

## CROWDFUNDING: UNA NUEVA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN

El *crowdfunding* se ha convertido en los últimos años en una alternativa de financiación cada vez más popular entre los emprendedores españoles. En un escenario donde las entidades bancarias habían reducido considerablemente el crédito disponible, han ido aparecido desde el año 2015 nuevas formas de financiación que han venido, en parte, a aportar un balón de oxígeno a las empresas.

El auge de esta fuente de financiación ha venido propiciado, además, por las nuevas tecnologías que permiten poner en contacto a emprendedores y sus posibles inversores de forma rápida y fiable. También ha influido el desarrollo de una conciencia social por compartir y hacer más eficientes los recursos disponibles, lo que ha generado toda una corriente de economía colaborativa en la que se enmarca el *crowdfunding*.

Todo ello ha contribuido a que este fenómeno de financiación alternativa haya crecido de forma exponencial en los últimos años en todo el mundo, especialmente en China y EE.UU., donde alcanzó en el año 2016 un volumen de 221.000 y 32.000 millones de euros, respectivamente. En Europa su desarrollo está siendo más lento y está casi exclusivamente limitado al Reino Unido, que copa el 73% del total del volumen de financiación europeo con 5.608 millones de euros. España generó en el año 2016<sup>2</sup> un volumen de 130 millones de euros, colocándose dentro de Europa en el quinto país por volumen<sup>3</sup>.

Estas cifras nos muestran que en España este mercado se encuentra en sus inicios y, de momento, no tiene un excesivo peso dentro del sector financiero. Sin embargo, se trata de un fenómeno global imparable que todavía tiene recorrido en nuestro país y que merece nuestra atención por cuanto puede modificar el panorama financiero a medio o largo plazo.

---

<sup>1</sup> Nota Técnica de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por Emma Berenguer, de San Telmo Business School, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © enero 2019, Fundación San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección [casos@santelmo.org](mailto:casos@santelmo.org).

<sup>2</sup> Último año del que se tiene información a fecha de cierre del presente documento.

<sup>3</sup> En el Anexo 1 se presentan con más detalle estas cifras.

Por ello el propósito de esta nota es ofrecer una perspectiva general que nos acerque a este fenómeno. El documento se organiza del modo siguiente: primero se define el *crowdfunding* y sus distintas modalidades, cómo funcionan y las ventajas e inconvenientes que ofrecen las mismas; posteriormente, se describe el papel que juegan las plataformas de financiación como mediadoras entre financiadores y financiados; también se abordarán las principales medidas regulatorias introducidas por la ley 5/2015 de financiación del emprendimiento y su impacto en el desarrollo de esta actividad en nuestro país. Finalmente, se incluye un apartado de reflexión sobre los principales retos a los que se enfrenta esta alternativa de financiación.

## CONCEPTO Y TIPOS DE CROWDFUNDING

Proporcionar una definición completa para el término *crowdfunding* resulta bastante difícil ya que se trata de un fenómeno reciente y en constante cambio que incluye, además, muchas situaciones y casuísticas difícilmente recopilables.

En uno de los primeros trabajos académicos sobre este tema<sup>4</sup> se define el *crowdfunding* como “una convocatoria abierta, esencialmente a través de internet, para la provisión de recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de unos derechos de recompensa, con el fin de apoyar iniciativas para fines específicos”.

Dejando aparte los formalismos, hoy en día la mayoría de las personas entiende que el *crowdfunding* tiene que ver con la financiación colectiva de proyectos realizada a través de internet. La primera campaña de *crowdfunding* a través de internet de la que se tiene constancia fue la realizada por el grupo británico Marillion en 1997, que consiguió financiar su gira por EE.UU. La banda, que no contaba con recursos suficientes, creó una página web en la que ofrecía la preventa de sus entradas. Consiguieron 60.000 dólares. Antes que ellos, en nuestro país, el grupo de rock extremeño Extremoduro grabó su primer disco tras conseguir 250.000 pesetas vendiendo papeletas de 1.000 pesetas en Plasencia.

Estos ejemplos demuestran que, aunque se trata de un fenómeno relativamente reciente, la financiación colectiva se remonta a muchos años atrás (en aquel momento en nuestro país era conocida como suscripción popular). Como entonces no existía internet, la comunicación de las campañas se realizaba a través del periódico o del boca a boca. Un ejemplo interesante fue la financiación del pedestal de la Estatua de la Libertad, en 1885. Ante la falta de recursos, Josep Pulitzer —director del periódico *New York World*— lanzó un llamamiento a los neoyorkinos a través de su periódico para que realizaran pequeñas aportaciones. A cambio ofrecían un reconocimiento a la participación y una réplica de la estatua a aquellas aportaciones mayores de un dólar. En 5 meses consiguieron reunir el dinero.

---

<sup>4</sup> Véase: Schwienbacher & Larralde (2010)

En España la financiación colectiva también ha estado detrás de la construcción de grandes obras, principalmente de carácter religioso. Así, monumentos tan representativos como la Sagrada Familia o la Catedral de Santiago de Compostela se han financiado a lo largo de la historia gracias a las aportaciones de los fieles y visitantes. En la actualidad, la Catedral de Santiago de Compostela ha vuelto a recurrir al *crowdfunding* para financiar la restauración de la fachada principal del templo.

En los últimos años, este fenómeno de aportaciones colectivas se ha extendido por todo el mundo hasta el punto de constituir una alternativa para la obtención de fondos que permite llevar a cabo un proyecto.

Los proyectos que pueden obtener fondos a través de *crowdfunding* se pueden clasificar, según su naturaleza, en financieros —proyectos de donación y recompensa— y no financieros — proyectos de préstamo o inversión—. Sobre esta base, los proyectos se pueden clasificar en cuatro modalidades:

### **Donación (*Donation-based crowdfunding*)**

Esta modalidad está dirigida a la recaudación de fondos para proyectos sociales. Por tanto, las aportaciones realizadas son de carácter altruista, sin contraprestación alguna.

Dentro de esta modalidad se enmarcan los proyectos que llevan a cabo las ONG para distintas causas solidarias, como pueden ser: la obtención de fondos para ayudar a una zona catastrófica o para la construcción de escuelas en zonas desfavorecidas, etc. Sin embargo, últimamente también están apareciendo proyectos más personales que buscan fondos para una causa individual, como puede ser una enfermedad. En cualquier caso, debe de tratarse de proyectos que tengan una naturaleza noble y generen credibilidad entre los posibles aportantes.

Para entender mejor esta modalidad en el Anexo 2 se muestra el proyecto en campaña de *Proactiva Open Arms*, creado por un grupo de socorristas que necesita financiación para ayudar a las personas que cada día intentan cruzar el Mediterráneo.

En 2015 esta modalidad consiguió movilizar 3 millones de euros, frente a los 800.000 euros del año anterior (ver gráfico 1 a continuación).