÍTULO 9: Situación del crowdfunding	35
9.1 Situación actual	35
9.2 Expectativas futuras	36
CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.....	38

“Hay que ir en contra de la tendencia, no correr ante ella”

“ANDRÉ KOSTOLANY”

INTRODUCCIÓN

A finales del año 2007 se vive una enorme crisis financiera a nivel mundial, concurren numerosos sucesos por los cuales se han visto las entidades de crédito, así como los distintos estados a llevar a cabo políticas económica restrictivas que derivan del corte en la financiación hacia las pequeñas y medianas empresas.

No es hasta finales del año 2011, cuando la crisis se hace notable en nuestro país, se llevó a cabo una de las mayores restructuraciones del sector bancario, que impedía acceder a las pequeñas y medianas empresas a obtener fondos para llevar a cabo sus proyectos. De aquí nacen las nuevas fuentes alternativas que anteriormente no eran tan usuales o conocidas.

No obstante, a finales del año 2016, podemos afirmar que los aspectos de la crisis que dio lugar se han visto diezmados y surgen nuevos modelos de financiación desvinculados del sector tradicional bancario.

Bajo este contexto, numerosas empresas empezaron aportar nuevos modelos de financiación, como es el crowdfunding, basados en las pequeñas aportaciones por parte de otros usuarios.

A lo largo del presente trabajo, hablaremos de la importancia que tiene este nuevo modelo de financiación, para toda la brecha de empresas, desde las grandes empresas, hasta de las pequeñas y medianas.

En primer lugar, en los 2 primeros capítulos, muestro como la financiación alternativa, es igual de importante que la financiación tradicional. Se expone el contexto histórico, y el inicio de las nuevas fuentes de financiación, desvinculando a las tradicionales fuentes, y los motivos por los cuales muchas de las empresas se han decidido por estas nuevas alternativas.

A continuación, nos centramos en el modelo de financiación crowdfunding, planteándose bajo el aspecto de una opción positiva para aquellas empresas que operan en un entorno reciente y conectado con la sociedad de hoy en día. Se expone desde sus orígenes, las tipologías, las plataformas de inversión, ámbitos en los que se opera, inversores a lo que se dirige, la regulación en todos los ámbitos, aquellos hitos y fracasos más conocidos, y, por último, la situación tanto actual, como las expectativas que tiene este modelo de financiación.

RESUMEN

Hoy en día, con los nuevos modelos financieros que existen en nuestro mercado, resulta muy importante que nosotros tengamos en cuenta las nuevas posibilidades de financiación para las empresas.

Por esta razón, podemos afirmar que el nuevo modelo de crowdfunding supone una de las mejores modalidades de financiación alternativa para las empresas que desean crear nuevos proyectos y nuevos productos. Para ello debemos tener en cuenta los acontecimientos que dan lugar a estas nuevas modalidades de financiación, las tipologías de cada una de ellas; y una vez analizadas, nos centramos a lo largo del siguiente trabajo en el crowdfunding.

Para las empresas de hoy en día, es necesario el capital que los inversores aportan, pero también es necesario conocer todo lo que rodea a su entorno. Por ejemplo, es necesario que conozcan si su producto tendrá alcance suficiente, y que el producto, logre ser un éxito en ventas.

Debido a esto, la importancia de este trabajo, en conocer el crowdfunding para las empresas, las modalidades que suponen, los riesgos y ventajas, y las expectativas de futuro que tiene esta modalidad.

Para finalizar, aporto una pequeña conclusión sobre los aspectos más importante del siguiente artículo y mi opinión personal sobre el crowdfunding.

ABSTRACT

Today, with new financial models that exist in our market, it is very important that we take into account the new possibilities of financing for enterprises.

For this reason, we can say that the new model of crowdfunding is one of the best forms of alternative financing for companies that want to create new projects and new products. To do this we must take into account the events giving rise to these new modalities of financing, typologies of each of them; and once analyzed, we focus throughout the following work in crowdfunding.

For businesses today, necessary capital provided by investors, but it is also necessary to know everything around your environment. For example, it is necessary to know if your product will have sufficient scope, and that the product, I managed to be a success in sales.

Because of this, the importance of this work, know the crowdfunding for companies, modalities involving, the risks and benefits, and expectations for the future that has this mode.

Finally, I bring a small conclusion about the most important aspects of this article, and my personal opinion about the crowdfunding.

CAPÍTULO 1: Antecedentes de las fuentes de financiación alternativas.

Tras la crisis iniciada en el año 2008, donde las entidades bancarias deciden rescindir los créditos concedidos a las empresas y a los particulares, la sociedad en general se ha visto la necesidad de recurrir a otros medios o fuentes para poder finanziarse y llevar a cabo sus principales proyectos, ideas o negocios.

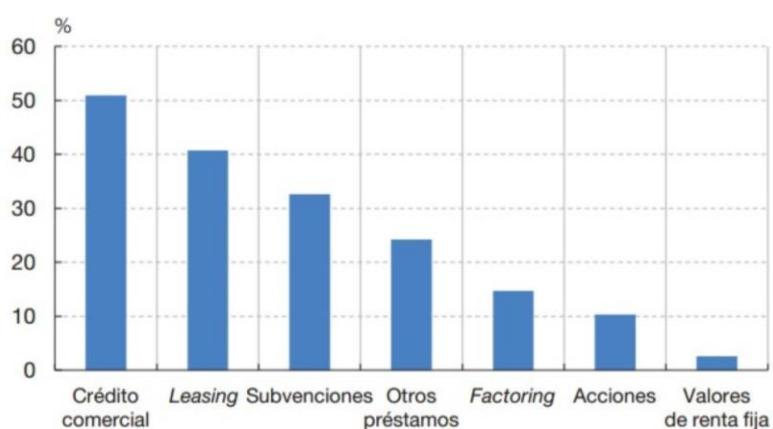
1.1. CONCEPCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES ALTERNATIVAS.

Bajo el contexto histórico-económico que hemos vivido en los últimos años y tras la crisis mundial que se inició en el 2008 que tuvo grandes consecuencias en el mercado español desde el 2011, las compañías se han visto obligadas a optar por alternativas financieras más asequibles para llevar a cabo sus proyectos y para realizar su actividad comercial. De este último contexto, hemos podido entender la importancia que tienen las fuentes alternativas en comparación con los modelos más tradicionales basados en la banca. Hoy en día, podemos afirmar que esta crisis económica surgida, ha sido un suceso del pasado, para los sectores del ámbito de la financiación. No obstante, a raíz de estos sucesos, hemos logrado nuevos conceptos y nuevas formas de financiación que tienen un cierto interés para las empresas y para los nuevos emprendedores.

GRÁFICO 1.1 RELEVANCIA DE LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS:

FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LAS PYMES

RELEVANCIA DE LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN EXTERNA PARA PYMES EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES. ABR-SEP DE 2014 (a)



FUENTE: RRHH magazine- publicación elConfidencial. 02/05/2015

Como observamos en este gráfico publicado en un medio digital, se reconocen otras opciones de financiación, pero está claro, que la mayor dependencia a día de hoy sigue siendo la financiación por medio de las entidades bancarias. Casi el 50% de la financiación por el total de las PYMES, viene a través de las entidades de crédito. En mayor medida, los otros porcentajes vienen dados por la financiación de sus

CROWDFUNDING: UNA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN

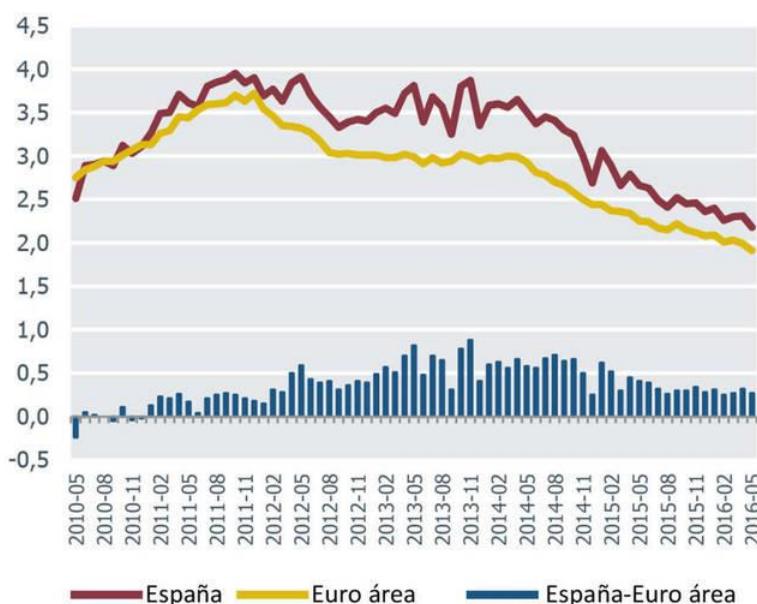
proveedores. Casi el 28% del total de la financiación, viene dada por las nuevas modalidades y por otras financiaciones alternativas, al margen de las tradicionales.

Otro factor clave son las subvenciones que estas reciben, pero que genera una mayor dependencia de las entidades de carácter público, dado que una vez eliminado esta vía de financiación, deben buscar otros medios que les aporten mismas rentabilidades.

Cabe destacar que es un estudio del año 2015, en el que aconteció que la mayoría de las empresas tuvieron problemas a la hora de finanziarse vía crédito comercial.

Hoy en día, según el periódico, **elConfidencial**, en una publicación del 04/12/2016, por un economista del sector bancario, reconoce que el crecimiento del crédito comercial, puede ser incluso mayor, debido a que las empresas pagan cada vez menos por financiarse en los bancos, casi un 45% menos es lo que les cuestan en comparación a los últimos 4 años. En gran medida se debe al avance hacia la unión bancaria y a las medidas de política monetaria expansiva que está llevando a cabo el BCE.

GRÁFICO 1.2: EVOLUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN BANCARIA DE LAS EMPRESAS:



FUENTE: *elConfidencial.com* – sección economía- artículo diciembre 2016.

En el gráfico se recoge la tendencia de los países que pertenecen a la zona euro, se observa que, en el último trimestre, ha sufrido una disminución del crédito solicitado, pero se afirma que sigue siendo un gran porcentaje en cuanto a la decisión de finanziarse de las empresas, el mayor motivo de debe, a la búsqueda de nuevas fuentes de financiación.

Existen multitud de fuentes alternativas, todas ellas, están adaptadas a cada inversor, y a cada ámbito en el que se rigen, algunas de ellas, a modo de citación son las siguientes:

Fondos de Capital Riesgo. Son aportaciones por parte de unos participes que toman las decisiones de las empresas de forma temporal. Una vez que se logra una valoración superior a la del capital aportado, los partícipes se desprenden de su inversión inicial, vendiendo o cediendo su participación a un precio superior.

Private Equity. Son operaciones que se efectúan en empresas en una etapa de madurez, a diferencia de los fondos de capital riesgo, esta se invierte en un periodo más maduro y en aquellas que no cotizan en los mercados continuos de valores.

Venture Capital. Son operaciones que se efectúan en empresas que tienen un comienzo reciente, especialmente en empresas de carácter tecnológico”.

Préstamos Participativos. Instrumento financiero que sirve para incrementar los fondos propios de las empresas, de esta forma se logra la independencia propia de la empresa y acontecer proyectos propios.

Business Angel. Financiación obtenida por medio de inversores privados que ofrecen capital a los emprendedores para que puedan iniciar sus negocios o proyectos iniciales.

Mercado Alternativo Bursátil. Abreviado (MAB). Es una plataforma de intercambio electrónica, muy similar a las bolsas de valores. La característica principal, es que se dirige a las PYMES.

Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF). Plataforma electrónica de contratación dirigida para PYMES, en las que se emiten productos de renta fija (pagarés y bonos entre otros).

La financiación multilateral. Las entidades multilaterales otorgan apoyo financiero no bilateral tanto a las actividades de exportación, como de inversión. El ejemplo que encontramos en nuestro país es el plan de apoyo ICEX España Exportaciones e Inversiones.

A modo de resumen, lo podemos simplificar en:

TABLA 1.3. FUENTES DE FINANCIACIÓN- TABLA RESUMEN:

FINANCIACIÓN TRADICIONAL	FINANCIACIÓN ALTERNATIVA
Líneas y créditos Comerciales	Crowdfunding- crowdlending
Factoring	Venture Capital
Leasing	Private equity
Confirming	Bussines angels
Emisión de deuda	Sistemas de garantía recíproca
Renta fija y emisión de acciones	Fondos gubernamentales

Fuente: Elaboración propia, a partir de varias páginas web (novicap, bussinesgoon) .

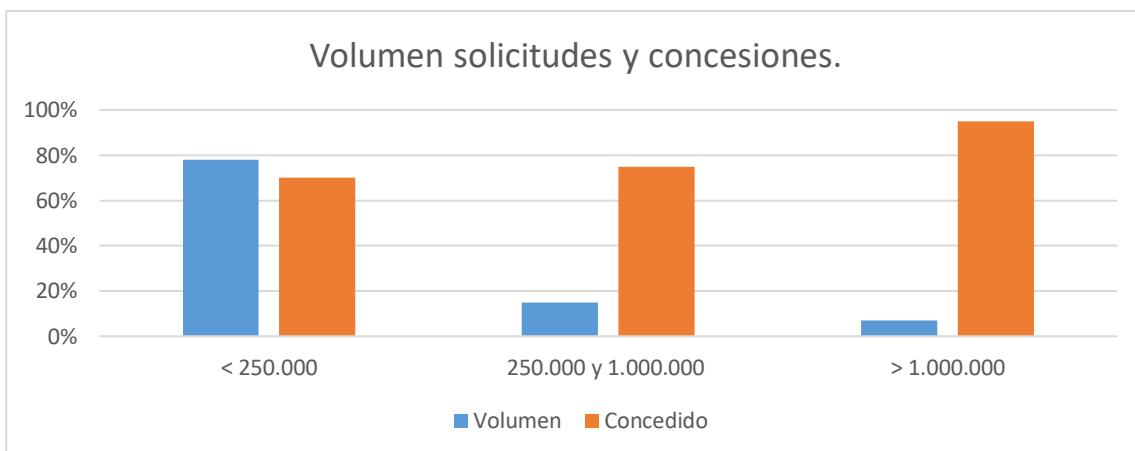
CAPITULO 2: Factores que ayudan al cambio de financiación.

Son numerosos los factores que explican el crecimiento y el cambio de las fuentes de financiación tradicionales por las distintas alternativas, de las que destacan las siguientes:

2.1. FACTOR 1- CAPITAL CONCEDIDO

Como podemos ver en el siguiente gráfico, el porcentaje de capital concedido a las empresas en mayor volumen, el capital solicitado es inferior a 250.000 euros, del cual el concedido medio es de 175.000 euros. Si atendemos a un tramo superior, el segundo tramo que encontramos es el capital entre 250.000 euros y menos de 1 millón, del cual se concede aproximadamente el 75% del solicitado. En el tramo superior, el capital solicitado es mayor al millón, y el concedido se asemeja al 100% del solicitado.

Gráfico 1.4 Capital solicitado y concedido 2º trimestre 2017.



FUENTE: Crédito y Caución, colaboración con BCE- Twitter- septiembre 2017.

En el gráfico anterior, observamos que la mayor petición de capital, es por un importe inferior a 250.000 euros, del cual se concede de media un 70% del capital que las empresas solicitan, este hecho se debe en mayor medida a que las empresas para poder atender a este volumen de capital, deben aportar los avales y recursos que por lo general las fuentes de financiación tradicionales les exigen.

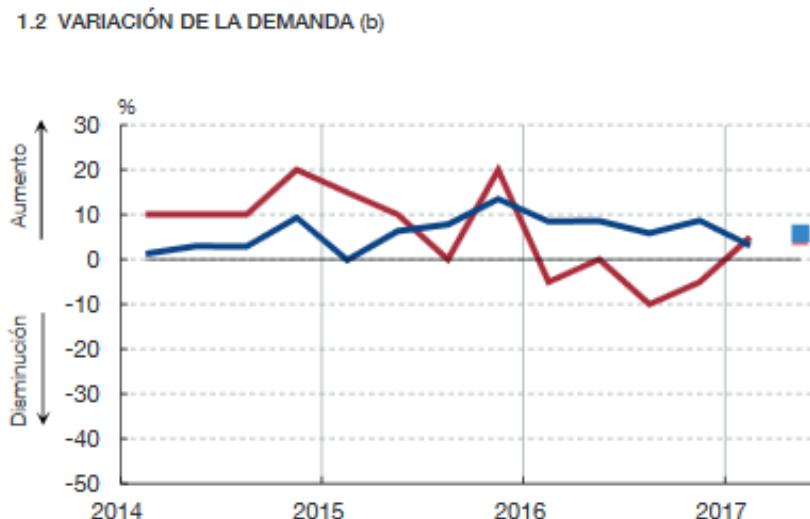
A medida que el volumen aumenta, la tasa del concedido es mayor. Esto es debido a que las empresas que lo solicitan de antemano, conocen las exigencias de los intermediarios bancarios, y a que requisitos se enfrentan.

Para solventar aquellos porcentajes que se quedan excluidos por el respaldo de las entidades bancarias, es cuando las empresas se enfrentan a los nuevos modelos de financiación alternativos, planteándose así qué modalidad acoger, cuál será su finalidad, y su relación con el coste y el proyecto. De ahí surge los nuevos métodos de financiación.

2.2- FACTOR 2. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE FINANCIACIÓN.

Otro aspecto que debemos tener en cuenta, es la creciente demanda de financiación por parte de las empresas, como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico 1.5 Evolución sobre la demanda de financiación.



Fuente: Banco Central Europeo y Banco de España. (abril 2017)

De manera ilustrativa, podemos observar en el siguiente gráfico la evolución sobre la demanda sobre la financiación para empresas no financieras, siendo la línea roja, la demanda por parte de entidades españolas, y lo azul, la demanda por parte de entidades de la UEM (Unión Económica Europea). El motivo de su aumento en este último año, viene incentivado por el tipo de depósito negativo del en el BCE, y por el tipo interbancario que ronda los cero puntos porcentuales.

Si bien es cierto, las entidades que demandan préstamos bancarios, pueden ser rechazados por parte de las entidades de créditos, luego en el gráfico no se observaría los concedidos y aquellos porcentajes del capital solicitado que quedan excluidos de la tasa concedida.

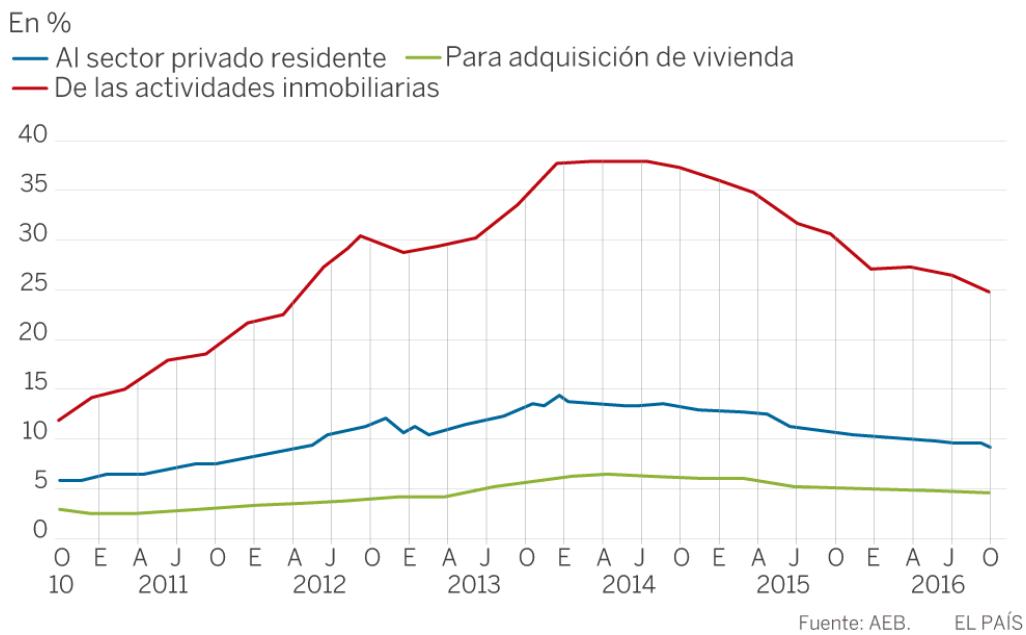
2.3. FACTOR 3- EVOLUCIÓN DE LA MOROSIDAD.

Si acercamos este factor, podemos observar de manera gráfica, la morosidad es un factor clave por la cual las entidades de crédito deben asumir unas tasas elevadas, en base al destino de la financiación, lo que provoca aún más el riesgo para ofrecer financiación nueva.

Este es el motivo principal por la cuales las entidades bancarias no conceden nuevos créditos a las PYMES, o a los particulares que deseen llevar a cabo sus proyectos.

Desde un punto de vista para las entidades bancarias, es un gran problema que deben plasmar en sus cuentas anuales y deben dar las explicaciones a las instituciones reguladoras, por eso, se aseguran cada vez más a la hora de conceder nuevos préstamos.

GRÁFICO 1.6: EVOLUCIÓN DE LA MOROSIDAD EN FUNCIÓN DE SU FINALIDAD



Fuente: ABC.es- economía. 27/01/2017. Iñigo de Barrón.

Observamos que en los períodos 2013 al 2015, la morosidad bancaria fue excesiva, y se vio reflejada en las cuentas anuales de las entidades bancarias. No obstante, a finales del año 2016, esta se ha visto reducida en gran medida al saneamiento de las instituciones públicas, las reestructuraciones que han llevado las entidades, como son las fusiones y adquisiciones de las cajas y de los pequeños bancos, así como los planes estratégicos de las entidades como factor clave para reducir los índices de fracaso en los préstamos, y de las medidas llevadas por el BCE, para reducir el tipo de interés interbancario. La tendencia de la misma, indica que, al reducirse la morosidad, las entidades estarán dispuestas a promocionar nuevos créditos. Como podemos observar en el gráfico 2.0, la tasa de los créditos dudosos, se reducirá a niveles del 2010.

GRÁFICO 1.7. VOLUMEN DE CRÉDITOS DUDOSOS:



Fuente: Crédito y Caución- Twitter- Julio 2017.

2.4. FACTOR 4- TIPOS DE INTERÉS.

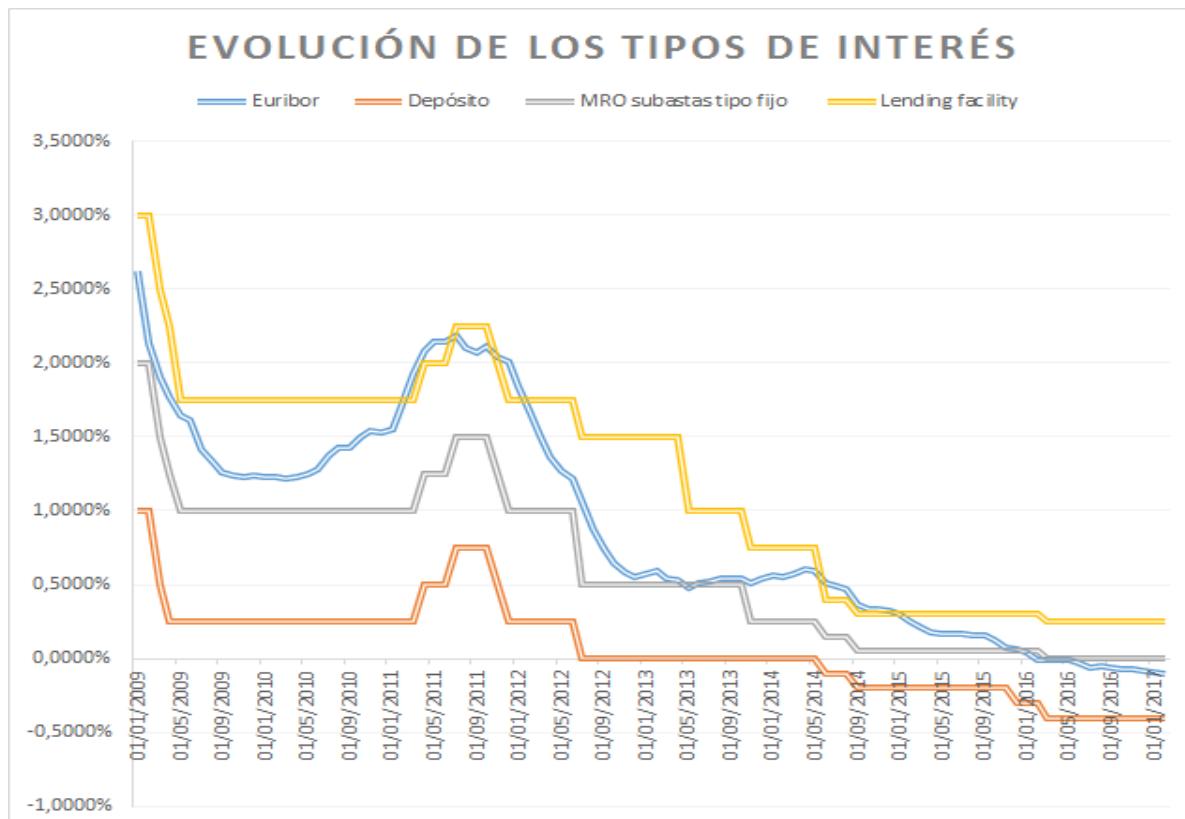
Otro factor importante, son los tipos de interés, concretamente, el tipo de interés bancario. En Europa, hablamos de la política que establece el BCE, mediante la política monetaria, que se basa en tres pilares fundamentales:

1. Controlar los tipos de interés
2. Controlar las tasas de inflación
3. Controlar las tasas de crecimiento.

Respecto al primer punto, el control de los tipos de interés tiene mucha relevancia, en el presente estudio, dado que, en su control, incide de manera principal en las entidades de crédito mediante el tipo de interés interbancario. (Euribor), en las líneas de depósito y de préstamo.

Para las empresas, recientemente estamos hablando de tasas que rondan el 0%, lo que sería un factor atractivo para las entidades de crédito a ofrecer préstamos, más baratos, pero no ocurre tal cosa, por lo cual las empresas descartan una vez más la financiación bancaria para llevar a cabo sus proyectos empresariales.

GRÁFICO 1.8: EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE INTERÉS



FUENTE: Red MMT. España. 17/03/2017.

A pesar de las tasas interbancarias que rondan porcentajes negativos, el porcentaje medio bancario en consecuencia a los plazos y a los importes solicitados, son los siguientes que se muestran en la siguiente tabla:

GRÁFICO 1.9 TABLA TIPOS DE INTERÉS ACTIVOS

Mes	Tipos de interés activos aplicados por las entidades de crédito											
	Crédito al consumo			Otros fines		Operaciones hipotecarias						
	Operaciones a plazo entre 1 y 5 años		T.A.E. (tasa media ponderada de todos los plazos)	Operaciones a plazo superior a 5 años		Aplicado el primer año		Aplicado en operaciones a más de 10 años		T.A.E. (tasa media ponderada de todos los plazos)		
	España	Zona €	España	Zona €	España	Zona €	España	Zona €	España	Zona €	España	Zona €
2017												
Ene	8,71	5,04	8,78	6,23	4,61	2,21	1,61	1,76	2,20	1,76	2,31	2,28
Feb	8,42	4,93	8,91	6,17	4,92	2,35	1,58	1,77	2,33	1,81	2,21	2,29
Mar	8,60	4,81	9,02	6,08	4,60	2,34	1,51	1,74	2,41	1,82	2,19	2,25
Abr	8,33	4,81	8,66	5,96	4,57	2,35	1,51	1,72	2,43	1,85	2,18	2,26
May	8,52	4,98	8,77	6,22	4,68	2,36	1,51	1,73	2,41	1,87	2,17	2,23
Jun	8,19	4,93	8,39	6,20	4,38	2,33	1,50	1,69	2,42	1,89	2,16	2,21
Jul	8,40	5,06	8,61	6,28	4,33	2,34	1,65	1,75	2,40	1,90	2,18	2,21
Ago	8,53	5,15	8,79	6,38	4,98	2,27	1,81	1,75	2,48	1,94	2,26	2,21
Sep	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FUENTE: Banco de España. Cliente-Banca. Estudio septiembre 2017.

Observamos que los porcentajes oscilan entre el 1.81%, para las opciones hipotecarias sin tener en cuenta las tasas aplicables mínimas como con el TAE, hasta el 8,53% siendo la tasa para el crédito al consumo de aquellos préstamos inferiores a un periodo de 5 años.

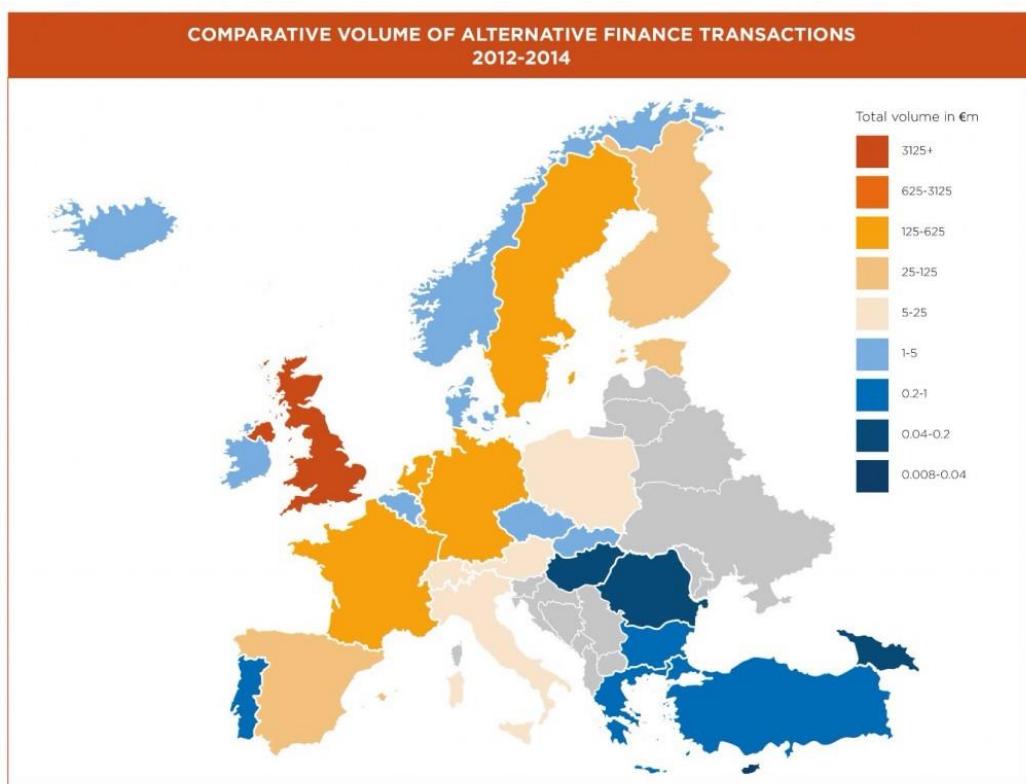
Todo esto, a pesar de que los tipos interbancarios oscilan el 0%, obliga a las empresas a buscar nuevas fuentes ventajosas y que aporten un mayor capital concedido éxitos empresariales prescindiendo de la financiación tradicional bancarios.

2.5 FACTOR 5- CAMBIOS DE ACTITUD DE LOS INVERSORES.

Estamos viviendo un gran cambio en las políticas de financiación, con especial relevancia, en aquellas áreas que afectan a la revolución digital. En este contexto se exige unas nuevas estructuras organizativas junto con una actitud nueva más abierta al cambio.

Numerosas empresas, sobre todo de carácter tecnológico enfocado en las redes sociales en las se han visto afectadas por sus recientes

GRÁFICO 2.0: VOLUMEN DE LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN ALTERNATIVA



FUENTE: Arboribus BLOG 15/02/2016

A pesar de recientes cambios, las empresas en el ámbito nacional, siguen optando por un pequeño porcentaje de los modelos de financiación alternativa. El principal factor, es la tradición bancaria y el gran conocimiento de este modelo frente a las nuevas alternativas y el rechazo por el desconocimiento de las empresas por parte de las mismas.

CAPÍTULO 3: Origen, concepto del Crowdfunding.

3.1 ORIGEN Y CONCEPTO:

Según diversas fuentes consultadas, se podría decir, que el crowdfunding, ha estado presente a lo largo de la época denominada revolución industrial, esto se debe, a numerosos ejemplos como la nueva financiación alternativa data de principios del año 1830 en EEUU, con un llamamiento al público para poder construir un globo aerostático en forma de pez. Ya a finales del siglo XX, y con el avance en las TIC, como es el ejemplo de internet, cuando numerosas giras musicales utilizaban esta plataforma para obtener donaciones por medio de los seguidores financiándose así su gira. Posteriormente nacieron numerosos proyectos de similares características que emplearon el mismo método; ponerse en contacto con sus seguidores, aportando los mismos pequeñas cantidades de fondos para subsanar los costes.

En España, tenemos el ejemplo de Manuel Jalón, siendo el primer caso de Crowdfunding, en el que por medio de su vecina Pepita, consiguió financiación yendo puerta por puerta, para poder construir alrededor de 2000 fregonas

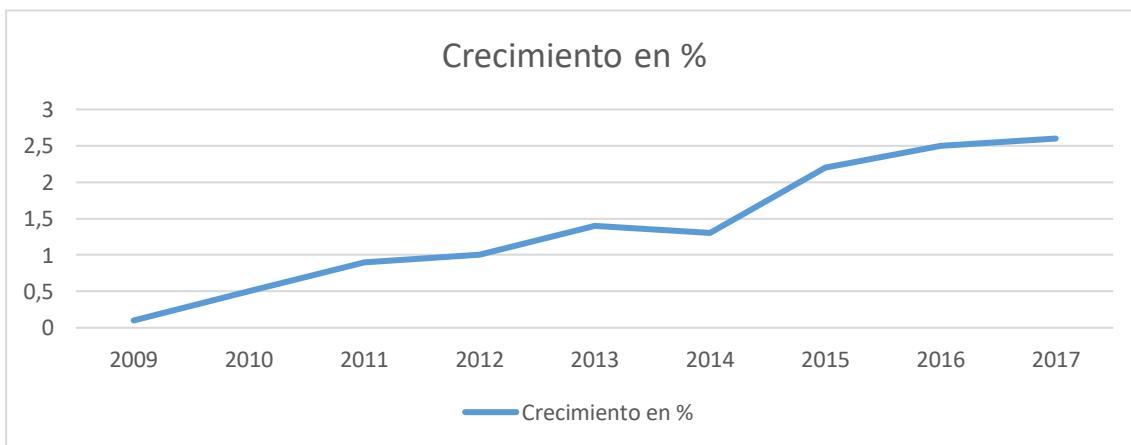
El concepto, no se acuña hasta el año 2008, donde Jeff Howe junto con Mark Robison, fueron los primeros en dar nombre a esta fuente de financiación, por medio de su artículo “*The Rise of Crowdfunding*”. Siendo por primera vez, quien acoge dicho término.

Si desglosamos y adaptamos las palabras “Crowdfunding” al castellano, obtenemos que “Crowd”, es el significado de multitud, y “Funding”, significa financiación. Por lo que podemos definirlo como un modelo de financiación basado en las aportaciones o donaciones donde la persona que busca financiación se pone en contacto por diversas fuentes de información con las personas o entidades que van a realizar las donaciones u aportaciones. La finalidad u el objetivo es la captación del capital. La finalidad de las personas o entidades que aportan, es solamente de mecenazgo, si bien es cierto, por el simple hecho de realizar donaciones, pueden obtener a cambio recompensas.

La rápida expansión de esta financiación desde su comienzo en los años 2008, hasta la actualidad, ha generado numerosos proyectos y plataformas creando una red capaz de aportar tanto información, como financiación a numerosas empresas y proyectos.

En el siguiente gráfico, podemos observar la rápida expansión de esta fuente de financiación alternativa, en los últimos años.

GRÁFICO 2.1. EMPLEO DEL CROWDFUNDING ÁMBITO EMPRESARIAL.



FUENTE: Elaboración propia a partir de mytriplea.com (Evolución 17/05/2017).

CAPÍTULO 4: Fases del crowdfunding.

El funcionamiento del crowdfunding, se puede resumir en lo siguiente; El inversor que participa en una de las plataformas o sistemas, observan aquellos proyectos que pueden serle atractivos, generalmente lo hacen a cambio de alguna recompensa que reciben una vez finalizado el proyecto, aunque en ocasiones las donaciones son de carácter altruista, para los proyectos sociales. Se trata por tanto un espacio de intercambio entre inversores y emprendedores.

Según **Eric Rivera Butzbach**, en su libro “La eclosión de la financiación colectiva”, todo emprendedor o empresario deberán seguir por norma general, 4 etapas para llevar a cabo un proyecto de crowdfunding.

A modo resumen, en el siguiente gráfico, podemos observar un promedio del tiempo dedicado a cada una de las 4 etapas que el autor menciona en su obra.

GRÁFICO 2.2. TIEMPO PROMEDIO PROYECTO CROWDFUNDING



FUENTE: Elaboración propia a partir de blog.crowdcube.es (15/01/2017)

Según el blog de **crowdcube.com**, todo autor deberá de tener en cuenta que, en mayor medida, la parte que más debe de dedicar cualquier empresario o emprendedor, es la fase de la preparación del proyecto, dado que se debe diseñar y tener en mente la idea principal del producto o servicio que va a ofrecer a un público que sea atractivo.

Las otras fases, ganan su mayor importancia, cuando el proyecto es elaborado, y se identifica los usuarios finales, y los objetivos de los mismos.

4.1 ETAPA 1- PREPARACIÓN:

Surge de un promedio entre 3 meses y 2 años, dependiendo del proyecto o idea, consta de la parte fundamental y creativa, que consiste en la idea de adaptar su proyecto a la financiación alternativa, buscar las plataformas o los medios por los cuales van a ser viables y diseñar la campaña. Esta fase se caracteriza por la toma de contacto con sus principales públicos objetivos y de cuál será su estrategia para hacerlo atractiva.

Una vez que el proyecto es presentado, se debe elaborar una relación entre el coste y el capital que podrá captar.

Para que el emprendedor pueda enviar su proyecto a la plataforma, deberá cumplir los siguientes requisitos.

Requisito 1. Deberá establecer una descripción del proyecto y un diseño del mismo.

Requisito 2. Deberá indicar un volumen de financiación necesaria.

Requisito 3. Deberá establecer una línea temporal, estimando cuando logrará el 100% de las participaciones.

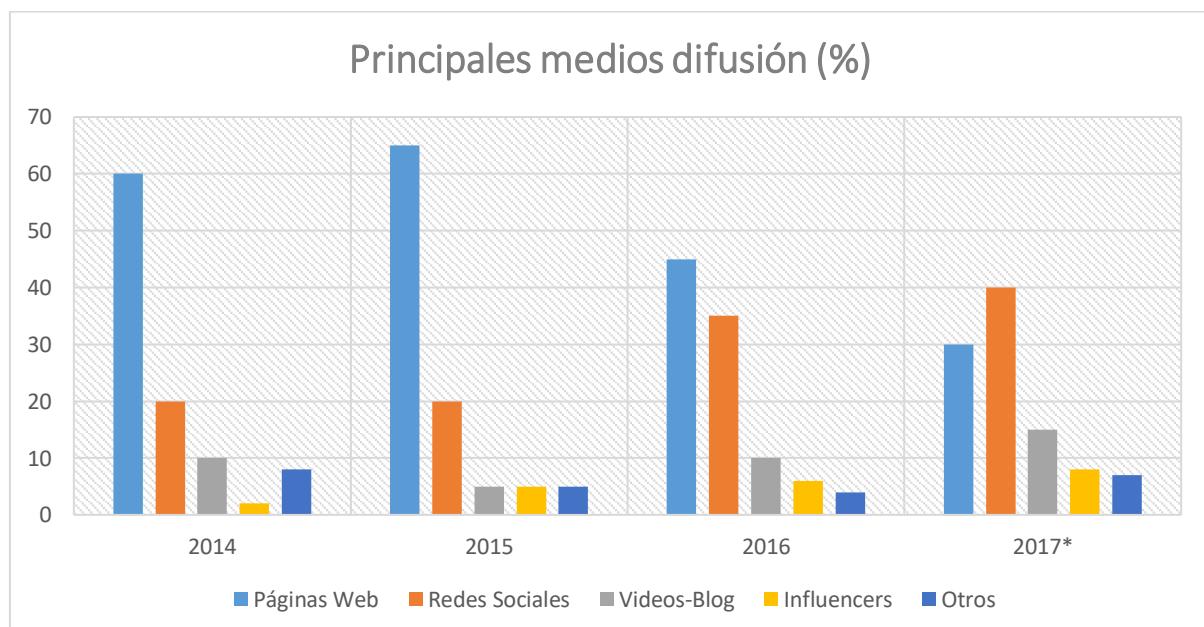
Requisito 4. Dependiendo de la tipología, deberá indicar la forma de recompensar para todos los partícipes.

Una vez aceptado el proyecto por parte de las plataformas, se le indicará el posible impacto que tendrá y a qué públicos va a ser dirigidos, y el emprendedor acatará las condiciones que la plataforma le interponga.

4.2 ETAPA 2- PLANIFICACIÓN

Es una fase corta, que se caracteriza por enfocar los medios que pondrá a su disposición, para realizar la toma en contacto con el público objetivo. Los medios más utilizados, se expresan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 2.3 MEDIOS PARA DIFUNDIR CROWDFUNDING MÁS EMPLEADOS.



FUENTE: Elaboración propia a partir de la fuente: [Grow.ly/Sources](#). Mayo 2017.

4.3. ETAPA 3: CAMPAÑA:

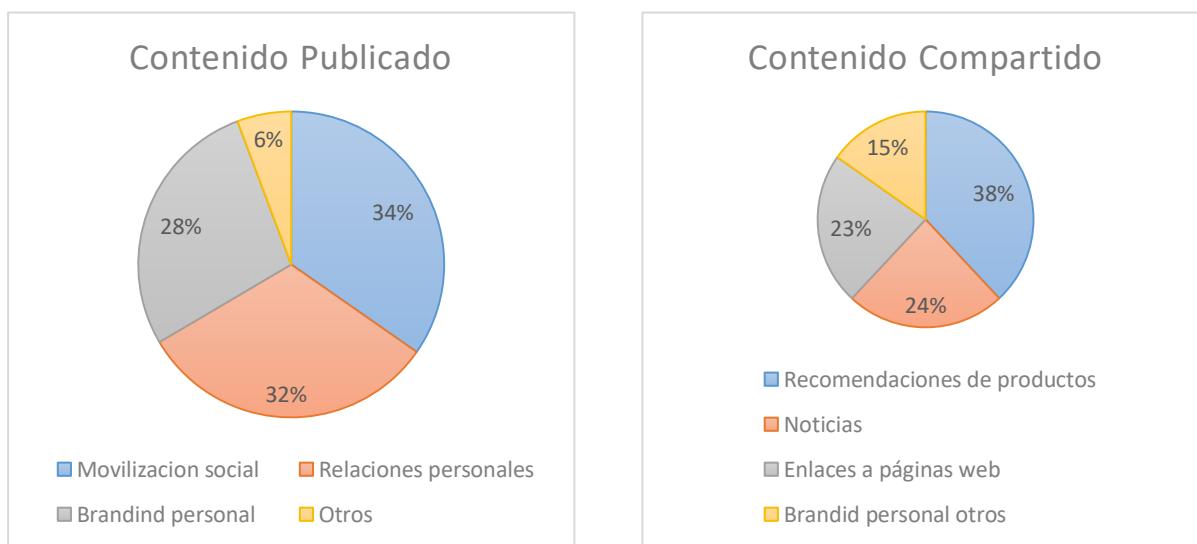
La tercera etapa, campaña, es la segunda y más larga etapa, puede abarcar un periodo desde el inicio del proyecto, casi hasta su finalidad. Consiste en promocionar el proyecto, por medio de los distintos medios que hemos mencionado anteriormente.

Cabe destacar la importancia que tiene cada vez más las redes sociales, siendo el principal medio de transmisión de información en la actualidad. El medio más tradicional, siempre ha sido las páginas web, tanto las dedicadas a las plataformas, como los blogs especializados y los foros o debates on-line. El medio de la demostración por medio de video-blogs, ha tenido una gran importancia últimamente, en proyectos socio-políticos, y proyectos que buscan causar una empatía hacia los visores. (Como, por ejemplo, la asociación para el cambio antclimático de España).

No obstante, las redes sociales se asumen gran importancia para su conocimiento. El motivo principal, se debe a su uso diario por parte de los usuarios, y a la sencillez de compartir las publicaciones entre personas del mismo entorno, logrando así su rápida expansión y mayor alcance a un mismo público objetivo.

Según **Edu Gozalo**, experto en estrategias y comunicación de las RRSS, en un estudio propio publicado en la revista digital de StartPro (2017), los usuarios cada vez siguen una misma tendencia a la hora de publicar y de compartir las publicaciones de otros usuarios.

GRÁFICOS 2.4 USO DE LAS REDES SOCIALES:



Fuente: Elaboración propia. A partir de revista digital StartPro. Gozalo E. (2017).

El autor del estudio, refleja la importancia de compartir aquellas publicaciones sobre las recomendaciones de los productos, siendo un factor clave para el desarrollo y el conocimiento de aquellos proyectos basados en el crowdfunding.

4.4 ETAPA 4- POSTCAMPAÑA.

La cuarta etapa, la postcampaña, es una vez que el proyecto haya obtenido el éxito o bien se haya puesto en marcha, el propietario puede ofrecer las recompensas a sus principales inversores o retornar la aportación inicial, del mismo modo, se ofrece aportar retroalimentación de la información futura del proyecto.

En algunos casos, esta etapa, solamente aporta el bienestar de aquel inversor. Se trata por tanto de aquellos proyectos de carácter altruistas, en el que se sacrifica el beneficio de la aportación, para dárselo a otros.

Estas recompensas, son importantes para aquellos inversores que solo buscan el beneficio más allá de la creación del producto/servicio que satisfaga sus necesidades.

Según **Daniel Álvarez**, autor de varios libros sobre nuevas tendencias de financiación, y director de la página web Nuevo Financiero. Com, las recompensas es un factor clave para el crowdfunding, dado que les aporta un mayor valor a los proyectos, las recompensas deberán tener las 7 claves:

GRÁFICO 2.5. CLAVES DE LAS RECOMPENSAS



FUENTE: Elaboración propia a partir de la guía getyourcase.com (2017)

La recompensa principal, para el mecenas, ha de ser el producto final y elaborado, seguido de esto, se debe valorar que, sin el mecenas o inversor, no hay financiación, luego se debe aceptar todas aquellas valoraciones e ideas. La exclusividad es importante, dado que un proyecto novedoso es más atractivo. La coherencia debe ser un factor clave, dado que la recompensa que se ofrezca, no puede superar al valor del producto o servicio. La segmentación hace referencia a la proporción de las cantidades monetarias o de los descuentos que se van a ofrecer, se deberá estudiar el número de inversores, y el volumen total de las recompensas.

Por último, el valor y el límite, hacen referencia a si la recompensa va a general otros gastos adicionales, y si van a estar al alcance de todos aquellos mecenas.

CAPÍTULO 5: Tipologías de crowdfunding.

En cuanto a la **clasificación o las tipologías del crowdfunding**, podemos destacar numerosas clasificaciones que se engloben bajo el mismo concepto. Existen numerosos autores que aseguran que la mejor clasificación se basa en la finalidad del proyecto para el inversor. Según **Rodríguez de las Heras Ballel, T (2013) y González A (2013)**, distinguimos las siguientes tipologías:

5.1 CROWDFUNDING DE DONACIÓN.

Se realiza en aquellos proyectos que tienen carácter solidario o un valor pequeño para el aportador. Son especialmente para los proyectos sociales y entidades sin ánimo de lucro.

Según **Eric Rivera**, en su libro “La eclosión de la financiación alternativa”, esta tipología carece actualmente de una regulación específica, y supone un porcentaje muy bajo del total recaudado por crowdfunding en España.

Entre las plataformas más destacables son Teaming, activa desde 1998 que se basa en la participación desde un euro para apoyar numerosas causas sociales. Otra plataforma es Migranodearena.org, que se dedica en mayor medida a luchar contra la leucemia infantil. Otra plataforma destacable es Crowdribe, que apoya numerosos proyectos solidarios y benéficos, sin aportar comisiones de suscripción a los partícipes.

La importancia de esta tipología de las plataformas en las que se desarrolla, es la de acontecer actividades con finalidades altruistas, sin recibir nada a cambio, por el mero hecho de aportar una pequeña cantidad. Otro motivo que lleva a las empresas o particulares a la aportación por medio de ONG's u plataformas especializadas es la consecuencia de incentivos fiscales, como, por ejemplo, en el Impuesto Sobre Sucesiones y Donaciones.

Algunos de los proyectos más destacados recientemente son los siguientes:

CUADRO 2.6. EJEMPLOS DE DONACIÓN

PROYECTO	DESTINATARIOS	CAPITAL RECAUDADO	PARTÍCIPES
Nepal Relief	Afectados por terremotos en Nepal	679 millones de dólares	8,47 millones de personas.
Lucha Contra la Leucemia	Niños/as con leucemia	Hasta 2016. 95.000 euros	255.000 personas y entidades.
Salva el ártico	Ecosistema del Ártico	No especifica.	7 millones de personas. (425.000 en España).
Equipament veterinari del Nou	Protección de animales/ asistencia sanitaria	34.160 euros (Plataforma migranodearena)	472 donaciones.

FUENTE: Elaboración propia por diversas plataformas y páginas web.

La mayor problemática que presenta esta modalidad, es la trasparencia que aporta las plataformas y la desconfianza de los inversores hacia los proyectos que no acontecen la suficiente información o bien resulten dudosos por su viabilidad.

5.2 CROWDFUNDING DE RECOMPENSA.

Según la revista digital **NuevoFinanciero.com**, cuyo autor es el economista Daniel Álvarez, el crowdfunding de recompensa es como el primer modelo de micromecenazgo, y cuando hablamos por norma general de crowdfunding, lo asociamos a este término.

El crowdfunding de recompensa es aquel en el que se ofrece un producto o servicio como contraprestación a la aportación que cada persona realiza al proyecto. Se utiliza en los momentos iniciales del proyecto, cuando el emprendedor empieza a ejecutar su idea. En cambio, el crowdfunding de inversión aparece una vez validado el producto o servicio, ya tiene ventas reales o acuerdos comerciales.

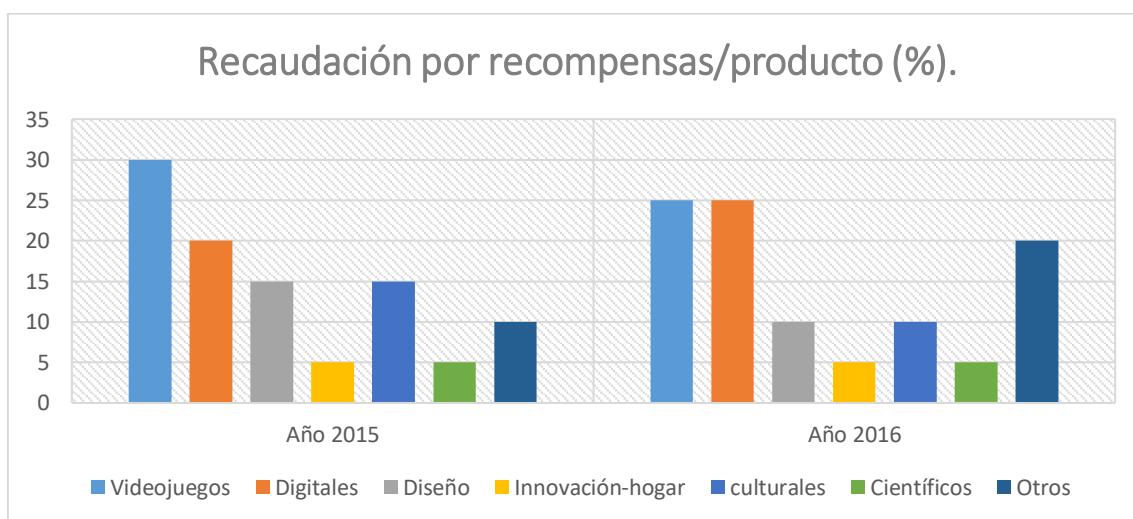
Inicialmente los emprendedores usaban este tipo de micromecenazgo para financiar películas, grabaciones de discos o documentales... La “recompensa” que obtenían los inversores era una entrada de cine, una copia de un disco o poder presenciar en primicia el proyecto terminado.

Se lleva a cabo en proyectos principalmente destinados al ocio o a la cultura en el que los partícipes prestan generalmente dinero, con la finalidad de recibir a cambio una recompensa por su aportación ya sea en efectivo, publicidad, ventajas o entrega de materiales u otros beneficios.

Entre los proyectos más destacables, podemos encontrar los videojuegos, los productos digitales, productos de diseño, productos de innovación y del hogar, productos culturales, productos científicos, entre otros.

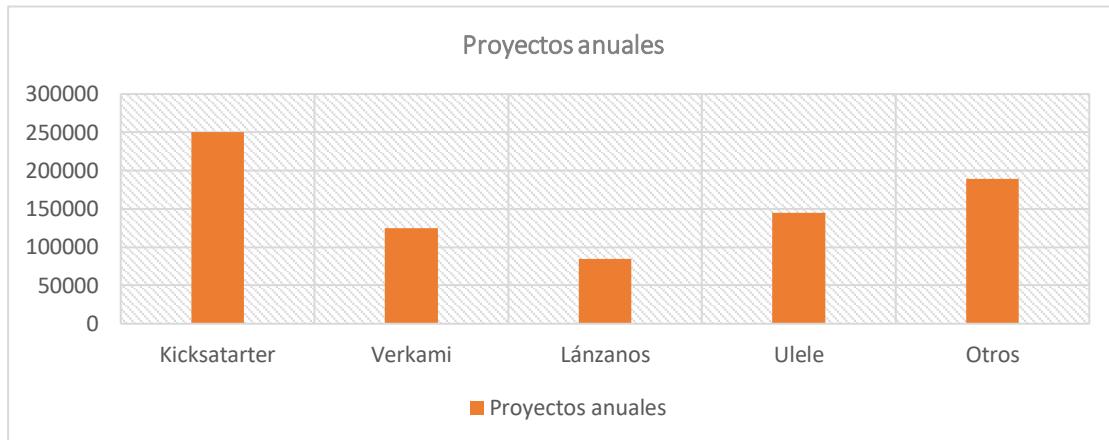
De manera gráfica, podemos establecer el total recaudado en base a la tipología de los productos.

GRÁFICO 2.7: RECAUDACIÓN TOTAL POR RECOMPENSA/PRODUCTO



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de Asociación Crowdfunding España

Dentro de la rama de los videojuegos, uno de los más importantes que todavía sigue en marcha es Star Citizen, con una expansión en auge, desde su comienzo en diciembre del 2015, hasta la actualidad, logrando más de 2,20 millones de dólares, solamente por medio de la plataforma Kickstarter. (Cuenta con más de 500.000 usuarios registrados, y activos). Dentro de los productos digitales, destaca el reloj Pebble Time, siendo la alternativa más directa de los Smart-watch.

GRÁFICO 2.8: PLATAFORMAS RECOMPENSAS/ PROYECTOS AÑO:

FUENTE: Elaboración propia a partir de Icemd.com (2017)

A la vista del anterior gráfico, podemos observar las 4 plataformas más importantes del crowdfunding basado en las recompensas. De los datos aportados por Icemd, la plataforma mayoritaria en todo el planeta es Kickstarter, especializada en videojuegos y en productos destinados al ocio. En cuanto a la plataforma Verkami, de origen nacional, tiene una presencia notable en Europa sobre los productos de ocio y de cultura. Por último, las plataformas Ulele y Lánzanos, con una menor presencia, continúan atrayendo a inversores, logrando entre ambas más de un millón y medio de recaudaciones al año. (Datos Icemd 2016).

5.3 CROWDFUNDING BASADO EN PRÉSTAMOS O CROWDLENDING.

El autor **Malik Dakdaki**, en su famoso libro “Crowdfunding as a source of financing”, la define como otra fuente de financiación alternativa debido a su actual importancia.

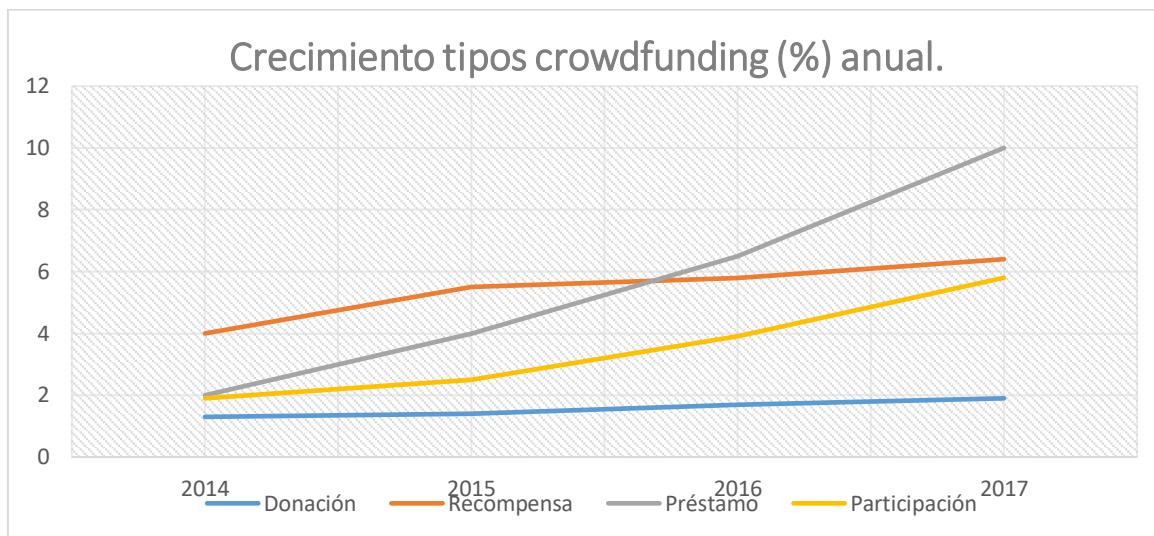
Básicamente es un préstamo para un proyecto empresarial formalizado en el que ambas partes reúnen conjuntamente las condiciones, tanto el capital, los plazos, el tipo de interés y el reintegro del mismo. Esta financiación se caracteriza por centrarse en el objetivo de las empresas start-up o de reciente creación que no disponen de los medios suficientes como para confiarse por capital ajeno.

Uno de los movimientos más recientes es el denominado crowdlending P2B, “peer to business”, que se enfoca solamente en aquellas empresas que se sitúan en una de las plataformas exclusivas, bajo unos criterios avalados por los éxitos, los aportadores pueden incluso llegar a recibir beneficios basados en participaciones o dividendos tras el éxito de las compañías.

Es sin duda, el mayor rival de la financiación tradicional por medio de las entidades bancarias, dado que el funcionamiento es similar, y asegura unas rentabilidades mayores y a un riesgo inferior (Cabe destacar que rentabilidad y riesgo, siempre se ha deducido como una relación directa), por lo que permite romper la idea de que, ante una mayor rentabilidad, un mayor riesgo.

Según un artículo reciente publicado en el periódico digital **EIPais.com**, esta tipología ha sufrido un mayor crecimiento dentro del análisis propio del crowdfunding

GRÁFICO 2.9. COMPARATIVA CRECIMIENTO TIPOS CROWDFUNDING ESPAÑA.



FUENTE: Elaboración propia a partir del artículo *El País* 17/05/2017 Emprendedores.

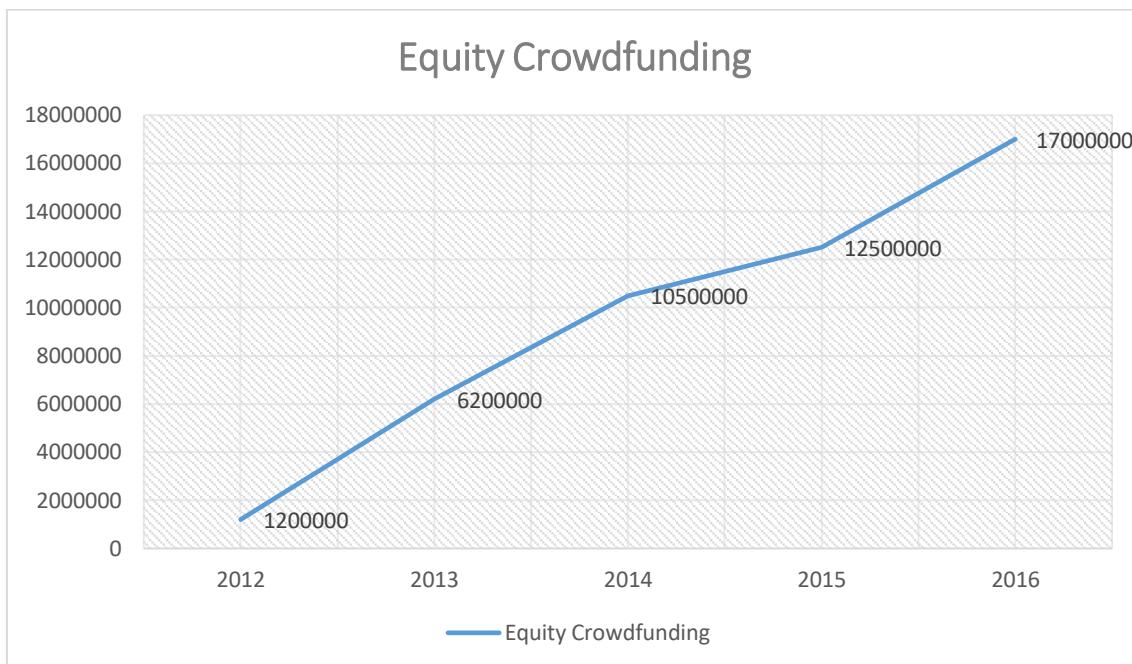
4.4 EQUITY CROWDFUNDING O CROWDFUNDING BASADO EN PARTICIPACIONES.

Se diferencia de los anteriores en que el partícipe, recibe a cambio una participación de la empresa, por lo tanto, también recibe de forma directa los beneficios del proyecto, siendo los dividendos, la venta directa de las participaciones y la toma del control de la empresa.

Algunos autores, difieren en su terminología, debido a que es la modalidad que mayor riesgo incorpora dado que las aportaciones requieren un mínimo y sobre todo se centran en proyectos de una alta rentabilidad, pero de un riesgo también elevado. La mayoría de las empresas invierten en sectores tecnológicos.

Excluyendo así a los pequeños empresarios y a los emprendedores.

Es a su vez, la tipología más novedosa, hasta el año 2012, no se conoce en España, cuando se empieza a tener una cierta importancia para la financiación del emprendimiento.

GRÁFICO 3.0: CRECIMIENTO EN RECAUDACIÓN EQUITY CROWDFUNDING:

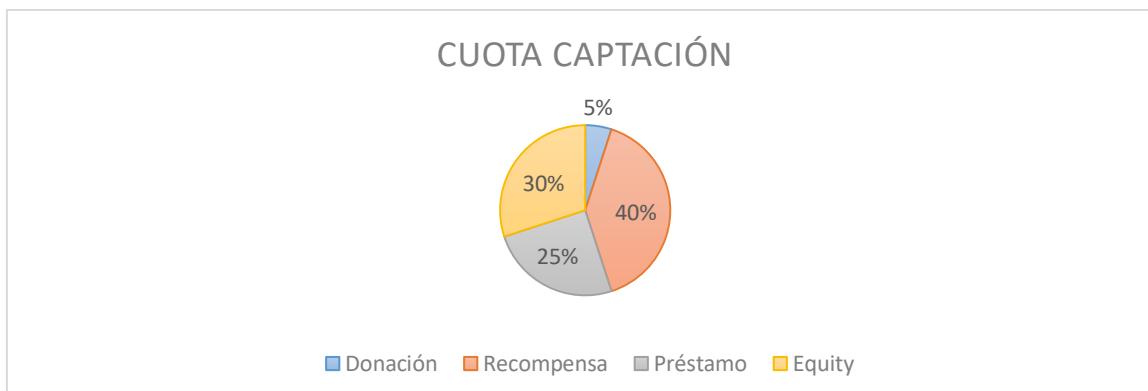
FUENTE: Elaboración Propia a partir de Consumocolaborativo.com 17/05/2017.

El mayor crecimiento del equity crowdfunding se debe en mayor parte por el crowdfunding inmobiliario, con un crecimiento del total recaudado bajo esta modalidad superior al 25% respecto al año anterior según Cosumocolaborativo.com.

5.5. EVOLUCIÓN DEL CROWDFUNDING EN RELACIÓN A LAS TIPOLOGÍAS:

La relación entre las distintas posibilidades de financiación por medio del crowdfunding, se puede expresar en el siguiente gráfico, en que figuran el crecimiento y la cuota de mercado que tienen las distintas tipologías para cerrar el enclave de los tipos de cada una de las opciones de crowdfunding, he elaborado los siguientes gráficos, a partir de recientes estudios recogidos en varias páginas web. Además, se muestran los datos para demostrar la importancia de esta novedosa y potente fuente de inversión.

GRÁFICO 3.1. CUOTA DE CROWDFUNDING EN BASE A LAS TIPOLOGÍAS. (2015).



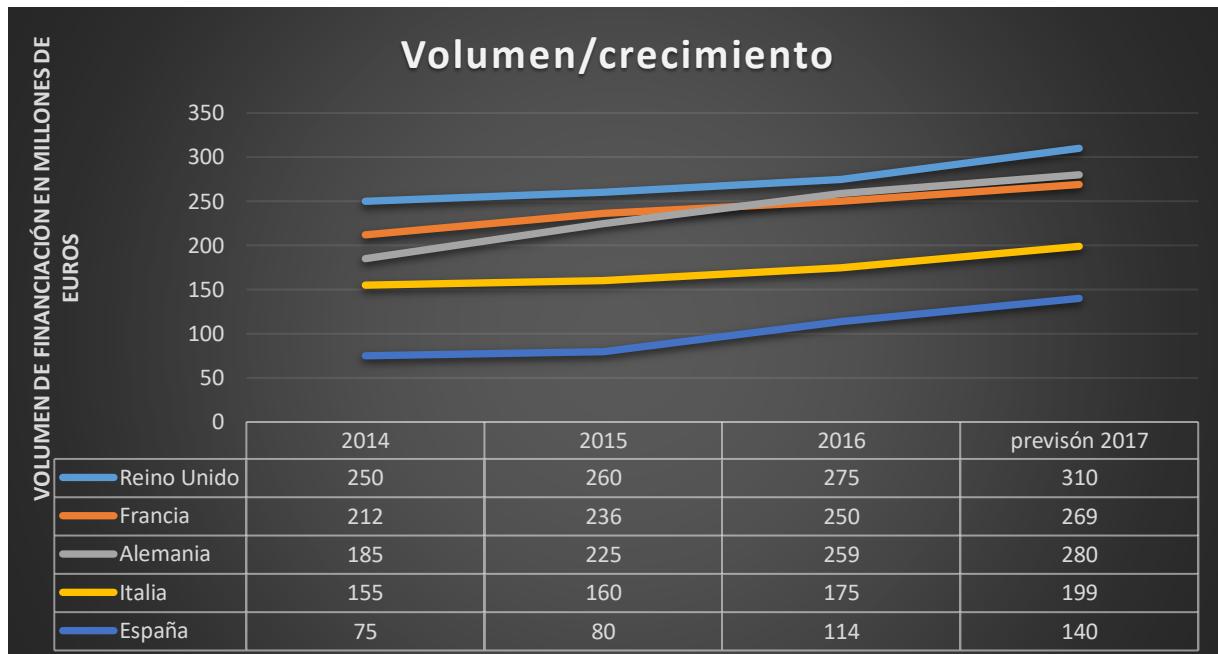
FUENTE: Elaboración propia, a partir de los datos de Universo Crowdfunding (2016).

CROWDFUNDING: UNA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN

En términos numéricos el crowdfunding ha logrado superar los 100 millones de euros recaudados en el último año en España, concretamente, se recaudaron 113.592.388 euros, lo que supone un incremento de 116.09%. Los expertos apuntan que, para este año, se superen los 140 millones.

En cuanto a la comparativa con otros países pertenecientes a la Unión Europea, y teniendo en cuenta a Reino Unido (a efectos del Brexit). Podemos establecer que el crecimiento es destacable en nuestro país, pero la presencia en cuanto al volumen de captación de fondos sigue siendo en mayor medida la menor de entre las diversas fuentes de financiación. Cabe destacar las altas expectativas de crecimiento que derivan en España e Italia.

GRÁFICO 3.2. VOLUMEN DE FINANCIACIÓN Y CRECIMIENTO DIVERSOS PAÍSES



FUENTE: Elaboración propia a partir de European Comission /Crowdfunding. 2017.

En el gráfico público por un organismo de la UE, nos muestra como el crecimiento de esta nueva modalidad se actúa en aquellos países con un volumen inicial muy bajo.

Uno de los factores más importantes, se deben a las nuevas plataformas surgidas, y a las normativas más consolidadas por las comisiones económicas europeas que rigen de manera uniforme el crowdfunding.

CAPÍTULO 6: Partícipes del crowdfunding.

En el presente capítulo, nos enfocamos en los partícipes principales del crowdfunding.

Básicamente son 3; los inversores, los emprendedores y las plataformas.

6.1 LOS INVERSORES:

Son aquellas personas que buscan los distintos proyectos que se adapten a sus preferencias. La mayor ventaja que tienen, es que tienen la posibilidad de acceder en cualquier momento a las distintas posibilidad, plataformas y proyectos con tal solo el acceso a internet. Obtienen la información necesaria, y les permite la posibilidad de aceptar la financiación o no.

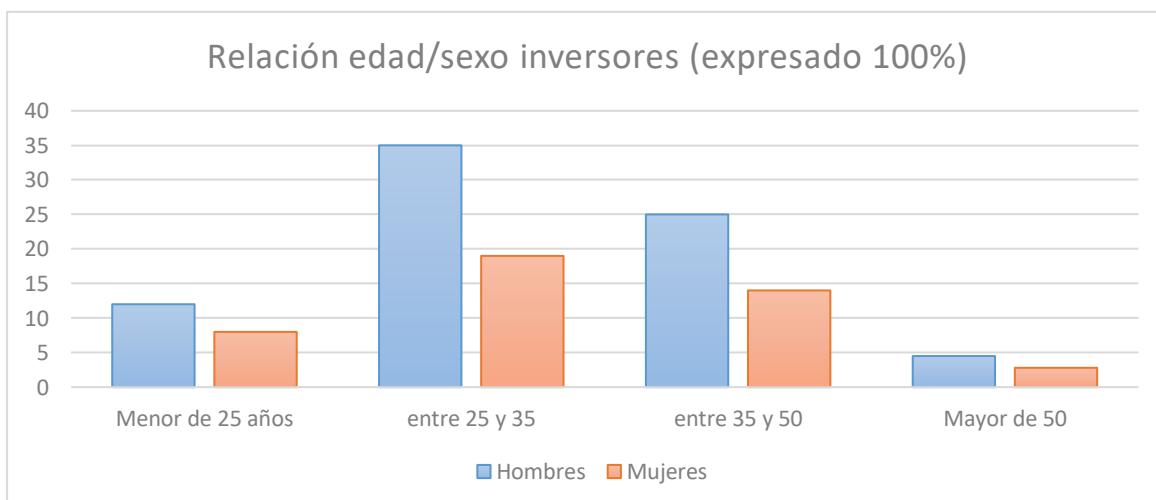
Entre sus desventajas, la más destacable es el riesgo, dado que el proyecto puede no ser realizado y puede sufrir ciertos retrasos hasta su finalización.

Otra desventaja es el miedo al fraude o a la estafa, debido a que existen numerosas plataformas, pero carecen de una regulación muy específica, por lo cual muchos de los inversores, se vuelven reacios a la hora de acometer los proyectos.

Para solventar estas desventajas, cada vez existen más plataformas que aseguran la devolución del capital prestado, en caso de incumplimiento del proyecto, y la retroalimentación periódica del proyecto, asegurando una mayor transparencia y fiabilidad.

Según un estudio publicado en **Arboribus** (2014). Existe una relación entre la inversión de las plataformas tanto por edad, como por sexo.

GRÁFICO 3.4 RELACIÓN EDAD/SEXO POR INVERSORES



FUENTE: Elaboración propia a partir de Arborius.com (Estudio 2014).

Observamos que la mayor proporción, el perfil de los inversores por mayoría en todas las edades son hombres, y que el mayor rango de financiación se acontece entre los 25 y 35 años.

6.2 LOS EMPRENDEDORES:

Es la figura creadora del proyecto, que se caracteriza por llevar a cabo todo el proceso desde el nacimiento de las ideas pasando por la elaboración final y las postcampaña del producto.

La principal ventaja que obtiene es la de obtener financiación a un coste inferior que aquellos ofrecidos por los medios tradicionales.

Otra gran ventaja, es la información obtenida a lo largo de su proyecto, pudiendo desechar aquellos que no logren una cierta importancia para el público dirigido.

6.3 VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL CROWDFUNDING.

Según **Steiner & DeMaria (2012)**, podemos agrupar las ventajas y desventajas en función de los principales intervenientes del crowdfunding.

6.3.1 Principales beneficios y ventajas para las empresas o personas que reciben el capital:

- Permite obtener el capital necesario para llevar a cabo los proyectos más ambiciosos y tecnológicos convirtiendo una idea o un sueño en algo real.
- Se evita la intermediación bancaria con unos altos tipos de interés para aquellos proyectos menos atractivos que supongan un gran riesgo.
- Permite analizar la viabilidad del proyecto atendiendo a las opiniones de la gente que pueda interesarse por él., lo que permite la retroalimentación de manera directa y a un tiempo menor, con el menor coste que cualquier investigación de mercados.
- Posibilidad de enfocar y/o adaptar los proyectos en base al público objetivo.
- Control total del proyecto al no depender de otras fuentes de financiación.
- Captación masiva del público debido a las numerosas TIC que se emplean hoy en día.

6.3.1 Principales beneficios y ventajas para los partícipes o donantes:

- Se involucra en un proyecto que puede acontecer un éxito y puede optar por la ventaja o beneficio del mismo dependiendo de la tipología.
- Aporta sus ideas y opiniones en base a un proyecto.
- Supone una interacción de manera indirecta entre colaboración y la empresa, mediante una de las plataformas que se emplean.
- Seguridad, dado que solamente en caso de no obtener el éxito esperado, solamente se pierde el capital que se aporta.
- Fácil acceso y gratuito, dado que solamente basta con el acceso a internet previo registro en los portales.

6.3.3 Principales desventajas tanto para las empresas, como para los partícipes.

- Posibilidad de que un producto que aún no está en funcionamiento, puede ser expuesto a copias o a imitaciones de menor coste o de una rápida puesta en marcha.
- Manejo y uso de las redes sociales y de las nuevas tecnologías, para darse a conocer, se debe estudiar la mejor alternativa y centrarse en el público al que se quiere dirigir (Malgastando tiempo y costes).
- Control de los proyectos de manera obsesiva (Requiere un uso diario en comprobar las opiniones y donaciones diarias),
- Poca regulación que protege a los inversores, y a las ramas de la donación y de recompensas.
- En algunos casos, si el proyecto no tiene éxito, la pérdida del capital aportado y de los beneficios o ventajas que habían sido prometidas (generando desconfianza a futuros proyectos).
- Engaños y desconfianza hacia proyectos de carácter más altruistas.

Para **Steiner & DeMaria (2012)**, lo más complicado es llevar a cabo la campaña, en el cual el segundo factor clave después de la idea, es la perseverancia y la actitud del emprendedor en el que deberá tener en cuenta los escenarios negativos y los positivos, por eso es un papel fundamental para el emprendedor.

6.4 PRINCIPALES PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING:

A modo de definición de plataforma de crowdfunding, según **Eva Gallardo**, en su libro “Gestión del Crowdfunding” (2015). Las plataformas son el mecanismo esencial que permite poner en contacto entre los inversores y los empresarios. Suponen por tanto el nexo necesario para esta modalidad, cuya función principal es la de aportar información, y ser el medio que regule las inversiones.

La mayoría de las plataformas de financiación contienen un mecanismo de seguridad, puesto cuando el objetivo económico no es alcanzado, se rechaza el proyecto.

FIGURA 3.5. IMAGEN DE LAS PLATAFORMAS CROWDFUNDING ESPAÑA.



Fuente: Rodríguez. Susana. (2016).

TABLA 3.6. PLATAFORMAS CROWDFUNDING

<i>Nombre</i>	<i>Tipo</i>	<i>Descripción</i>
<i>Bandedd</i>	Recompensa	Financiación de conciertos
<i>CrowdThinking</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Fromlab</i>	Recompensa	Financiación de productos físicos
<i>Goalfunds</i>	Recompensa	Plataforma para deportistas
<i>GetYourCause</i>	Recompensa y Donación	Proyectos generales
<i>Goteo</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Indiegogo</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Injinet</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Kifund</i>	Recompensa	Proyectos audiovisuales
<i>Kickstarter</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Kuabol</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>La Tahona cultural</i>	Recompensa	Proyectos culturales
<i>Libros.com</i>	Recompensa	Plataforma de crowdfunding editorial
<i>Lánzanos</i>	Recompensa	Proyectos generales
<i>Mola.fm</i>	Recompensa	Proyectos creativos y artísticos
<i>MontaTuConcierto</i>	Recompensa	Financiación de conciertos
<i>Namlebee</i>	Recompensa	Proyectos políticos y sociales
<i>Siamm</i>	Recompensa	Proyectos creativos y artísticos
<i>Ulule</i>	Recompensa	Proyectos creativos, artísticos y culturales
<i>Verkami</i>	Recompensa	Proyectos creativos, artísticos y culturales
<i>BBVA Suma</i>	Donación	Causas solidarias
<i>Deportistas solidarios</i>	Donación	Causas solidarias promoviendo el deporte
<i>Doafund</i>	Donación	Evitar el desahucio
<i>Flipover</i>	Donación	Proyectos sociales
<i>F4R</i>	Donación	Financiación para investigación y ciencia
<i>ILoveScience</i>	Donación	Financiación de proyectos científicos
<i>Mi grano de arena</i>	Donación	Proyectos sociales
<i>Miaportación.org</i>	Donación	Cubrir las necesidades de gente desfavorecida
<i>Smilemundo</i>	Donación	Proyectos sociales y de medioambiente
<i>Sport2help</i>	Donación	Proyectos solidarios a través del deporte
<i>Teaming</i>	Donación	Causas sociales
<i>Creo en tu proyecto</i>	Inversión	Financiación colectiva para las empresas
<i>Inverem</i>	Inversión	Proyectos empresariales
<i>Lánzame</i>	Inversión	Startups
<i>Me gusta tu idea</i>	Inversión	Proyectos, rentabilidad para inversiones
<i>Microinversores</i>	Inversión	Ideas o proyectos innovadores
<i>Squeedquick</i>	Inversión	Proyectos empresariales, tecnológicos y culturales
<i>Sociosinversores</i>	Inversión	Socios y creación de empresas
<i>The Crowd Angel</i>	Inversión	Startups de base tecnológica
<i>Álzate</i>	Inversión	Proyectos culturales
<i>IxIMicrocredit</i>	Préstamo	Microcréditos para emprendedores
<i>Arboribus</i>	Préstamo	Financiación para empresas
<i>Comunitae</i>	Préstamo	Préstamos entre particulares
<i>Ecrowd!</i>	Préstamo	Proyectos de alta rentabilidad y con impacto positivo en la sociedad
<i>Grow.ly</i>	Préstamo	Préstamos para pymes
<i>Lendico</i>	Préstamo	Préstamos e inversiones

CAPÍTULO 7: Regulación y normativa.

Dada la reciente incorporación del crowdfunding a la trama financiera de las empresas y de los nuevos proyectos, la regulación y normativa ha sido adaptada de forma rápida para dar confianza y seguridad a los inversores.

Existen numerosos organismos que regulan el Crowdfunding, desde el marco europeo, desde el decreto ley aprobado en 2015 en España, y demás organismos que aprueban órdenes para regular ciertos aspectos.

7.1 A NIVEL EUROPEO.

Dentro de la Unión Europea, a día de hoy, solamente existe el reglamento nº 575/2013 “**Liberar el potencial de la microfinanciación colectiva en la Unión Europea**” que establece las líneas básicas y la importancia que tiene esta modalidad en el impacto empresarial de las empresas. Sin embargo, solamente hace hincapié en las modalidades que tienen un gran peso en el sector financiero, como son el crowdlending y el equity crowdfunding, sobre las plataformas lucrativas.

Esto supone que la gran mayoría del público objetivo quede sin respaldo alguno por medio de las instituciones europeas.

Este hecho da la creación a que la comisión europea haya creado en 2016, el apartado crowdfunding en su página web, para atender tanto a las empresas, como a los inversores para recibir el apoyo y la información necesaria para llevar a cabo la toma de decisiones.

7.2 A NIVEL NACIONAL (ESPAÑA).

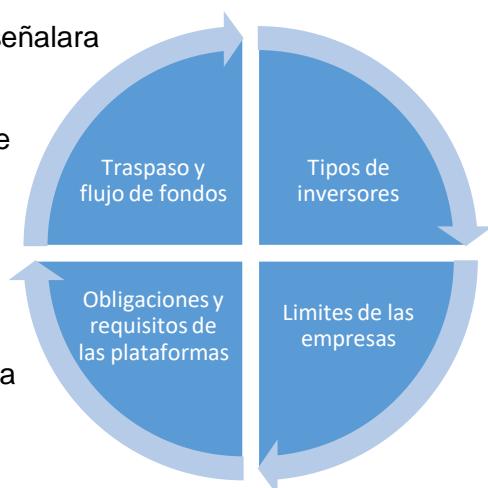
Centrándonos en nuestro país, se remonta al año 2015, cuando numerosos expertos señalaban la importancia del Crowdfunding para la financiación en nuestro país. **Richard Swart**, apunta que “*hemos visto una explosión de interés en el crowdfunding en los responsables políticos, en los académicos, en los gobiernos y en los think tanks de todo el mundo*”

A ello se sumaba también el crecimiento exponencial que está teniendo como negocio en sí mismo, como señalara **Philippe Gelis**. (2015)

Fabio Pascua señaló que la CNMV está ya desde hace tiempo adaptando su trabajo a la realidad digital; subrayando cómo por ejemplo verificar el suministro de información en los sitios web constituye una de las funciones a desempeñar.

Todo esto, culmina en diciembre de 2015, con la publicación en el BOE, el martes 28 de abril de 2015, la Ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial.

FIGURA 3.7. ASPECTOS BÁSICOS



FUENTE: Elaboración propia. Fuente: crowdcube.es (2016)

Dicha ley, según la revista del **Derecho del Mercado Financiero**, publicada en junio de 2015, podemos resumir la nueva ley en los **siguientes 4 aspectos**

7.2.1 Creación de los tipos de inversores:

La Ley que entró en vigor en diciembre de 2015, hace referencia a la existencia de 2 tipos de inversores, los acreditados y los no acreditados. Los acreditados, tendrán la peculiaridad de que su inversión no estará limitada, mientras que los no acreditados tendrán una limitación de 3.000 euros por persona y 10.000 euros por año y plataforma.

Entre los principales inversores acreditados, destacan los inversores institucionales, las empresas medianas o grandes (activos superiores a un millón de euros o Fondos Propios superiores a 300.000 euros), y las personas físicas o jurídicas con rentas anuales superiores a los 50.000 euros.

7.2.2 Límites de las empresas que buscan financiación:

Se debe a la ampliación de los fondos captados de hasta 5.000.000 euros por proyecto previa participación en la plataforma, siempre y cuando sean inversores acreditados. El mayor problema se debe a la limitación por parte de los pequeños inversores que no estén acreditados, al cual se enfrentan a la limitación d los 2 millones por proyecto.

En ambos casos, el proyecto no podrá superar el 25% de su objetivo de financiación. Es decir, no podrá exceder los fondos obtenidos más de un 125% del total presupuestado en la plataforma.

7.2.3. Obligaciones y requisitos para las Plataformas de Financiación Colectiva (PFP).

Todas estas plataformas, deberán estar aprobadas por la CNMV, tanto para las equity crowdfunding, como para las crowdlending (puesto que la ley no ampara las restantes categorías).

Los requisitos principales, se centran en el capital mínimo necesario, siendo de 60.000 euros o bien deberán de contar con un seguro de responsabilidad social de una cobertura mínima de 300.000 euros por reclamaciones.

7.2.4. Traspaso de los flujos de fondo.

Toda plataforma deberá controlar de manera periódica, en un tiempo de entre 3-6 meses (dependiendo de los movimientos de capital), explicando donde se depositan y en que se invierten los capitales, hasta que llegan a las empresas.

CAPÍTULO 8: Hitos y fracasos del crowdfunding.

El micromecenazgo por medio de Internet, ha supuesto un gran impacto en los proyectos empresariales de los ámbitos de los videojuegos, dispositivos electrónicos, los autores, los músicos, cineastas, y/o artistas, así como las empresas sin ánimo de lucro. Todo ello, gracias a las aportaciones de los usuarios que les han permitido desarrollar sus proyectos para que salgan al mercado.

La financiación en masa ha permitido un gran avance en lo que podemos denominar como economía colaborativa que día a día se extiende a todas las áreas de internet. La idea general, el crowdfunding sirve para todo, si bien es cierto, es conocido su impacto en causas benéficas y ha permitido notables avances en ciencia y medicina.

El primer caso, es de la fundación CHUS de Santiago, en el que han logrado recaudar más de 500.000 euros para investigar sobre el cáncer de biopsia líquida.

Otro caso llevado al mundo de los videojuegos y de las nuevas tecnologías, en el que se permite una nueva interacción, entre el creador y los consumidores. Dicha relación es la que favorece a los proyectos, dado que, si el colaborador se gusta una idea, será el mismo quien realice la aportación, mientras que aquellas ideas que no les aporte nada, serán las mismas las que no prosperen por falta de recursos. Lo que podemos hablar de una nueva técnica de marketing ligada al proyecto o la idea del negocio. A cambio, generalmente bajo la tipología de recompensas se encuentran el sector de los videojuegos, dado que es la mejor forma de satisfacer al aportador. Gracias a estas recompensas, numerosas compañías han logrado tener un éxito destacado. De las que se encuentras las siguientes:

- *Shadowrun Returns*, juego de rol, basado en turnos de ciencia ficción fantástica, recaudando en Kickstarter más de 1.8 millones de dólares con más de 36.000 participantes.
- *Elite: Dangerous*, juego de simulación espacial, con plataformas tanto para el PC, como para PS4, XBOX, recaudando en Kickstarter más de 1.5 millones de libras con un total de 25.600 participantes.
- *Pillars of Eternity*, juego de rol basado en la fantasía, recaudando en Kickstarter más de 3.9 millones de dólares. Fue en 2015, uno de los mejores juegos de estrategia de Rol en EEUU, también cuenta con un mayor número de participantes, alrededor de 73.900 participantes.

El mayor éxito de la saga de los videojuegos, y ganador del premio Guinness Word Records es para el título de *Star Citizen*, juego de rol futurista basado en el espacio, cuyo creador y promotor Chris Robert, han logrado la captación de más de 163 millones de dólares (uniendo la plataforma Kickstarter y la plataforma propia de Robertsspaceindustries.com), que en principio, bajo la plataforma Kickstarter, solicitaban solamente medio millón, con un total de participantes por todo el planeta de más de 1.8 millones de usuarios. Se basa en un modo en campañas, en base a la donación en el que el participe obtiene la recompensa en el videojuego de nuevos materiales y objetos para continuar con la exploración planetaria.

En el ámbito de los gadgets, destaca el éxito de *Pebble*, un rival directo del Smart-Watch, que logró hacerse un superventas a finales del año 2015, cosechando unas ventas totales por un valor de 122 millones, y un total recaudado por la plataforma Kickstarter de 12.700 millones de dólares. Fue comprada a por la empresa Fitbit en 2016.

CROWDFUNDING: UNA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN

Otro fenómeno destacado vinculado a la economía digital es el **blockchain o la tecnología de cadenas de bloques**, que se basa en la compilación de los datos publicados y sellados de forma segura, permite su transmisión de manera segura. Se basa en tres pilares fundamentales:

- **Almacenamiento de los datos** → mediante su masificación en bloques.
- **Transmisión de los datos** → mediante las técnicas *peer to peer* (entre ordenador- servidor).
- **Confirmación de los datos** → mediante un consenso entre los participantes y la aceptación de la prueba del trabajo.

El mayor caso de la tecnología en bloques es la **moneda virtual BitCoin**, la criptomonedas que permite realizar pagos entre diferentes entidades o individuos sin necesidad de que exista una autoridad centralizada que supervise, de confianza y aporte seguridad a todo el proceso. Estas transacciones quedan registradas en la base de *blockchain*. La importancia de esta nueva modalidad radica en los grandes proyectos que se vinculan a esta técnica.

El ejemplo que destaca es el modelo de financiación en masa del fondo de inversión **The DAO o Descentralized Autonomous Organization**, siendo un fondo de inversión descentralizado que sirve para financiar proyectos **Ethers (ETH)**, o proyectos para los startups. Este proyecto logró atraer más de 140 millones de dólares por medio de la iniciativa de Crowdfunding, siendo una de la más exitosa. Lo más interesante de esta modalidad es la toma de las decisiones, dado que se basa en el mecanismo de la votación, en el que los inversores del fondo son los que deciden por mayoría si quieren o no financiar un proyecto en concreto.

En el **ámbito de la cultura**, podemos destacar algunos proyectos como son los libros, las películas o las canciones. Uno de los proyectos a destacar, es el libro *Volverás a la Antártida*. Libro ilustrado en el que recoge las aventuras de Paco Gómez y el aventurero Hilo Moreno. Se recoge en la plataforma Verkami, y las participaciones ascienden a más de 15.000 Euros.

La película *El Cosmonauta*, (2013), fue un largometraje de ciencia ficción filmada en Rusia y España, fue publicada en todas las plataformas posibles (Internet, Cines, DVD, etc.), fue elogiada por su gran calidad de las imágenes y de su trama.

En cuanto a los proyectos de micromecenazgo que han fracasado, pueden ser numerosos, si bien es cierto, para denominarlo fracasado, desde el punto de vista de las numerosas plataformas, se entenderá que un proyecto no ha tenido el éxito si no logra recaudar al menos el 100% del capital que exige más el porcentaje de comisión que la plataforma recauda a modo de intermediación. Por eso, numerosos proyectos no logran captar la atención del público, y optan por abandonar sus ideas antes de que les surjan un mayor coste en concepto de tasas por utilizar la plataforma.

El mayor ejemplo de empresa innovadora fue **SKARP**, una empresa que prometía crear la innovadora cuchilla de afeitar con láser, logró captar más de 4 millones de dólares, de lo que inicialmente solicitaban 160.000 dólares (un 2.503%), con un total de 20.629 mecenas, al no cumplir con la creación de un prototipo, se estrenó en septiembre de 2015, y fue cancelada en octubre del 2015.

Varios artículos. Véase anexo bibliografía.

CAPÍTULO 9: Situación del crowdfunding.

Para comprender la importancia que tiene el crowdfunding tanto en la situación actual, como las expectativas que tiene esta modalidad, he consultado varios artículos recientes de varios autores importantes, desde economistas reconocidos, bloggers influyentes y periodistas.

9.1 SITUACIÓN ACTUAL.

Hoy en día existen miles de proyectos que se están financiando con el éxito del crowdfunding, se trata de la alternativa más popular a las vías tradicionales de financiación para los proyectos empresariales. Su especial vinculación a Internet, ha permitido que tenga un crecimiento de manera exponencial al mismo tiempo que ha permitido a las empresas adaptarse a esta nueva financiación.

Podemos hablar que se trata de un fenómeno más allá de una vía de financiación, según **Rodrigo Niño**, fundador de Prodigy Network, una firma inmobiliaria colombiana, el crowdfunding permite a los pequeños y medianos inversionistas a realizar grandes proyectos bajo unas rentabilidades superiores a las inversiones tradicionales.

El director del periódico el Financiero de México, **Osmar H. Zavaleta**, señala que el emprendimiento es clave para todas las empresas. Según su estudio propio, sobre el sector del Fintech y del Crowdfunding, casi el 99% de las empresas en América Latina, son micro-empresas y Pymes, y que solamente el 7% de las mismas tienen acceso algún tipo de crédito.

Por eso, el autor señala la importancia de las nuevas fuentes de financiación, y sobre aquellas entidades que se vinculan al sector tecnológico, del ocio y digital.

En datos, las empresas Fintech junto con el crowdfunding, otorgaron a México más de 540 mil usuarios activos.

Según **Jesús Martínez**, columnista y escritor en el periódico *elespañol*, afirma que tras la ley aprobada hace dos años deja en obsolescencia a numerosas plataformas, y que se requiere una nueva normativa tras la reciente publicación de las CNMV, en autorizar solamente a 21 plataformas dejando a más de la mitad de las presentadas como plataformas no operativas.

Por eso demandan una nueva regulación, junto con una mayor transparencia para los inversores.

9.2 EXPECTATIVAS FUTURAS.

El impacto en el futuro de la economía, se debe al cambio de actitud de la sociedad que ha permitido ganarse la confianza en aquellos pequeños inversores gracias a la conexión de las innovaciones tecnológicas y de la necesidad de explorar nuevos ámbitos y nuevos modelos con la búsqueda del beneficio mutuo.

Según **Shivdeep Dhaliwal**, podemos denominar un crowdfunding 2.0, en el que no solamente se intercambie fondos, si no que se hagan bajo el concepto de las criptomonedas o bien en un intercambio de información por ambas partes, con la seguridad que aportan las nuevas modalidades.

El mismo autor afirma, que podemos llegar a operar en los mercados financieros solamente con las ideas o los proyectos más relevantes, es decir, si un inversor está interesado en un proyecto, pueda adquirirlo de manera mayoritaria, desembolsando o participando íntegramente en el proyecto.

Otro aspecto que favorece las expectativas de este nuevo modelo, es la educación de la cultura financiera, que permite avanzar hacia un futuro más equitativo para todos los participantes con el fin de favorecer el progreso y contribuir al bienestar empresarial.

La seguridad, es otro factor clave para este modelo de financiación. Hoy en día, se conocen muchas estafas a modo de desventaja, pero gracias al modelo **all or nothing** o **modelo umbral**, muchas plataformas se han planteado la necesidad de crear un modelo en el que solamente se reciben los fondos, una vez que quede demostrado el proyecto, o bien haya cumplido las expectativas de los inversores.

Las cifras aportan un buen futuro para esta modalidad. Hoy en día se calculan que existen más de 2.000 plataformas de crowdfunding, una cifra que se triplica teniendo en cuenta las plataformas existentes hace 5 años. Publicar un proyecto en una web, es un proceso que se ha visto simplificado, y ha supuesto una fuente accesible para todas aquellas empresas y emprendedores.

CONCLUSIONES

Una vez expuesto el siguiente trabajo, donde encontramos que el nuevo modelo de financiación basado en las aportaciones por parte de los inversores, queda demostrado que supone un gran cambio hacia aquellos modelos alejados de la financiación bancaria.

Otro aspecto a destacar, se debe a que, en mayor medida, cada vez las empresas buscan enfocarse más directamente hacia el público objetivo, dado que el destinatario final de los bienes y servicios, siempre son los consumidores. Por ese motivo, esta modalidad supone el contacto directo entre el consumidor y entre el empresario.

El consumidor o inversor, buscará aquellos bienes y servicios que le aporten algo destacable, y que pueda obtener a cambio algo de ese proyecto, como es por ejemplo el caso del crowdfunding por recompensa. No obstante, las demás tipologías, están destinadas a proyectos tanto sociales, como a proyectos de carácter más especulativos.

Si bien es cierto, la gran mayoría de estos proyectos se ubican en las plataformas de mayor éxito, como puede ser el caso de Kickstarter, que ha supuesto una gran ayuda a esta modalidad y a su fácil acceso a todos los públicos.

En mi opinión, con el avance de las nuevas tecnologías, el mayor uso de las redes sociales, y bajo un mundo perfectamente globalizado, en el que, gracias a Internet, hoy en día cualquier usuario, puede disponer de toda la información y seguridad a su alcance, es imprescindible que las empresas conozcan y busquen nuevos productos por estas vías. Hay numerosos casos recientes que apoyan esta argumentación, si bien es cierto, existe todavía mucha desconfianza hacia estos nuevos modelos, pero cada vez más, y bajo nuevas normativas, se intenta regularizar y establecer los límites de los mismos.

Un aspecto destacable de este trabajo, es que este modelo, carece de una información contrastada y demostrada desde un ámbito más científico. Solamente, aportamos datos, cifras, y los numerables éxitos, pero no existen estudios completos sobre esta nueva modalidad financiera. Podemos encontrar libros de autores, pero no más allá de sus datos y de sus opiniones.

Para concluir el presente trabajo, las expectativas que me llevaron a elegir esta línea temática, son las nuevas tecnologías, el empleo de internet, e intentar acercar al pequeño y mediano inversor a conocer esta modalidad que supone una gran ventaja para sus proyectos e ideas.

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

ANEXO 1. ÍNDICE DE CUADROS, Y GRÁFICOS

ElConfidencial.com © Titania Compañía Editorial S.L. 2017 [Consultas varias]. Disponible en: <https://www.elconfidencial.com/>

- Fuentes de financiación de las PYMES. [Gráfico 1.1]. RRHH-Magazine. Fecha de publicación: 02/05/2015
- Evolución bancaria de las empresas [Gráfico 1.2]. Economía de la empresa. Fecha de publicación: 04/12/2016

BusinessGoOn.com © 2015 “Distintas fuentes de financiación alternativas” 25/04/16 Disponible en: <http://businessgoon.com/fuentes-de-financiacion-alternativa/>

Novicap.com © 2016. “Posibilidades de invertir” 14/05/2017. Disponible en: <https://novicap.com/blog/>

CincoDías.elPais.com © Ediciones el País, S.L 2017. “Aliados a la financiación alternativa”. 30/08/2017. Disponible:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/08/29/mercados/1504023826_775235.html

Giralt S. Antonio. Financiación de la PYME en el mercado financiero español. Artículo para el IEB. (2010). Disponible:
https://www.bolsasymercados.es/mab/docs/docsSubidos/Publicaciones/Emprendedores_Experiencia_MAB_def.pdf

Financk © Marketing Financiero S.L 2017. “BCE insta a las empresas a utilizar financiación alternativa”. 16/08/2016. Disponible en: <https://www.financk.es/el-bce-instas-las-empresas-utilizar-la-financiacion-alternativa-n-46-es>

Crédito y Caución. Crédito y Caución © 2017 [Consultas varias]

• Cycnews. “Datos sobre la morosidad” datos 2017
Disponible en: <http://www.creditoymencion.es/es/prensa/cycnews/portada>

• Twitter, “Gráficos sobre el análisis del sector bancario” gráficos 2016-2017
Disponible en: <https://twitter.com/creditoymencion?lang=es>

Barrón S. Iñigo. Artículo publicado en elPais.com 27/01/2017. “Créditos hacia la morosidad”. Disponible en: https://elpais.com/autor/inigo_de_barron/a/80

Arboribus.com © 2014 Arboribus. “Volumen de operaciones de la financiación alternativa” 15/02/2016 [Gráfico 2.3]
Disponible en: <http://blog.arboribus.com/tag/fondos-de-inversion/>

Banco de España. Cliente-Banca. © Banco de España. “Tipos de interés”. Consulta a fecha mayo 2017.
Disponible: https://www.bde.es/clientebanca/es/areas/Tipos_de_Interes/entidades/

Rodríguez de las Heras Ballell, T (2013) y González A (2013). Crowdfunding, una forma de financiación colectiva. Artículo publicado para la Universidad Calos III de Madrid. Enero 2015.

Disponible en: <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>

EIPais.com, economía. © Ediciones el País, S.L [Consultas varias]

Disponible en: <https://elpais.com/economia/>

- “Comparativa de los tipos de crowdfunding. Artículo publicado el 25/05/2016.
- “Nuevos proyectos. El crowdfunding”. Artículo publicado el 14/06/2017.
- Noticias de reciente actualidad, consultas varias.

MyTripleA.com, TuTripleA Finance PFP, S.L © 2017. “Crecimiento del crowdfunding P2P”. 17/05/2017

Disponible en: <https://www.mytriplea.com/proyectos-inversion/>

Asociación Española de Crowdfunding © SCF 2017. [Varias consultas]

- “Noticias de actualidad”. Disponible en: <https://us5.campaign-archive.com/?e=&u=16b96883e2fa8ded4fe4e37bc&id=75abd2e5fe>
- “Legislación”. Disponible en: http://www.spaincrowdfunding.org/crbst_8.html

Mariano Cabrera L. McLanfranconi © Santa Cruz, Bolivia. 2017. “Finanzas de Lemmings”. Entrada Febrero 2016.

Disponible en: <https://www.marianocabrera.com/finanzas-de-lemmings/>

Consumocolaborativo.com © BY-SA 2017 . “Equity Crowdfunding” 17/05/2017

Disponible en: <https://www.consumocolaborativo.com/blog/>

Crowdcube.es. Crowdcube © 2017 [Varias consultas].

Disponible en: <https://www.crowdcube.es/>

- “Ámbito nacional del crowdfunding”. Entrada Mayo 2017
- “Crowdfunding de inversión- proyectos”. Entrada Junio 2017.

Emprendepyme.net © 2016 EmprendePyme.net. “Ventajas y desventajas del crowdfunding”

Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/ventajas-y-desventajas-del-crowdfunding.html>

Invercrowd.com © invercrowd.com 2017 “Todo sobre el BitCoin y el crowdfunding”. [Varias consultas] Septiembre 2017

- Aspectos legales. Disponible en: <http://invercrowd.com/ley-del-crowdfunding/>
- BitCoin, plataformas y financiación: <http://invercrowd.com/plataformas-crowdfunding-bitcoin/>

ElBlogdeendesa.com © Endesa 2017 “Evolución y Futuro de la Financiación Colectiva” 10/10/2017.

Disponible en: <http://www.elblogdeendesa.com/innovacion/crowdfunding-evolucion-futuro-financiacion-colectiva/>